

Petter Kuokkanen

**YMPÄRISTÖVASTUURAPORTIT
TERÄSTEOLLISUUDEN
SIDOSRYHMÄVIESTINNÄN KEINONA**

Johtamisen ja talouden tiedekunta
Kandidaatintutkielma
Joulukuu 2023

TIIVISTELMÄ

Petter Kuokkanen: Ympäristövastuuraportit terästeollisuuden sidosryhmäviestinnän keinona
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Kauppatieteiden tutkinto-ohjelma, laskentatoimi
Joulukuu 2023

Vastuullisuusraportoinnin määrä on kasvanut merkittävästi viimeisten vuosikymmenten aikana. Vastuullisuusraporteista on tullutkin merkittävä sidosryhmäviestinnän keino. Monelle sidosryhmälle vastuullisuusraportit tarjoavat mahdollisuuden perehtyä yritysten toimintaan ja yritystoiminnan aiheuttamiin vaikutuksiin. Ympäristövastuuraportit sidosryhmäviestinnän keinona ovat herättäneet myös kritiikkiä. Usein yritysjohto viestii raporteissa sidosryhmille, joita he pitävät toiminnan jatkumisen kannalta välttämättöminä, painottaen taloudellista ulottuvuutta.

Tämän tutkielman tarkoituksena on analysoida, miten Outokumpu ja SSAB raportoivat ympäristövastuusta sidosryhmilleen. Lisäksi tutkielmassa analysoidaan, kenelle kohdeyritysten ympäristövastuuraportit ovat osoitettu. Tutkielman teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään aiempaa laskentatoimen tutkimusta painottuen ympäristövastuuraportointiin ja sidosryhmiin.

Tutkielma toteutettiin käyttäen kvalitatiivisia eli laadullisia tutkimusmenetelmiä sekä kvantitatiivisille eli määrälliselle tutkimukselle ominaisia piirteitä sidosryhmien esiintymiskertojen kvantifioinnissa. Tutkimusaineistona käytettiin kahden terästeollisuusyrityksen SSAB:n ja Outokummun vuoden 2022 vastuullisuusraportteja, keskittyen johdantoon ja ympäristövastuuosioon. Aineiston analysointimenetelmänä käytettiin teorialähtöistä sisällönanalyysia, jonka avulla sidosryhmäviestintää analysoitiin käyttäen analyysirunkona kahta teoreettista näkökulmaa ympäristövastuuraportointiin.

Keskeisimmät löydökset tutkielmassa olivat, että yritysten ympäristövastuuraporteissa eniten esiintynyt sidosryhmä oli asiakkaat. Tutkimusaineistosta havaittiin, että sidosryhmille viestinnässä painottui yritysjohtoon näkökulma, ja ympäristövastuuta lähestyttiin usein taloudellisesta näkökulmasta. Ympäristövastuuraporteissa kohdeyritykset painottivat positiivista mielikuvaa yritystoiminnasta ja useimmiten viestintä toimikin yritystoiminnan legitimointina. Tuloksista voidaankin päätellä, että ympäristövastuuraportointi kaipaisi kriittisempää lähestymistapaa, jossa myös toiminnan negatiivisista vaikutuksista raportoitaisiin avoimesti. Lisäksi raporttien tulisi korostaa konkreettisemmin tekoja, joita yksi maailman saastuttavin toimiala tekee ympäristön edistämiseksi.

Tutkielma täydentää aikaisempaa laskentatoimen tutkimusta, jossa huomioidaan ympäristövastuuraportointi ja sidosryhmät. Tarkastelemalla ympäristövastuuraportointia nimenomaan sidosryhmien näkökulmasta, tämä tutkielma avaa näkökulmia ympäristövastuuraporttien mahdollisista ongelmista, kun ympäristövastuuviestintä painottuu taloudellista näkökulmaa edustaville sidosryhmille. Yritysten päästöt eivät lähtökohtaisesti kohdistu taloudellista näkökulmaa painottaviin sidosryhmiin, kuten asiakkaisiin, vaan luontoon ja ympäristöön.

Avainsanat: ympäristövastuuraportointi, ympäristövastuu, sidosryhmät

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	2
1.1	Aihealueen tausta.....	2
1.2	Tutkielman tavoitteet, tutkimuskysymys ja rajaus.....	3
1.3	Tutkielman rakenne.....	4
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	6
2.1	Yrityksen yhteiskuntavastuu.....	6
2.2	Ympäristövastuuraportointi	7
2.3	Sidosryhmät.....	9
2.4	Ympäristövastuuraportointi ja sidosryhmät.....	11
2.5	Teorian yhteenveto	14
3	AINEISTO JA MENETELMÄT	16
3.1	Kohdeyritykset.....	16
3.2	Tutkimusmenetelmä ja -aineisto	17
4	YMPÄRISTÖVASTUURAPORTTIEN ANALYYSI	19
4.1	Raporteissa nimetyt sidosryhmät.....	19
4.2	Sidosryhmille viestiminen.....	21
4.2.1	Yritysjohdon näkökulma.....	21
4.2.2	Sidosryhmävastuu	24
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO	27
	LÄHDELUETTELO	34

1 JOHDANTO

1.1 Aihealueen tausta

”Raahesta pölähtää” uutisoi Helsingin sanomat 15.3.2023 viitaten SSAB:n Raahan tehtaan negatiivisiin ympäristövaikutuksiin. Raahan terästehdas onkin Suomen ylivoimaisesti suurin yksittäinen saastuttaja (Valtavaara, 2023). Samanaikaisesti terästeollisuuden yritykset viestivät ympäristövastuureportsissaan yritystoiminnan merkittävistä positiivisista vaikutuksista ympäristöön. Outokumpu näyttävästi viestiikin sidosryhmilleen: ”Maailmanlaajuiset megatrendit kuten väestönkasvu, liikkuvuuden lisääntyminen ja kaupungistuminen ovat johtaneet hiilidioksidipäästöjen kasvuun ja ilmastonmuutokseen. Ruostumattoman teräksen avulla voidaan rakentaa ratkaisuja ja infrastruktuuria, jotka tekevät maailmasta kestävämmän” (Outokumpu, 2023a, 36).

Erlainen vastuullisuusviestintä ja varsinkin vastuullisuusraportointi on kasvanut merkittävästi viimeisen vuosikymmenen aikana. Ympäristövastuureportsinnista on tullut tärkeä osa yritysten viestintää (Onkila, ym., 2014). Yrityksiltä odotetaan toimenpiteitä, jotka tähtäävät kestävään yritystoimintaan sekä näistä raportoimiseen. Yksittäisillä yrityksillä on täten merkittävä rooli ilmastonmuutoksen torjunnassa ja tietoisuuden lisäämisessä (Gulluscio, ym., 2020).

Ympäristövastuureportsit sidosryhmäviestinnän keinona voivat herättää ristiriitoja, ja tutkimuskirjallisuudessa onkin noussut esille, että yritysjohto painottaa taloudellista näkökulmaa arvioidessaan kenelle sidosryhmille halutaan viestiä. Yritykset tekevät kestävyteen tähtääviä toimia olennaisuusanalyysien perusteella ja yleistä onkin, että analyyseissa painottuu tiettyjen sidosryhmien ääni (Brown & Dillard, 2015). Tämä voi johtaa puolueellisiin näkökulmiin, mikä on vastuullisuuden kannalta ongelmallista, sillä vähemmistösidoryhmien näkökulmat haihtuvat kompromisseissa (Brown & Dillard, 2014). Huomattavan saastuttavat toimialat, kuten terästeollisuus, ovat tältä kannalta erityisen ristiriitaisia, sillä ympäristövastuureportsien painottaessa taloudellista näkökulmaa ja yritysjohtoon tavoitteita, voidaan ympäristövastuureportsien tavoite

kyseenalaistaa. Jos yksi maailman saastuttavin toimiala ei tee näkyviä toimia ympäristön eteen, miksi muidenkaan tulisi tehdä?

1.2 Tutkielman tavoitteet, tutkimuskysymys ja rajaus

Tämän tutkielman tavoitteena on analysoida, miten Helsingin pörssin terästeollisuuden yhtiöt Outokumpu ja SSAB viestivät ympäristövastuustaan ja lisäksi, kenelle yritysten ympäristövastuuraportit ovat osoitettu. Vastuullisuusraportoinnin määrä on kasvanut merkittävästi viimeisen vuosikymmenen aikana, sillä muistakin kuin taloudellisesta tiedosta raportoiminen on tullut pakolliseksi Euroopan komission direktiivin 2014/95/EU nojalla (Mäkelä, 2021). Ympäristövastuuraporteista on tullut tärkeä sidosryhmäviestinnän keino yrityksille (Onkila, ym., 2014). Raportoinnilla voidaan vaikuttaa erilaisiin sijoituspäätöksiin sekä yleisen mielikuvan luomiseen toimialan vastuullisuudesta (Niskala, ym., 2019). Voidaankin todeta, että ympäristövastuuraportit ovat merkittävä väline sidosryhmille viestimiseen. Yritykset kuuntelevat sidosryhmiä tarkasti ja mukauttavat yritystoimintaa sidosryhmien tarpeiden mukaan (Mäkelä, 2021). Onkin tärkeää analysoida yhden maailman saastuttavimman toimialan ympäristövastuuraportointia sidosryhmien näkökulmasta, sillä yritysten mukauttaessa liiketoimintaansa sidosryhmien paineesta, on sidosryhmien luonteella suuri vaikutus ympäristövastuuseen. Painottuuko ympäristövastuuraportoinnissa ympäristön etu vai liiketaloudellinen etu?

Tutkielman kohdeyrityksiksi on valittu SSAB ja Outokumpu, sillä molemmat terästeollisuuden yritykset ovat listautuneet Helsingin pörssissä, ja suuryrityksinä kohdeyritysten on myös raportoitava muusta kuin taloudellisesta tiedosta. Lisäksi kohdeyrityksien vaikutukset Suomen ilmastotavoitteisiin ovat merkittävät (Laatikainen, 2019). Tämä omalta osaltaan voi vaikuttaa vastuullisuusraportoinnin sisältöön. Molemmat terästeollisuuden yritykset ovat merkittäviä toimijoita alallaan, ja yritykset voivat toimia raportoinnin suunnannäyttäjinä.

Tutkielman aihe on ajankohtainen, sillä terästeollisuus tuottaa noin 10 % maailman kasvihuonepäästöistä (Kim, ym., 2022). Terästeollisuudella on myös vahva vaikutus Suomen hiilineutraaliustavoitteisiin, sillä pelkästään SSAB:n Raahen tehdas tuottaa Suomen kasvihuonepäästöistä noin 7 % (Valtavaara, 2023). Toimiala on murroksessa,

sillä saastuttavan teräksen tuotannon rinnalle on kehitteillä hiilineutraaleja toimintatapoja. Muutos on merkittävä, sillä päätöksellä on kauaskantoisia vaikutuksia sekä paikallisiin että globaaleihin ilmastotavoitteisiin.

Tutkimuskysymys:

Miten Helsingin pörssin terästeollisuusyritykset viestivät ympäristövastuuraporteissa sidosryhmilleen?

Apututkimuskysymys:

Kenelle Helsingin pörssin terästeollisuusyritysten ympäristövastuuraportit ovat osoitettu?

Aihe rajataan koskemaan vain vuosikertomuksesta löytyvää vastuullisuusraporttia. Muuta kohdeyritysten viestintää ei analysoida tässä tutkielmassa. Tarkastelun rajaaminen vastuullisuusraportteihin on perusteltua, sillä yritysjohto käyttää vastuullisuusraportteja sidosryhmäviestintään ja täten vastuullisuusraportit voidaan nähdä sidosryhmäviestinnän kanavana. (Cormier, ym., 2004).

1.3 Tutkielman rakenne

Tämä tutkielma etenee seuraavanlaisesti. Luvussa 2 käsitellään tutkielman kannalta keskeiset käsitteet, jotka ovat yrityksen yhteiskuntavastuu, ympäristövastuuraportointi sekä sidosryhmät. Käsitteiden määrittelyn tarkoituksena ei ole antaa yksiselitteistä määritelmää keskeisille käsitteille, vaan tuoda esille käsitteiden laaja-alaisuus sekä tuoda useita erilaisia näkökulmia tieteelliseen keskusteluun pohjautuen. Lisäksi korostetaan, mitä käsitteet tarkoittavat ympäristövastuuraportoinnin kontekstissa. Luvun lopuksi teoriaa käsitellään yhteenvedossa.

Tutkielman luvussa 3 esitellään tutkimuksen aineistoina olevat SSAB:n ja Outokummun vastuullisuusraportit sekä esitetään tutkielman tutkimusmenetelmät. Tutkielman analyysiosio on luvussa 4. Tutkielman lopuksi luvussa 5 tutkimuksen tuloksia analysoidaan kokonaisuutena ja pohditaan aikaisempaan tutkimukseen

perusten tutkimuksessa syntyviä päätelmiä. Lisäksi käsitellään tutkimusta yleisesti, tutkimusrajoitteita sekä tutkimuksessa syntyviä jatkotutkimuskysymyksiä.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Yrityksen yhteiskuntavastuu

Yrityksen yhteiskuntavastuuta tarkasteltaessa keskiöön nousee kestävä kehitys (Portney, 2015). Kestävän kehityksen termi nousi maailmalla esiin ensimmäisiä kertoja 1987 YK:n Bruntlandin komission raportin myötä. Suomen YK-Liiton (2023) määritelmän mukaan ”komissio määritteli kestävä kehityksen sosiaaliseksi, taloudelliseksi, ympäristölliseksi ja kulttuuriseksi kehitykseksi, joka ei vaaranna tulevien sukupolvien oikeutta omaan kehitykseensä”. Kestävä kehitys ei siis ole pelkästään ympäristön huomioimista, vaan kaikkien osa-alueiden huomioimista toiminnassa (Suomen YK-liitto, 2023).

Yhteiskuntavastuun (Corporate social responsibility) määritelmästä on käyty paljon akateemista keskustelua (Jamali, 2008). Käsite on laaja-alainen eikä määritelmälle ole yhtä vakiintunutta muotoa. Yrityksen yhteiskuntavastuun määritelmä on vaihdellut paljon vuosien varrella, ajasta ja tulkitsijasta riippuen. Kapean määritelmän mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu on osakkeenomistajien varallisuuden kasvattamista (Friedmanin, 1962, viitattu Jamali, 2008), kun taas Carroll (1979) loi yhteiskuntavastuun määritelmälle neljä vastuullisuuden ulottuvuutta (Jamali, 2008). Nämä ulottuvuudet ovat taloudellinen, oikeudellinen, eettinen ja filantrooppinen. Carrollin (1979) malli jakautuu kahteen osaan: pakolliseen ja vapaaehtoiseen. Taloudellinen ja oikeudellinen ulottuvuus ovat kaikille yrityksille pakollisia. Taloudellinen ulottuvuus sekä lakien noudattaminen ovat yritysten perusedellytyksiä (Carroll, 1979). Eettinen ja filantrooppinen ulottuvuus ovat vapaaehtoisesti toteutettavia. Eettisiä toimia ei ole kirjattu lakiin, mutta toimet ovat esimerkiksi sellaisia, joita sidosryhmät odottavat yrityksiltä. Filantrooppiset toimet ovat taas toimia, joita yritykseltä toivottaisiin. (Carroll, 1979.)

Yhteiskuntavastuu voidaan jaotella kolmeen eri osa-alueeseen: taloudelliseen vastuuseen, sosiaaliseen vastuuseen sekä ympäristövastuuseen. Kyseinen jaottelu pohjautuu John Elkingtonin (1998) luomaan kolmijakoiseen malliin (Triple Bottom Line) (Schneider & Meins, 2012). Mallissa korostetaan, että yritysten tulisi huomioida liiketoiminnassaan kaikki kolme osa-aluetta samanaikaisesti (Schneider & Meins,

2012). Malli on saanut osakseen myös kritiikkiä, sillä malli sumentaa yritysten taloudellisten, ympäristöllisten ja sosiaalisten vaikutusten monimutkaiset keskinäiset riippuvuudet. Mallissa korostetaan osa-alueiden helppoa mitattavuutta ja hallittavuutta (Schneider & Meins, 2012).

Yhteiskuntavastuun määritelmien erot johtuvat perusoletuksien eroavaisuuksista, kuinka yhteiskuntavastuu ymmärretään ja mitä siihen halutaan sisällyttää. Käsitteet ovat vaihdelleetkin kapeasti nähdystä taloudellisista velvoitteista laajempaan yhteiskuntajärjestelmään, jossa yritykset toimivat. (Jamali, 2008.) Toimiakseen vastuullisesti, yritysten tulee ymmärtää, mitä yritysvastuu tarkoittaa kyseisen yrityksen liiketoiminnassa. Terästeollisuudessa korostuvin yritysvastuun osa-alue on ympäristövastuu. Ympäristövastuun osa-alueet, joihin yritys haluaa panostaa, selviävät usein olennaisuusanalyysien perusteella. Tärkeää olisikin, että sidosryhmiä kuunneltaisiin prosessissa ja sidosryhmät otettaisiin mukaan vaikuttamaan ympäristövastuun tavoitteisiin. (Puroila & Mäkelä, 2019).

2.2 Ympäristövastuuraportointi

Kritiikki monikansallisten yritysten vaikutuksesta ympäristöön on kasvanut viimeisten vuosikymmenten aikana (Kolk, 2003). Ympäristövastuuraportoinnista onkin tullut tärkeä osa yritysten viestintää (Onkila, ym. 2014). Lähestymistapaa on myös kritisoitu, sillä viestintä perustuu yritysjohton näkökulmiin ja vaarana onkin, että viestintä painottaa osakkeenomistajien varallisuuden kasvattamista ympäristön kustannuksella (Brown & Fraser, 2006). Yrityksiltä kuitenkin odotetaan toimenpiteitä, jotka tähtäävät kestävään yritystoimintaan sekä näistä raportoimiseen. Yritysten ei täten tulisi keskittyä raportoimaan ainoastaan perinteisiä talouteen liittyviä tunnuslukuja, vaan taloudellisen raportoinnin lisäksi tulisi keskittyä vastuullisuuteen, ilmastonmuutokseen sekä sen torjuntaan liittyvään raportointiin. (Gulluscio ym., 2020.)

Vastuullisuusraportoinnin tutkimushaara on laaja ja tutkimuskirjallisuutta löytyykin paljon (Andrew & Baker, 2020). Tutkimuksia on tehty esimerkiksi tekijöistä, jotka vaikuttavat vastuullisuusraportoinnin laatijan motiiveihin, kuten kenelle vastuullisuusraportti halutaan tosiolliasiallisesti laatia. Näitä motiiveja ovat esimerkiksi oman asemansa parantaminen yhteiskunnassa. Mäkelä (2021) huomauttaa, että

toimialat, joiden ympäristöpäästöt ovat merkittävät, voivat raportoida kattavammin ympäristövastuullisuudestaan. Syitä on monia, mutta yksi merkittävä syy on sidosryhmien mielipiteisiin vaikuttaminen esimerkiksi toimialan saastuttavuudesta (Mäkelä, 2021).

Onkila, ym. (2014) ovat tutkineet, kuinka eri sidosryhmät esiintyvät ympäristövastuuraporteissa ja kuinka sidosryhmien ja yritysten välistä vuorovaikutusta kuvataan raporteissa. Tuloksina onkin viisi erilaista rajauskeinoa, jolla sidosryhmille viestitään. Yleisimmät keinot olivat mainostaminen (promoting) sekä sitouttaminen (commitment). Näissä sidosryhmät nähdään legitimaation myöntäjinä ja ympäristövastuuviestintää voidaankin pitää yritysten haluna esittää toimintansa vaikutus positiivisessa valossa. Samanlaisia havaintoja esittää esimerkiksi Laine (2009) tutkimuksessaan, jossa analysoitiin Kemiran julkaisemia vapaaehtoisia vastuullisuusraportteja. Tutkimuksessa analysoitiin, kuinka vastuullisuusraporteissa Kemira kuvaa itseään ja yritystoimintaansa. Tutkimuksessa todettiin, että vastuullisuusraportoinnissa painottui yrityksen halu reagoida ulkoisiin paineisiin, eikä raportoinnin läpinäkyvyydessä tapahtunut merkittäviä muutoksia. Vastuullisuusraporteissa painottui myös yrityksen halu parantaa omaa asemaansa yhteiskunnassa. Lisäksi Onkila ym. (2014) huomauttavat, että ympäristövastuuraportit eivät tuo sidosryhmille lisäarvoa juuri tästä syystä.

Brown ja Deegan (1998) ovat tutkineet kuinka median uutisointi on vaikuttanut yritysten julkaisemiin vastuullisuusraportteihin eri toimialoilla. Tutkimus osoitti, että yritysjohto reagoi vastuullisuusraporteissaan negatiiviseen uutisointiin vastatakseen sidosryhmien huoliin sekä legitimoidakseen yritystoiminnan yhteiskunnassa. Tutkimusta tukee Deeganin ja Islamin (2014) tutkimus, jossa osoitettiin, kuinka medianäkyvyys lisää yritysten vastuullisuusviestintää sekä mahdollisesti muuttaa yritysten käytänteitä. Lisäksi Cho (2009) on tutkimuksessaan osoittanut, että yritysten viestinnässä pyritään kääntämään huomio pois negatiivisista seikoista korostamalla liiketoiminnan positiivisia vaikutuksia. Vastuullisuuspuhe voidaankin nähdä yritystoiminnan legitimoijana sekä osoituksena yrityksen sitoutumisesta vastuulliseen liiketoimintaan.

Yritykset kuuntelevatkin tarkasti sidosryhmiään ja käyttävät ympäristövastuuraportteja vastatakseen sidosryhmien huoliin ja parantaakseen omaa asemaansa yhteiskunnassa. Sidosryhmien paineesta yritykset ovat muuttaneet ympäristövastuukäytäntöjään ja viestineet näistä raporteissaan. Lukuisia tutkimuksia onkin tehty, kuinka ympäristövastuuraporteissa puhutellaan useita eri sidosryhmiä (Onkila, ym., 2014). Murillo-Luna, ym., (2008) esittävät vastakkaisen näkemyksen. Heidän mukaansa ympäristövastuuraporteissa puhutellaan kaikkia sidosryhmiä samanaikaisesti, eikä viestintä kohdistu millekään tietylle sidosryhmälle.

Vaikka vastuullisuusraportointi onkin suuryrityksille nykypäivänä pakollista (Mäkelä, 2021), luovat raportoinnin vapaamuotoisuus ja yritysten raportoinnin erilaiset tavoitteet haasteen. Yleistä on, että saastuttavilla toimialoilla toimivat yritykset raportoivat eniten ympäristövastuustaan (Kolk, 2004; Mäkelä, 2021). Taustalla voidaan nähdä ennemmin maineenhallinta, kuin käyttäytymisen muutos (Mäkelä, 2021). Vaikka vastuullisuusraportit ovat saaneet osakseen myös paljon kritiikkiä, ovat ne monelle sidosryhmälle ainoa tapa saada selvyys yrityksen vastuullisuudesta. Esimerkiksi kuluttajia voi kiinnostaa yritystoiminnan vastuullisuus, ja yritykset voivat vaatia omilta toimittajiltaan yritys vastuullista toimintaa ja sen huomioimista omassa liiketoiminnassaan (Niskala, ym., 2019). Sen lisäksi sijoittajat ovat alkaneet painottaa ympäristövastuuta sijoituspäätöksiä tehdessään (Laine, ym., 2020).

2.3 Sidosryhmät

Yritysten sidosryhmille ei ole olemassa yhtä tiettyä määritelmää. Kirjallisuudessa onkin käyty paljon keskustelua, ketkä todellisuudessa voidaan laskea yrityksen sidosryhmiksi (Laine, 2010). Harmaalan ja Jallinojan (2013, 65) mukaan ”Yrityksen sidosryhmiä (stakeholders) ovat tahot, joihin yritys vaikuttaa tai voi vaikuttaa omalla toiminnallaan, ja tahot, jotka omalla toiminnallaan vaikuttavat tai voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan joko suoraan tai epäsuorasti.” Määritelmä pohjautuu pitkälti Freemanin (1984, 46, viitattu Laine, 2010) tunnetuksi tuomaan määritelmään sidosryhmistä: “A stakeholder in an organization is (by definition) any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives”. Määritelmä on herättänyt myös kritiikkiä, sillä näin laaja määritelmä voi olla

vaikeasti hahmotettava ja tuo rajallisesti käytännön arvoa (Laine, 2010). Sidosryhmiä voidaan jaotella eri kriteerein.

Sidosryhmiä voidaan luokitella ensisijaisiin ja toissijaisiin sidosryhmiin (Niskala, ym. 2019). Niskala ym. (2019) korostavat, että ensisijaiset sidosryhmät ovat niitä, joilla on yritysten kanssa sopimus. Muut sidosryhmät lasketaan toissijaisiksi. Niskala ym. (2019) korostavat myös välittömien ja välillisten sidosryhmien merkitystä. Tällaisia välillisiä sidosryhmiä ovat esimerkiksi erilaiset kansalaisjärjestöt, työntekijäjärjestöt sekä media (Niskala, ym. 2019). Laskentatoimen tutkimuskirjallisuudessa onkin paljon aiempaa tutkimusta, jossa useiden sidosryhmien, kuten lainsäätäjien, asiakkaiden, tavarantoimittajien, osakkeenomistajien, median ja kansalaisjärjestöjen tunnistetaan olevan kiinnostuneita yritysten ympäristövastuusta (Onkila, ym, 2014).

Tutkimuskirjallisuudessa on kritisoitu perinteistä lähestymistapaa, jossa sidosryhmät jaotellaan ensisijaisiin ja toissijaisiin sidosryhmiin, sillä esimerkiksi luontoa ei huomioida sidosryhmänä (Onkila, 2011). Vaikka luontoa ei huomioida varsinaisena sidosryhmänä, tulee luonto usein huomioitua välillisesti esimerkiksi kansalaisjärjestöjen kautta. Lisäksi Brown ja Dillard (2015) kritisoivat, että laskentatoimen tutkimuskirjallisuudessa sidosryhmät otetaan usein annettuina ja painottavat taloudellista näkökulmaa. Puroila ja Mäkelä (2019) esittävät samanlaista kritiikkiä vastuullisuusraportointia kohtaan. Lisäksi sidosryhmien identiteettiä ja vuorovaikutuksia yksinkertaistetaan. Brown ja Dillard (2015) huomauttavat, että yritykset tekevät kestävyysnäkökulmia tähtääviä toimia olennaisuusanalyysien perusteella ja yleistä onkin, että analyyseissa painottuu tiettyjen sidosryhmien ääni. Tämä voi johtaa puolueellisiin näkökulmiin, mikä on vastuullisuuden kannalta ongelmallista, sillä vähemmistösidoryhmien näkökulmat haihtuvat kompromisseissa (Brown & Dillard, 2014). Vakiintunut näkökulma sidosryhmistä, jossa ensisijaisina sidosryhminä pidetään esimerkiksi asiakkaita ja tavarantoimittajia on ongelmallinen ympäristövastuun näkökulmasta, sillä toiminnan vaikutukset eivät suoranaisesti kohdistu kyseisiin sidosryhmiin, vaan ympäristöön.

Perinteisen sidosryhmäjaottelun lisäksi tutkimuskirjallisuudessa on käyty keskustelua sidosryhmien olemuksesta (Laine, 2010; Chakhovich & Virtanen, 2023). Laine (2010) on pohtinut luonnon merkitystä sidosryhmänä. Laskentatoimen

tutkimuskirjallisuudessa on erilaisia näkökulmia, tulisiko luonto huomioida itsenäisenä sidosryhmänä (Laine, 2010), mutta merkittävää on ymmärtää, että ihmisten toiminta on viime kädessä riippuvaista ympäristöstä (Laine, 2010; Tregidga & Laine, 2022). Chakhovich ja Virtanen (2023) ovat tutkineet tulisiko yritysten raportoida vastuullisuudestaan nykyisille vai tuleville sidosryhmille. Tutkimuksen johtopäätöksenä todettiin, että raportointi kohdistui tulevaisuuden sidosryhmille, sillä nykyisiä sidosryhmiä pidettiin lyhytnäköisinä. Tutkimuksessa huomioitiin myös tulevaisuuden sidosryhmille kohdistettavan viestinnän ongelmista. Kuinka yritysjohton ja sidosryhmien viestintä toimii, jos toisesta osapuolesta ei ole tietoa ja asettaako asetelma ongelmia yritysjohton ja sidosryhmien väliselle viestinnälle? Kyseiset tutkimukset (Laine, 2010; Chakhovich & Virtanen, 2023) vahvistavatkin uskoa, että perinteisen sidosryhmäajattelun rinnalle tarvitaan uusia näkökulmia.

Kuten aiemmat tutkimukset osoittavat, sidosryhmille ei ole olemassa yhtä yksiselitteistä määritelmää. Mahdollisen ongelman sidosryhmien määrittelemiselle luo se, että sidosryhmän käsite tarkoittaa eri asioita eri ihmisille (Phillips, ym., 2003). Aiempi tutkimus kuitenkin osoittaa, että ympäristötoimista kiinnostuneet sidosryhmät ovat usein lainsäätäjät, asiakkaat, tavarantoimittajat, osakkeenomistajat, media ja kansalaisjärjestöt (Onkila, ym., 2014). Kirjallisuudessa on kuitenkin kritisoitu sidosryhmien huomioimista vain taloudellisin perustein (Brown & Dillard, 2015; Puroila & Mäkelä, 2019). Huomionarvoista on kuitenkin, että yritysten toiminta on viime kädessä riippuvainen luonnosta ja toimintaympäristöstä, jossa yritykset toimivat, eikä esimerkiksi asiakkaista tai tavarantoimittajista. Avarakatseisempi lähestymistapa sidosryhmiin, kuten luonnon huomioiminen sidosryhmänä, olisi tällöin merkittävä näkökulma perinteisen sidosryhmäajattelun rinnalle.

2.4 Ympäristövastuuraportointi ja sidosryhmät

Aikaisemmat tutkimukset osoittavat, että sidosryhmät painostavat yrityksiä raportoimaan ympäristövastuustaan (Dixon, ym., 2005). Brown ja Fraser (2006) ovat tutkimuksessaan analysoineet kolmea lähestymistapaa, joilla ympäristövastuuraportoinnin motiiveja voidaan selittää. Lähestymistavoissa korostuvat myös, kuinka sidosryhmät tulisi huomioida ympäristövastuuta raportoitaessa. Lähestymistavat ovat yritysjohton näkökulma (Business case),

sidosryhmävastuu (stakeholder accountability) ja kriittinen teoria (critical theory). Brown ja Fraser (2006) sekä Onkila, ym. (2014) esittävät tutkimuksissaan, että yritysjohdon näkökulma on käytetyin lähestymistapa ympäristövastuuraportointiin. Yritysjohdon näkökulma korostaa, että ympäristövastuuraportoinnin päämääränä on osakkeenomistajien varallisuuden kasvattaminen. Sidosryhmävastuussa taas korostetaan, kuinka ympäristövastuuraporttien tulisi lisätä läpinäkyvyyttä ja käyttökelpoisuutta eri sidosryhmille. Kriittinen teoria korostaa skeptisyyttä ympäristöraportointia kohtaan. Raporttien tulisi käsitellä avoimemmin ristiriitilanteita sekä positiivisuuden korostamisen tilalla tulisi painottaa esimerkiksi ympäristön kannalta saastuttavia toimia. (Brown & Fraser, 2006.)

Taulukko 1. Lähestymistapoja ympäristövastuuraportointiin ja sidosryhmien huomioimiseen. (Mukailleen Onkila, ym, 2014, 138, taulukkoa. Alkuperäinen lähde Brown & Fraser 2006, 114)

	Yritysjohdon näkökulma (Business case)	Sidosryhmävastuu (Stakeholder accountability)	Kriittinen teoria (Critical theory)
Tarkoitus	Ympäristövastuuraportointi nähdään yritysjohdon mahdollisuutena tuottaa osakkeenomistajille lisäarvoa. Ympäristövastuuraportoinnin tulisi lisätä liiketoiminnallista kannattavuutta.	Ympäristövastuuraportoinnin tulisi lisätä läpinäkyvyyttä ja käyttökelpoisuutta sidosryhmille.	Ympäristövastuuraporttien tulisi käsitellä ristiriitoja. Ympäristön kannalta saastuttavia toimia tulee korostaa raportoinnissa.
Pääoletukset	Osakkeenomistajat ovat etusijalla muihin sidosryhmiin nähden. Sidosryhmiä tulee hallita.	Sidosryhmiä tulee kuulla päätöksentekoprosesseissa ja suojata yritysjohdon väärinkäytöksiltä.	Skeptisyys ympäristövastuuraportointiin.
Sidosryhmien rooli	Sidosryhmiä tulisi kuulla ympäristövastuuraportoinnissa.	Sidosryhmät tulee ottaa merkittävästi huomioon ympäristövastuuraportoinnissa	Sidosryhmien ottaminen mukaan päätöksentekoon epätodennäköistä.

Yritysjohdon näkökulmasta (business case) ympäristövastuuraportointi nähdään pääasiallisesti palvelevan liiketoimintaa ja osakkeenomistajia. Raportoinnin motivaationa voidaankin nähdä yritysten legitimaation perustelu yhteiskunnalle sekä positiivisten vaikutusten korostaminen. (Onkila, ym., 2014). Lisäksi Puroila ja Mäkelä (2019) esittävät tutkimuksessaan, että sidosryhmien osallistaminen vastuullisuuden yksinkertaistetaan ja vastuullisuusraportointi nähdään palvelevan vain yrityksen etuja. Keskeistä onkin juuri legitimaation hakeminen. Manetti (2011) huomauttaakin, että usein yritysjohto ohjailee sidosryhmiä luodakseen positiivisen kuvan yrityksestä sekä

lieventääkseen sidosryhmien vaateita yritystä kohtaan. Jos kuitenkin ajatellaan ympäristövastuuraportointia ja sen päämääriä, on ongelmallista, että sidosryhmien huomio ohjailaan ongelmista pois. Yritykset voivat ansaita legitimaation yhteiskunnassa, mutta ongelman ydin ei poistu.

Sidosryhmävastuun näkökulmasta (stakeholder accountability) tutkimukset ovat osoittaneet, että useat sidosryhmät, kuten sijoittajat, työntekijät, lainsäätäjät ja ympäristöjärjestöt asettavat ympäristövastuuraportoinnille vaatimuksia ja vaikuttavat ympäristöraportteihin (Spence, 2009; Huang & Kung, 2010). Myös kritiikkiä on noussut esiin. Spence (2009) huomauttaakin, että ympäristövastuuraportit toimivat kommunikaatiokanavana, joiden avulla yritysjohto puhuu itselleen, sillä johtajat pitävät sijoittajia ja työntekijöitä tärkeimpinä ympäristövastuuviestinnän kohteina. Lisäksi Adams (2004) korostaa sidosryhmien ja yritysten vuorovaikutusten tarvetta. Yrityksillä ja sidosryhmillä on usein erilaiset tavoitteet, joten vuorovaikutusta tarvitaan yhteisten linjojen luomiseksi.

Kriittinen teoria korostaa skeptisyyttä ympäristövastuuraportointia kohtaan. Ajattelussa korostuu esimerkiksi vallan ja resurssien epätasapaino, ja ympäristövastuuraportit nähdäänkin vahvistavan tätä epäoikeudenmukaisuutta. (Brown & Fraser, 2006.) Ympäristövastuuraporttien tulisikin kohdistua enemmän erilaisten konfliktien ja ongelmakohtien korostamiseen niiden vähättelyn sijaan (Onkila, ym., 2014). Tällä hetkellä korostuukin, kuinka raporttien tavoitteena on huomion siirtäminen pois ongelmista ja korostaa positiivisia vaikutuksia.

Ympäristövastuuraportoinnin lähestymiseen on useita erilaisia näkökulmia. Lähestymistavoissa korostuu, keitä yritysjohto pitää tärkeinä. Toisien sanoen yritysjohto päättää keille yritystoiminnasta tulee raportoida ja usein tämä korostuukin sidosryhmien muodossa. Sidosryhmät asettavat erilaisia vaateita yritystoiminnalle, mutta yritysjohto lopulta päättää kuinka he huomioivat nämä. Aikaisemmat tutkimukset korostavat yritysjohtoon näkökulmaa, jossa yritykset nähdään tilivelvollisina osakkeenomistajille (Brown & Fraser, 2006; Onkila, ym., 2014). Lisäksi ympäristövastuun näkökulmasta on ongelmallista, että usein yritysjohto kuuntelee sidosryhmiä, jotka vaikuttavat merkittävästi yritystoimintaan tai edistävät yrityksen strategiaa (Perrault, 2017). Ympäristövaikutukset kohdistuvat kuitenkin

lähtökohtaisesti muihin kuin osakkeenomistajiin, joiden näkökannoissa painottuvat usein taloudelliset tavoitteet. On siis osin ristiriitaista, että ympäristöstä raportointi kohdistuu usein näille tahoille.

2.5 Teorian yhteenveto

Aikaisemmassa kirjallisuudessa on noussut esiin ympäristövastuuraportointiin vaikuttavia tekijöitä sekä sidosryhmien vaikutusta raportointiin. Aiemmissa tutkimuksissa korostuu, kuinka yritykset käyttävät raportointia sidosryhmäviestintään (Onkila, ym., 2014). Viestintä vastuullisuusraporttien kautta ei kuitenkaan ole ongelmatonta, sillä usein viestinnässä korostuvat positiivisten asioiden korostaminen sekä yrityksen aseman legitimointi yhteiskunnassa (Cho, 2009; Laine, 2009). Tämä asettaa ongelman ympäristövastuuraportoinnille, sillä usein ongelmia ja ristiriitatilanteita ei raporteissa käsitellä.

Aiemman laskentatoimen tutkimuskirjallisuuden pohjalta on noussut esiin, kuinka lainsäätäjien, asiakkaiden, tavarantoimittajien, osakkeenomistajien, median ja kansalaisjärjestöjen tunnistetaan olevan kiinnostuneita yritysten ympäristövastuusta (Onkila, ym., 2014). Lähestymistapaa onkin kritisoitu, sillä usein sidosryhmät otetaan valmiiksi annettuina ja sidosryhmien välisiä vuorovaikutuksia yksinkertaistetaan (Brown & Dillard, 2015). Vastapainona Laine (2010) sekä Chakhovich ja Virtanen (2023) ovat tutkineet luontoa ja tulevaisuuden toimijoita sidosryhmänä. Lisäksi on tutkittu, kuinka sidosryhmille vastataan ympäristövastuuraporteissa. On esitetty, että ympäristövastuuraporteissa vastataan useiden eri sidosryhmien huoliin (Onkila, ym. 2014), kun taas Murillo-Luna, ym. (2008) esittävät, että kaikille sidosryhmille vastataan raporteissa samanaikaisesti, eikä viestintää kohdisteta tietyille sidosryhmille. Lisäksi Brown ja Fraser (2006), Onkila, ym. (2014) ja Puroila ja Mäkelä (2019) esittävät, että useimmiten ympäristövastuuraportoinnin päämääränä on osakkeenomistajien varallisuuden kasvattaminen. Tämä on ongelmallista ympäristövastuun näkökulmasta, sillä yritystoiminnan päästöillä ei ole suoraa vaikutusta taloudellisia näkökulmia edustaviin sidosryhmiin.

Tämän tutkielman tarkoituksena onkin lisätä tietoa laajaan vastuullisuusraportoinnin tutkimuskenttään, painottaen ympäristövastuuta ja sidosryhmiä. Tutkimusta

ympäristövastuuraportoinnista, jossa keskitytään sidosryhmiin, on vähän, mutta aikaisempi tutkimus on osoittanut raportoinnin ongelmia ympäristövastuun näkökulmasta.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

3.1 Kohdeyritykset

Tutkielman kohdeyrityksinä ovat SSAB ja Outokumpu. Yritykset valikoituivat tutkielmaan, sillä molemmat yritykset toimivat terästeollisuuden toimialalla. Terästeollisuus toimialana vaikuttaa merkittävästi esimerkiksi Suomen hiilineutraaliustavoitteeseen (Laatikainen, 2019), joten toimiala ja kohdeyritykset ovat otollisia ympäristövastuuraporttien analyysiin. Lisäksi yritykset ovat listautuneet Helsingin pörssissä, ja suuryrityksinä kohdeyritysten on myös raportoitava muusta kuin taloudellisesta tiedosta.

Outokumpu on suomalainen metalliteollisuuden yritys, jonka liiketoiminta keskittyy ruostumattoman teräksen valmistukseen. Outokummulla on kolme liiketoiminta-aluetta Eurooppa, Amerikka ja ferrokromi (Outokumpu, 2023b). Suurin liiketoiminta-alue on Eurooppa ja Outokumpu onkin markkinajohtaja kylmävalssatun ruostumattoman teräksen tuotannossa (Outokumpu, 2023c). Amerikan liiketoiminta-alueella Outokumpu toimii markkinajohtajana Meksikossa sekä on toiseksi suurin teräksen tuottaja Yhdysvalloissa (Outokumpu, 2023d). Lisäksi Outokumpu omistaa Euroopan ainoan kromikaivoksen. Kromia tarvitaan ruostumattoman teräksen valmistuksessa. (Outokumpu, 2023e.)

SSAB on globaali ruotsalainen teollisuuskonserni, jolla on liiketoimintaa yli 50 maassa. SSAB:n liiketoiminta keskittyy terästuotteiden valmistukseen. Yritys toimii viidellä liiketoiminta-alueella - SSAB Special Steels, SSAB Europe, SSAB Americas, Tibnor sekä Ruukki Construction (SSAB, 2023b). Liiketoiminta-alueet ovat keskittyneet erilaisiin terästuotteisiin, kuten pitkälle kehitettyyn lujaan teräksen, nuorrutusteräkseen, nauha-, levy- ja putkituotteisiin sekä erilaisiin rakentamisen ratkaisuihin. Lisäksi yhtiö on erikoistunut ensimmäisenä maailmassa fossiilivapaan teräksen valmistukseen.

SSAB ja Outokumpu ovat usein olleet myös median otsikoissa, usein negatiiviseen sävyyn. Otsikointi on painottunut yritysten toimintaan, jolla on merkittävä vaikutus ilmastoon. Esimerkiksi Tuula Laatikainen (2019) kirjoittaa Kauppalehdessä, kuinka

Outokummun ja SSAB:n tehtaat ovat Suomen suurimpia hiilidioksidin tuottajia. Samaan sävyyn kirjoittaa myös Katja Boxberg (2022) Talouselämässä, korostaen SSAB:n tehtaan vaikutuksia ympäristöön. Kohdeyhtiöt ovatkin usein nousseet otsikoihin, ja on mahdollista, että ympäristövastuuraporteissa vastataan median uutisointiin, kuten Brown ja Deegan (1998) tutkimuksessaan esittivät.

3.2 Tutkimusmenetelmä ja -aineisto

Tutkimus toteutetaan käyttäen kvalitatiivisia eli laadullisia menetelmiä. Laadullinen tutkimus sopii kohdeyritysten vastuullisuusraporttien analysointiin, sillä sen avulla on tarkoitus ymmärtää tiettyä ilmiötä tai toimintaa syvällisesti (Tuomi & Sarajärvi, 2018). Tutkielmassa käytetään myös kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypillisiä piirteitä, kuten kvantifiointia, jotta ympäristövastuuraporteissa esiintyviä sidosryhmien esiintymiskertoja voidaan kuvata (Tuomi & Sarajärvi, 2018). Kvantifioinnin avulla vastataan apututkimuskysymykseen, kenelle Outokummun ja SSAB:n ympäristövastuuraportit ovat osoitettu. Tutkimusaineiston analyysimenetelmänä käytetään teorialähtöistä sisällönanalyysia. Käytettäessä teorialähtöistä sisällönanalyysia, aineisto analysoidaan käyttäen aikaisempaa käsitejärjestelmää, kuten teoriaa (Tuomi & Sarajärvi, 2018). Teorialähtöisen sisällönanalyysi vastaa tutkimuskysymykseen, miten Helsingin pörssin terästeollisuusyritykset viestivät ympäristövastuuraporteissa sidosryhmilleen. Tässä tutkielmassa analyysirunkona käytettiin luvussa 2.4 esiteltyä Brownin ja Fraserin (2006, 114) lähestymistapoja ympäristövastuuraportointiin (taulukko 2).

Taulukko 2. Analyysirunko

	Yritysjohdon näkökulma (Business case)	Sidosryhmävastuu (Stakeholder accountability)
Tarkoitus	Ympäristövastuuraportointi nähdään yritysjohdon mahdollisuutena tuottaa osakkeenomistajille lisäarvoa. Ympäristövastuuraportoinnin tulisi lisätä liiketoiminnallista kannattavuutta.	Ympäristövastuuraportoinnin tulisi lisätä läpinäkyvyyttä ja käyttökelpoisuutta sidosryhmille.
Pääoletukset	Osakkeenomistajat ovat etusijalla muihin sidosryhmiin nähden. Sidosryhmiä tulee hallita.	Sidosryhmiä tulee kuulla päätöksentekoprosesseissa ja suojata yritysjohdon väärinkäytöksiltä.
Sidosryhmien rooli	Sidosryhmiä tulisi kuulla ympäristövastuuraportoinnissa.	Sidosryhmät tulee ottaa merkittävästi huomioon ympäristövastuuraportoinnissa

Kirjoittaja luki molempien kohdeyritysten vastuullisuusraportin johdannon ja ympäristöosion kahdesti. Ensimmäisellä lukukerralla ylliviivattiin ympäristövastuuraporteissa esiintyvät sidosryhmät, jotta raporteissa esiintyvien sidosryhmien esiintymiskerrat saatiin laskettua. Toisella lukukerralla aineistoa analysoitiin käyttäen analyysirungossa esitettyjä näkökulmia ja raporteista luokiteltiin sidosryhmäviestintää näkökulmien mukaisesti.

Aineistonkeruun osalta tutkimus rajattiin Outokumpun ja SSAB:n vuoden 2022 vastuullisuusraportteihin, jotka löytyvät osana yritysten julkaisemia vuosikertomuksia. Vastuullisuusraporttien analysointi rajoittui ympäristövastuuseen sekä raporttien johdantoon, painottuen vain ympäristövastuun viestintään. Kyseiset vuosikertomukset vastuullisuusraportteineen ovat avoimesti haettavissa kohdeyritysten kotisivuilta.

Taulukko 3. Aineisto (Outokumpu, 2023a, SSAB, 2023a)

	Raportin nimi	Kieli	Johdanto	Ympäristö vastuu
Outokumpu	Outokumpun vuosikertomus 2022	suomi	s.28–35	s.35–51
SSAB	SSAB Annual Report 2022	englanti	s.28–31	s.32–44

4 YMPÄRISTÖVASTUURAPORTTIEN ANALYYSI

4.1 Raporteissa nimetyt sidosryhmät

Kohdeyritykset ovat nimenneet vastuullisuusraporttien johdannoissa olennaisuusanalyysiin perustuen tärkeimmät sidosryhmänsä, jotka esitetään taulukoissa 4 ja 5. Kyseisiä sidosryhmiä voidaan pitää kohdeyritysten mielestä keskeisimpinä sidosryhminä, sillä kohdeyritykset ovat halunneet tuoda sidosryhmät nimenomaisesti esille (ks. esim. Perrault, 2017).

Taulukko 4. Outokummun nimeämät sidosryhmät.

Sidosryhmät
Asiakkaat
Työntekijät
Osakkeenomistajat
Rahoittajat
Sijoittajat
Tavarantoimittajat
Kansalaisjärjestöt

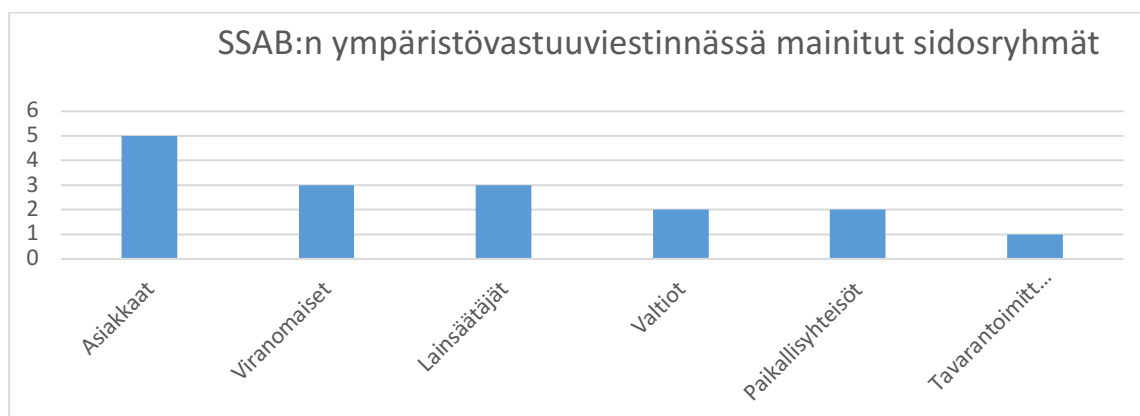
Taulukko 5. SSAB:n nimeämät sidosryhmät

Sidosryhmät
Nykyiset ja tulevat asiakkaat
Nykyiset ja tulevat työntekijät
Osakkeenomistajat
Rahoittajat
Sijoittajat
Nykyiset ja tulevat tavarantoimittajat
Paikallisyhteisöt
Yliopistot
Ammatilliset oppilaitokset
Lainsäätäjät
Tutkimuslaitokset
Media
Viranomaiset

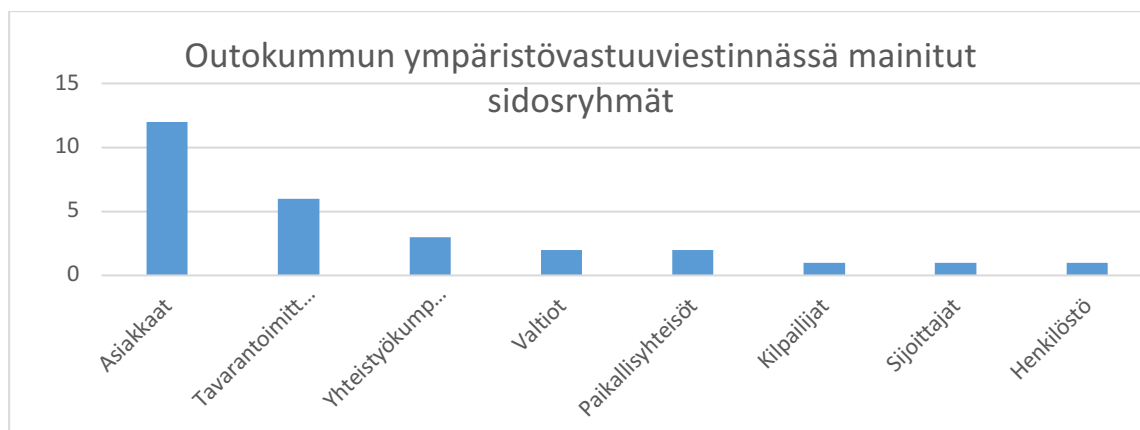
Taulukot 4 ja 5 yritysten nimeämistä sidosryhmistä eivät kerro, kuinka usein kyseiset sidosryhmät mainitaan ympäristövastuuraporteissa. Vastataksi tähän kysymykseen tuli ympäristövastuuraporteista etsiä, mitkä sidosryhmät nimenomaisesti mainitaan ympäristövastuuviestinnässä.

Ympäristövastuuviestinnässä esiintyviä sidosryhmiä havainnollistetaan kuvioissa 1 ja 2. Yhteistä molemmille kohdeyrityksille on, että mainituin sidosryhmä vastuullisuusviestinnässä on asiakkaat. Ympäristövastuun kannalta voi olla ongelmallista, että mainitut sidosryhmät edistävät taloudellista ulottuvuutta, ja riskinä onkin, että ympäristöviestintä jää toissijaiseksi taloudellisen näkökulman taakse. Lähtökohtaisesti ympäristövastuuraporttien tulisi edistää ympäristön etua, ei talouden. Huomionarvoista on, kuinka vähän yritykset mainitsevat nimeltä ympäristövastuuviestinnässään esimerkiksi kansalaisjärjestöjä tai mediaa, jotka yritykset ovat olennaisuusanalyysien yhteydessä nimenneet merkittäviksi sidosryhmikseen. Outokumpu ja SSAB ovat usein olleet median otsikoissa. Todennäköistä onkin, että yritykset viestivät kyseisille ryhmille epäsuorasti, eikä mainitse sidosryhmiä nimeltä.

Kuvio 1. SSAB:n ympäristövastuuviestinnässä esiintyvät sidosryhmät mainintakerroittain.



Kuvio 2. Outokummun ympäristövastuuviestinnässä esiintyvät sidosryhmät mainintakerroittain.



4.2 Sidosryhmille viestiminen

Sidosryhmät huomioidaan yritysten päätöksenteossa ja molemmat kohdeyritykset viestivät sidosryhmien ja yrityksen välisen dialogin tärkeyttä yritystoiminnasta. Kohdeyritykset painottavat, kuinka yritysten vastuullisuusstrategiat korostavat sidosryhmien tärkeinä pitämiä asioita. Kohdeyritykset ovat nimenneet liiketoimintansa tärkeimmät sidosryhmät ja sidosryhmien esiintyvyyttä ympäristövastuuviestinnässä esitettiin edellisessä luvussa. Vaikka sidosryhmien esiintymiskertojen lukumäärät viestivätkin tietoisesta yritysjohton valinnasta kenelle viestintä halutaan kohdistaa, eivät ne kerro, millaista viestintä sidosryhmille on. Tässä luvussa analysoidaan, kuinka sidosryhmille viestitään käyttäen analyysirunkona luvussa 3.2 esitettyä Brownin ja Fraserin (2006, 114) mallia. Raportit analysoidaan yritysjohton näkökulmasta (business case) ja sidosryhmävastuun näkökulmasta (stakeholder accountability).

4.2.1 Yritysjohton näkökulma

Yritysjohton näkökulmasta (business case) ympäristövastuuraportointi nähdään pääasiallisesti palvelevan liiketoimintaa ja osakkeenomistajia. Raportoinnin motivaationa voidaankin nähdä yritysten legitimaation perustelu yhteiskunnalle sekä positiivisten vaikutusten korostaminen. (Onkila, ym., 2014). Keskeistä tästä näkökulmasta on, että ympäristövastuuraportoinnin tulisi lisätä liiketoiminnallista kannattavuutta.

Yritysjohton näkökulma näkyi vahvasti viestinnässä asiakkaille. Ympäristövastuuraporttien perusteella asiakkaille kohdistetussa ympäristövastuuviestinnässä korostuu kohdeyritysten halu tehdä läheistä yhteistyötä asiakkaidensa kanssa. Kohdeyritykset tarjoavat monipuolisia ratkaisuja vähähiilisten tuotteiden muodossa, jotka auttavat asiakkaita vähentämään omia hiilidioksidipäästöjään sekä pääsemään omiin kestävyystavoitteisiin. Lisäksi asiakkaille viestitään terästuotteiden hyödyistä, painottaen ympäristötekijöitä, kuten tuotekohtaista hiilijalanjälkeä, pieniä päästöjä sekä korkealaatuisen vähähiilisen teräksen hyötyjä. Yhteistyö asiakkaiden kanssa tulee esiin raporteissa:

”Teemme läheistä yhteistyötä asiakkaidemme kanssa ja autamme heitä kehittämään ratkaisuja, jotka pienentävät entisestään heidän hiilijalanjälkeään ja pienentävät ilmastolle aiheutuvaa taakkaa” (Outokumpu, 2023a, 36).

Vaikka asiakkaille kohdistetusta ympäristövastuuviestinnässä korostuu ympäristön edistäminen, huomionarvoista on, kuinka ympäristöä edistävät toimet ovat sidoksissa liiketoiminnallisen kannattavuuden lisäämisessä. Tämä onkin tyypillistä yritysjohton näkökulmassa, jossa ympäristövastuuraportit laaditaan juuri tätä näkökulmaa ajatellen. Sama teema, jossa ympäristövastuu nähdään liiketoiminnallisen hyödyn mahdollistajana ja lisääjänä, toistuu viestinnässä osakkeenomistajille ja yrityksen taloudellisesta kasvusta kiinnostuneille:

”Kun yhteiskunta siirtyy kohti vähähiilisyttä, Outokummun tuotteiden markkinat kasvavat, ja samalla kasvaa mahdollisuus myynnin kasvuun” (Outokumpu, 2023a, 41).

Positiivisuus sekä legitimaation hakeminen yritystoiminnalle ovat vahvasti esillä kohdeyritysten ympäristövastuuviestinnässä. Viestinnän takana voidaan nähdä hyvän julkisuuskuvan luominen, sillä terästeollisuuden päästöillä on merkittävät vaikutukset ilmastoon. Vaikka molemmat tutkielman kohdeyritykset tiedostavatkin toimintansa vaikutukset ympäristöön, ei toiminnan negatiivisista vaikutuksista raportoida ympäristön näkökulmasta. Tämä on ongelmallista ympäristön kannalta, sillä kohdeyrityksillä on merkittävä vaikutus maailman ympäristötavoitteiden saavuttamisessa, ja merkittävänä terästeollisuuden yrityksinä, yritysten tulisi olla suunnannäyttäjiä teoilla ja raportoinnilla. SSAB mainitsee raportissaan toimintansa suuret hiilidioksidipäästöt, mutta viestinnän painopiste on regulaation lisääntymisessä, ja siitä mahdollisesti aiheutuvissa seurauksissa:

“The steel industry accounts for about 7% of total carbon dioxide emissions globally and is thus clearly impacted by increased regulations and market shifts that are aiming towards a low- carbon society” (SSAB, 2023a, 37).

Viestiin on tiivistetty hyvin yritysjohton näkökulman perusoletus. Ympäristövastuuraportoinnin tulee ensisijaisesti palvella liiketoimintaa, joka näkyy osakkeenomistajien varallisuuden kasvattamisena. Viestinnästä voidaankin luoda

johtopäätös, että yritysjohto viestii ympäristöasioista painottaen heidän tärkeinä pitämiä teemoja tai teemoista, joista yritysjohto uskoo sidosryhmien olevan kiinnostuneita. Teemana on nähtävissä liiketoiminnallinen kannattavuus. Ympäristön eteen tehdään toimia, mutta motivaatiotekijät toiminnan taustalla painottavat taloudellista ajattelua. Ympäristövastuun kannalta onkin ongelmallista, että ympäristö jätetään toissijaiseksi asiaksi taloudellisten tavoitteiden taakse. Lähtökohtaisesti päätöt vaikuttavat ympäristöön merkittävimmin, kuin regulaatio yrityksiin. Lisäksi viestinnässä korostuu legitimaation hakeminen. Outokumpu viestiikin, kuinka ympäristön edistämisen eteen on tehty merkittäviä toimia:

”Olemme viime vuosikymmeninä investoineet merkittävästi ympäristövaikutusten pienentämiseen” (Outokumpu, 2023a, 48).

Outokumpu ei raportissaan erittele tarkemmin, mitä nämä kyseiset toimet ovat olleet, vaan lause esiintyy irrallisena kuvatekstinä. Kyseinen lause korostaakin yritystoiminnan legitimaation hakemista sekä positiivisen julkisuuskuvan luomista. Sidosryhmille kyllä viestitään, että toimintaa kehitetään paremmaksi ympäristön kannalta, mutta avoimeksi kysymykseksi jääkin, mitä tämä konkreettisesti tarkoittaa. Tämä voi mahdollisesti heikentää sidosryhmien uskoa raportointia kohtaan. Taloudellista ajattelua korostava lukija voi pitää tärkeänä, että ympäristön eteen on tehty panostuksia, eikä hän vaadi tarkempia perusteluita. Ympäristöasioihin erikoistunut lukija, voi taas pitää viestintää riittämättömänä ja pikemminkin yrityksen julkisuuskuvan kiillotuksena. Lisäksi kohdeyritykset ovat joutuneet usein median otsikoihin liiketoiminnan negatiivisista vaikutuksista ympäristöön. Voidaan olettaa, että positiivinen viestintä kohdistuu osittain myös mediaa kohtaan, jolloin yritys voi muokata omaa julkisuuskuvansa ja vastata median väitteisiin. Tämä onkin yleinen toimintatapa (Laine, 2009; Brown & Deegan, 1998), mutta tehokkain keino oman julkisuuskuvan parantamisessa olisi ympäristön eteen tehtävien toimien konkreettinen lisääminen ja niistä raportointi sidosryhmille, jotka eivät edusta taloudellista näkökulmaa, kuten asiakkaat tai osakkeenomistajat.

4.2.2 Sidosryhmävastuu

Sidosryhmävastuussa (stakeholder accountability) tiivistyy ajatus, jossa ympäristövastuuraportoinnin tulisi lisätä läpinäkyvyyttä ja käyttökelpoisuutta sidosryhmille. Sidosryhmiä tulee kuulla päätöksentekoprosesseissa ja suojata yritysjohdon väärinkäytöksiltä (Onkila, ym. 2014).

Outokumpu ja SSAB viestivät vastuullisuusraporttien johdannossa yritysten ja sidosryhmien välisen dialogin tärkeydestä. Kohdeyritykset korostavat, kuinka sidosryhmiä kuullaan päätöksentekoprosesseissa ja sidosryhmät pääsevät vaikuttamaan olennaisiin aihealueisiin koskien esimerkiksi ympäristövastuuta. Esimerkiksi Outokummun (2023a) raportissa luetellaan, että yhdessä sidosryhmien kanssa vastuullisuusraportin neljäksi painopistealueeksi valittiin uudet teknologiat, kiertotalous sekä jätteet, päästöt ja jalanjäljen pienentäminen. Ympäristövastuuraportoinnin läpinäkyvyyden kannalta on merkittävää, että kohdeyritykset raportoivat asioista, joita sidosryhmät pitävät tärkeinä. Outokumpu viestiikin:

”Olennaisiksi aihealueiksi on valittu sekä Outokummulle tärkeitä aiheita esimerkiksi yrityksen strategiaan liittyen että sidosryhmien huolenaiheita heijastavia aihealueita” (Outokumpu, 2023a, 32).

Lähestymistapaa, jossa Outokumpu ottaa sidosryhmät huomioon vastuullisuusraportoinnin valmistelussa, voidaan pitää ympäristön kannalta oikeasuuntaisena. Lause herättää kuitenkin kaksi kysymystä. Keitä nämä sidosryhmät ovat sekä kuinka suuri merkitys yrityksen strategialla on ollut aihealueita valittaessa? Ovatko sidosryhmät taloudellista näkökulmaa edustavia sidosryhmiä, jotka määrällisesti esiintyvät eniten ympäristövastuuraporteissa vai ovatko sidosryhmät esimerkiksi aidosti ympäristöasioista kiinnostuneita, ympäristönsuojelun edistäjiä? Lähtökohtaisesti ajatus sidosryhmien ottamisesta mukaan päätöksentekoon kuulostaa oikealta ja ympäristöä edistävältä toiminnalta. Voidaanko kuitenkaan lopulta olla varmoja, että sidosryhmät edistävät ympäristön etuja tai mitä mahdollisia ristiriitoja tämä herättää sidosryhmien välillä? Lisäksi raporteissa ei avata, kuinka valitut teemat

ovat lopulta päätyneet keskeisimmiksi. Outokumpu ja SSAB avaavat raporteissaan, keitä sidosryhmiä haastateltiin olennaisia aihealueita valittaessa:

”Lisäksi haastateltiin asiakkaita, tavarantoimittajia ja muita sidosryhmiä kuten sijoittajia, työntekijöitä ja kansalaisjärjestöjä, jotta olennaisten sidosryhmien näkemyksistä saatiin mahdollisimman syvälinen käsitys” (Outokumpu, 2023a, 31).

”Within the framework of the consultation process, stakeholder dialogs were conducted with, among others, the general public, the municipality, authorities, local businesses and particularly affected parties, such as local residents” (SSAB, 2023a, 30).

Kohdeyritykset ovat nimenneet hyvin erilaiset sidosryhmät, joita vastuullisuusraportoinnin sisällöstä on haastateltu. Vaikka nimetyt sidosryhmät edustavat hyvin erilaisia näkökulmia, positiivista on, että yritykset kertovat avoimesti, keitä kohdeyritykset ovat haastatelleet. Ympäristövastuun näkökulmasta on ongelmallista, jos raportointi valmistellaan taloudellista näkökulmaa edistävien sidosryhmien toimesta, mutta lukijalle tehdään avoimeksi, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet raportointiin. SSAB:n lähestymistapa vaikuttaa ympäristön kannalta onnistuneemmalta, sillä sidosryhmiksi on valittu ainakin osittain heitä, joihin yritystoiminta vaikuttaa muutoinkin, kuin vain taloudellisesta näkökulmasta. Esimerkiksi SSAB on usein ollut median otsikoissa Raahen tehtaan päästövaikutuksista esimerkiksi paikallisyhteisöihin, joten paikallisyhteisöiden haastattelu vaikuttaa ympäristön kannalta oikealta lähestymistavalta.

Sidosryhmävastuun keskeinen periaate ympäristövastuuraportoinnin läpinäkyvyyden lisäämisestä sidosryhmille korostui, kun yritystoiminnan vaikutuksista paikallisyhteisöille viestittiin. Esimerkiksi Outokumpu viestii konkreettisista teoista, joita ympäristön eteen on tehty kuluvan vuoden aikana:

”Outokummussa on käynnissä useita projekteja luonnon monimuotoisuuden tukemiseksi tehdasalueillaan. Esimerkkejä ovat esimerkiksi Kemin kaivoksen lintuhotelli, hyönteishotellien rakentaminen Avestassa Ruotsissa sekä kukkaniitty mehiläisineen Dillenburgissa Saksassa” (Outokumpu, 2023a, 50).

Konkreettiset ja nopeat toimet ympäristön eteen sekä niistä raportoiminen ovat juuri sitä, mitä aiempi tutkimus on peräänkuuluttanut (Tregidga & Laine, 2022). Yritykset voivat viestiä sidosryhmilleen uskottavasti, mitä ympäristön eteen on tehty ja tullaan tekemään. Tämä lisää ympäristövastuuraportoinnin uskottavuutta. Huomionarvoista on kuitenkin, että sidosryhmille viestitään toimista, jotka eivät suoraan ole liitännäisiä esimerkiksi yritystoiminnan päästöjen vähentämiseen. Luonnon monimuotoisuutta lisätään tehtaiden lähialueilla, mutta tuleeko yhdeltä maailman saastuttavammalta toimialalta odottaa raportointia sidosryhmille toimista, jotka ovat merkittävimpiä ympäristön kannalta kuin Dillenburgin kukkaniityt? Kieltämättä toimet ovat arvokkaita paikallisyhteisöille, mutta yhden maailman saastuttavimman toimialan tulisi raportoida myös merkittävistä ympäristöpäästöistään sidosryhmille. SSAB huomioikin, että yritystoiminnalla on vaikutuksia valtioiden hiilineutraaliustavoitteiden saavuttamisessa:

”SSAB’s annual carbon dioxide emissions in Sweden and Finland correspond to approximately 10% and 7% respectively of total national emissions. This makes it extremely important for SSAB to reduce emissions to help each country reach its climate goals” (SSAB, 2023a, 33).

Asiaa voidaan pohtia kahdesta eri näkökulmasta. SSAB haluaa huomioida päästönsä vaikutukset, jotta valtiot, joita voidaan pitää yrityksen sidosryhminä, voivat saavuttaa ympäristön kannalta omat tavoitteensa. Yritys ajattelee siis toimintansa ympäristövaikutuksia ja haluaa vaikuttaa ympäristöön ympärillämme. Tämä ajattelu on keskeistä sidosryhmävastuussa. Toisaalta ympäristövastuun näkökulmasta olisi ongelmista, jos aikaisemmassa alaluvussa pohdittu näkökulma, jossa päästövähennysten motivaattorina nähdään regulaation lisääntyminen, on toimien motivaattorina. Yritykset ajattelisivat valtioiden päästötavoitteiden pääsemisen eduksi, ettei uutta regulaatiota tarvittaisi. Yritystoiminnan päästövähennysten konkreettisempi esittely mahdollistaisi, ettei lukijan tarvitsisi spekuloida, tehdäänkö toimia ympäristöä ajatellen vai taloudellista näkökulmaa painottaen. Vaikka toimet paikallisyhteisöjen lähialueille ja niistä raportoiminen eivät ole merkittäviä isossa kuvassa, olisi tällainen lähestymistapa kaikkeen ympäristövastuuraportointiin tervetulleempi ja toisi aitoa lisäarvoa ympäristövastuuraportteja lukeville sidosryhmille.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

Tämän tutkielman tavoitteena oli selvittää, miten Outokumpu ja SSAB viestivät ympäristövastuustaan ja lisäksi, kenelle kyseiset ympäristövastuuraportit ovat osoitettu. Molemmen tutkielman kohdeyritykset ovat erikoistuneet teräksen tuotantoon.

Tutkielman tutkimuskysymys oli:

Miten Helsingin pörssin terästeollisuusyritykset viestivät ympäristövastuuraporteissa sidosryhmilleen?

Tutkielman apututkimuskysymys oli:

Kenelle Helsingin pörssin terästeollisuusyritysten ympäristövastuuraportit ovat osoitettu?

Jotta voitiin vastata apututkimuskysymykseen, kenelle kohdeyritykset raportoivat ympäristövastuustaan, analysoitiin kohdeyritysten ympäristövastuuraportteja ja selvitettiin, kenet kohdeyritykset ovat nimenneet sidosryhmikseen olennaisuusanalyysien perusteella. Kohdeyritysten mainitsemat sidosryhmät esitettiin taulukoissa 4 ja 5 yleiskuvan luomiseksi esiintyvistä sidosryhmistä. Esiintyvistä sidosryhmistä ei voida luoda suurempia johtopäätöksiä, mutta yleistä on, että olennaisuusanalyseissa mainitut sidosryhmät ovat juuri sidosryhmiä, joita yritysjohto pitää tärkeimpinä sidosryhminään, joille esimerkiksi ympäristövastuuraporttien viestintä tulisi kohdistaa (Perrault, 2017). Kuvioissa 1 ja 2 ympäristövastuuraporteissa esiintyvien sidosryhmien esiintymiskerrat kvantifioitiin, joista saatiin selville, että ympäristövastuuraporteissa eniten esiintynyt sidosryhmä oli asiakkaat. Tämä vahvistaa Brownin ja Dillardin (2015) tutkimusta, jossa he kritisoivat sidosryhmien painottavan taloudellista ulottuvuutta. Lisäksi Onkila, ym. (2014) esittävät tutkimuksessaan, että ympäristövastuuraportointiin yksi eniten vaikuttavista sidosryhmistä on asiakkaat.

Taulukoissa 4 ja 5 esitetyt olennaisuusanalyysien perusteella nimetyt sidosryhmät edustivat vain taloudellista näkökulmaa. Puroila ja Mäkelä (2019) tutkimuksessaan esittävätkin, että useimmiten olennaisuus yritysjohdolle merkitsee taloudellista

olennaisuutta. Merkillepantavaa taas oli, ettei esimerkiksi luontoa tai maailmaa esiintynyt juurikaan ympäristövastuuviestinnässä. Tämä voi olla ongelmallista ympäristön näkökulmasta, sillä lopulta yritysten toiminta on riippuvaista ympäristöstä ja luonnosta, jossa ne toimivat (Tregidga & Laine, 2022). Outokumpu ei ollut nimennyt sidosryhmikseen tulevaisuuden sidosryhmiä, mutta SSAB (2023a, 30) on luetellut sidosryhmikseen lisäksi tulevaisuuden asiakkaat, työntekijät ja tavarantoimittajat. Chakhovich ja Virtanen (2023) esittävät tutkimuksessaan, että yritykset raportoivat mielellään tulevaisuuden sidosryhmille, sillä nykyisiä sidosryhmiä pidetään liian lyhytnäköisinä. Toisaalta Tregidga ja Laine (2022) kritisoivat, että perinteinen taloudellisiin lukuihin perustuva laskentatoimi perustuu tällä hetkellä lyhyen aikavälin tavoitteisiin ja ympäristön huomioiva laskentatoimi pitkän aikavälin tavoitteisiin. Tämän tutkielman tulosten valossa on huomion arvoista, että SSAB raportoi tulevaisuuden sidosryhmille, jotka edustuvat lyhytnäköistä taloudellista näkökulmaa. Tregidga ja Laine (2022) huomauttavat, että ympäristön huomioivan laskentatoimen tulisi perustua lyhyen aikavälin tavoitteisiin, kun taas perinteisen taloudellisiin lukuihin perustuvan laskentatoimen tulisi keskittyä pitkän aikavälin tavoitteisiin. Tämän tutkielman tulokset ovat siis vastakkaiset verrattuna Chakhovichin ja Virtasen (2023) sekä Tregidgan ja Laineen (2022) tutkimusten tuloksiin. Näiden teorioiden valossa SSAB raportoi siis tulevaisuuden sidosryhmille, jotka edistäisivät pitkän aikavälin tavoitteita, mutta sidosryhmät, joille raportoidaan ovat taloudellista lyhytnäköisyyttä edistäviä sidosryhmiä. Jos ympäristön huomioivan laskentatoimen tulisi pyrkiä enemmän lyhyen aikavälin tavoitteisiin, ovat SSAB:n nimeämät tulevaisuuden taloudellista näkökulmaa edistävät sidosryhmät ongelmalliset ympäristövastuun näkökulmasta Tregidgan ja Laineen (2022) tutkimustuloksiin pohjautuen.

Kohdeyritysten ympäristövastuuraportteja analysoitaessa merkillepantavaa oli, kuinka ympäristöä edistäviä toimija perusteltiin usein taloudellisesta näkökulmasta. Päästövähennyksiin tulisi päästä, jotta vältetään lisäregulaatio ja saadaan aikaiseksi lisämyyntiä, kun vähähiilisen teräksen markkinat kasvavat. Tällainen viestintä korostui juuri asiakkaille viestittäessä, mikä on liiketaloudellisesta näkökulmasta järkevää, mutta ovatko ympäristövastuuraportit oikea viestikanava tällaiseen? Ympäristövastuuraporteissa nostettiin valitettavan vähän esille maailman suurimpiin saastuttajiin kuuluvan toimialan vaikutukset ympäristöön ja viestintä oli osittain hyvin positiivista, jossa korostui legitimaation hakeminen yritystoiminnalle. Cho (2009) ja

Laine (2009) ovat tutkimuksissaan nostaneetkin esille, että raportointi on usein positiivista, jolla haetaan legitimaatiota. Tämä muodostaa ongelman, sillä ympäristövastuuraporttien tulisi palvella sidosryhmiä, jotka ovat kiinnostuneita yritysten vaikutuksista ympäristöön ja niistä raportointiin. Ympäristövastuuraporttien ei tulisi siis olla yleisiä mainospuheita, joita ne osittain tuntuvat sisällöltään olevan. Ympäristövastuuraporttien uskottavuuden kannalta olisi tärkeää, että raportit eivät korostaisi taloudellista ulottuvuutta ympäristön kustannuksella ja myös toiminnan negatiiviset vaikutukset nostettaisiin selvemmin esille. Palvelisiko tämä paremmin ympäristövastuusta kiinnostuneita sidosryhmiä?

Kohdeyritykset raportoivat merkittävistä toimista ja investoinneista ympäristön eteen. Toimet kuulostavat tärkeiltä ympäristön kannalta, mutta usein lukijalle ei avata, mitä nämä konkreettiset toimet ovat olleet. Voidaanko yhdeltä maailman saastuttavimman toimialan raportoinnilla odottaa konkreettisempaa raportointia, jossa pelkät kauniit sanat eivät riitä? Kauniit sanat voivat tyydyttää osaa sidosryhmistä, mutta ympäristön kannalta kauniit sanat eivät tuota lisäarvoa. Kuten Laine (2010) sekä Tregidga ja Laine (2022) tuovat tutkimuksissaan esille, lopulta kaikki ihmisten toiminta on riippuvaista ympäristöstä ja luonnosta. Ympäristön tulisikin olla vahvemmin esillä raportoinnissa. Toisaalta paikallisyhteisöille raportoitaessa kerrottiin konkreettisesti ne toimet, joita ympäristön eteen on kuluvan vuoden aikana tehty. Vaikkakin mehiläiset Dillenburgin kukkaniityillä ei kuulosta toimelta, jota maailman yhdeltä saastuttavammalta toimialalta tulisi odottaa, on raportoinnin näkökulmasta tällaiset toimet oikeita, sillä raportointi lisää sidosryhmien tietoisuutta toimista ympäristön eteen (Brown & Fraser, 2006). Jos kohdeyritykset raportoisivat myös merkittävimmistä ympäristötoimista samalla tavalla, kuin paikallisyhteisöille, saisi raportointi uutta uskottavuutta ja käyttöarvoa useammalle sidosryhmälle. Tällöin raportit palvelisivat aidosti ympäristöstä kiinnostuneita sidosryhmiä, sekä itse ympäristöä, eikä vain liiketaloudellisesta hyödyistä kiinnostuneita sidosryhmiä.

Merkillepantavaa onkin, kuinka usein yritystoiminnan ympäristön kannalta ”suuria linjoja” perusteltiin yritysjohtajan näkökulmasta. Vähähiilinen teräs avaa uusia markkinoita ja päästövähennyksiin on päästävää, jotta vältytään lisäregulaatiolta. Ymmärrettävää toki on, että kyseisillä päätöksillä on suuri vaikutus esimerkiksi osakkeenomistajiin, mutta tuleeko ympäristövastuuraporttien tarjota näin vahvaa

kanavaa sidosryhmäviestintään, joka painottaa taloudellisia näkökulmia? Usein taloudelliset intressit ovat ristiriidassa ympäristövastuun kanssa. Viestintä yritysjohdon näkökulmasta herättää myös paljon avoimia kysymyksiä, sillä tyypillisesti suurista toimista ympäristön eteen ei kerrota tarkemmin, kuin vain merkittäviä tekoja on tehty ja tullaan tekemään. Tekojen konkretisointi olisi myös tarvittava lisä, sillä lehdistöstä saadaan lukea usein hyvin päinvastaista uutisointia kohdeyrityksistä. Raportoinnista välittyikin valitettavan usein, että raportoinnin päämääränä on suurilta osin osakkeenomistajien varallisuuden kasvattaminen, kuten myös Brown, ym. (2006), Onkila, ym. (2014) ja Puroila ja Mäkelä (2019) esittävät tutkimuksissaan.

Sidosryhmävastuu tarjoaakin erilaisen näkökulman raportointiin, jossa ympäristövastuuraportoinnin tulisi lisätä läpinäkyvyyttä ja käyttökelpoisuutta sidosryhmille. Kohdeyritykset viestivät myös tästä näkökulmasta. Murillo-Luna, ym. (2008) esittävät tutkimuksessaan, että kaikille sidosryhmille viestitään vastuullisuusraporteissa samanaikaisesti, samalla viestillä, mutta tämän tutkielman perusteella kohdeyritykset viestivät useille eri sidosryhmille, useista eri näkökulmista. Lisäksi kohdeyritykset viestivät kyllä läpinäkyvästi, mutta läpinäkyvyys herätti myös kysymyksiä. Miksi esimerkiksi Outokummulla haastatellut olennaiset sidosryhmät painottivat taloudellista ulottuvuutta, ja kuinka he edistävät ympäristöä? Tutkielman tulokset vastaavat Brownin ja Dillardin (2015) tutkimuksen tuloksia, jossa he toivat ilmi yritysten painottavan taloudellista näkökulmaa sidosryhmissä. Lisäksi avoimuutta tulisi lisätä, kuinka olennaisuusanalyseissa on päädytty tiettyihin strategioihin sidosryhmien kanssa yhteistyössä, kuten Puroila ja Mäkelä (2019) kritisoivat tutkimuksessaan.

Jotta ympäristövastuuraportit palvelisivat ympäristöstä kiinnostuneita sidosryhmiä, tulisi yritysten pohtia uudelleen, kenelle he haluavat raportoida ympäristöstä (Onkila, ym., 2014). Merkittävä muutos olisi, että taloudellisesta, yritysjohdon näkökulmasta, siirryttäisiin raportoimaan avoimemmin yritystoiminnan negatiivista vaikutuksista, kuten Onkila, ym. (2014) esittävät tutkimuksessaan. Raportoinnissa tulisi kiinnittää enemmän huomiota, mitä vaikutuksia yritystoiminnalla on esimerkiksi sidosryhmiin, jotka joutuvat kärsimään yritystoiminnan päästöistä. Kuten Laine (2010) tutkimuksessaan huomauttaa, myös luonto sidosryhmänä tulisi huomioida vahvemmin. Yritysjohdolle voisi konkretisoida toiminnan vaikutukset ympäristöön

selvemmin, jos esimerkiksi luonto, maailma ja kaikki muu elollinen ja eloton huomioitaisiin sidosryhmänä, jotka eivät painota taloudellista ulottuvuutta. Valitettavasti tällä hetkellä yhden maailman saastuttavimman toimialan ympäristövastuuraportointi painottaa taloudellista ulottuvuutta, joka näkyy raportoinnin päämäärissä. Brown ja Fraser (2006), Onkila, ym. (2014) sekä Puroila ja Mäkelä (2019) tutkimuksissaan huomauttavatkin, että usein raportoinnilla pyritään osakkeenomistajien varallisuuden kasvattamiseen, joka on ongelmallista ympäristön näkökulmasta. Tämän tutkielman tulokset osoittavat, että ympäristövastuuraportoinnin analyysi sidosryhmien näkökulmasta tulisi saada enemmän huomiota laskentatoimen tutkimuskirjallisuudessa, sillä ympäristövastuuraportoinnin motivaattorit ovat hyvin talouspainotteiset, mikä on ongelmallista sidosryhmien kannalta, jotka ovat yritysten päästöjen kohteina. Kuten Bebbington ja Larrinaga (2020) huomauttavat, painoarvoa ei tulisi antaa pelkästään tutkimusaukoille, vaan laskentatoimen tutkimuksen tulisi keskittyä enemmän ongelmiin, jotka vaativat tutkimusta.

Analyysirunkona käytetty Brownin ja Fraserin (2006, 114) näkökulmat ympäristövastuuraportointiin osoitti, että tässä tutkielmassa yritykset viestivät sidosryhmilleen useasta eri näkökulmasta. Myös Onkila, ym. (2014) tutkimuksessaan analysoivat, että yritysjohton näkökulma oli eniten käytetty näkökulma raportointiin, mutta myös sidosryhmävastuun sekä kriittisen teorian näkökulmaa esiintyi raporteissa. Tässä tutkielmassa ympäristövastuuraportteja analysoitiin vain sidosryhmävastuun ja yritysjohton näkökulmasta, joten tutkielmaan liittyy tältä osalta rajoitteita ja vaihtoehtoisia tulkintoja voisi syntyä, jos ympäristövastuuraportteja olisi analysoitu myös kriittisen teorian näkökulmasta. Tämän tutkielman menetelmällinen valinta ohjasi löytämään ympäristövastuuraporteista viestintää, jotka painottivat taloudellista ulottuvuutta. Toki ympäristövastuuraporttien analysointi osoitti, että yritysjohton näkökulma painottui viestinnässä. Sidosryhmävastuun avulla analysoitiin ympäristövastuuraporteista viestintää, joka korosti ympäristövastuuraportoinnin läpinäkyvyyttä. Valitettavasti tästä näkökulmasta analysoitaessa toimet, joita kohdeyritykset tekivät, tuntuivat vähäisiltä suhteutettuna yhden maailman saastuttavimman toimialan päästöihin. Kaivattua kriittistä näkökulmaa ei ympäristövastuuraporteissa esiintynyt. Kohdeyritysten ympäristövastuuraporttien analysointi kriittisestä näkökulmasta olisi mahdollistanut analysoinnin, jossa

ympäristövastuuraporttien analysointi olisi painottanut juuri kriittistä viestintää ympäristövastuusta sekä mahdollisista ristiriitatilanteista.

Tähän tutkielmaan liittyy myös rajoitteita, jotka ovat keskeisiä kvalitatiiviselle tutkimukselle. Tällainen on esimerkiksi tutkimuksen uskottavuus (Messner, ym., 2017). Tässä tutkielmassa vastuullisuusraporttien analysointiin liittyy riski, että aineiston muodostamiseen liittyy valikoivuutta. Valikoivuudella tarkoitetaan, että tutkija kerää ja analysoi tietoa, jonka tutkija näkee itse olennaisena esimerkiksi tutkimuksen teorian kannalta (Messner, ym., 2017). Toisaalta Messner, ym. (2017) korostavat, että tämä on välttämätöntä laadullisessa tutkimuksessa. Tässä tutkielmassa analyysirunkona käytettiin Brownin ja Fraserin (2006, 114) mallia, jonka avulla ympäristövastuuraportoinnin päämääriä ja viestintää pyrittiin ymmärtämään. Valikoivuutta pyrittiin tässä tutkielmassa välttämään perehtymällä syvällisesti teoriaan analyysirungon taustalla, jotta tulkinta ei jäisi liian pintapuoleiseksi ja teorian monimuotoisuus sisäistettäisiin. Tällä tavoin ympäristövastuuraporteista voitiin nostaa viestintää, jonka on liitännäinen käsiteltävään teoriaan. Tutkimuksen uskottavuutta voidaan parantaa, kun lukijalla avataan, miksi esimerkiksi valitut tekstit ovat valikoituneet analysoitaviksi (Messner, ym., 2017). Tässä tutkielmassa on perusteltu, miksi ympäristövastuuraporteissa nousseet tekstit on valikoituneet analysoitaviksi ja mitä se tarkoittaa käytetyn teorian näkökulmasta.

Tutkielma herätti useita jatkotutkimusmahdollisuuksia. Ensinnäkin tutkielma vastasi kysymykseen, miten Helsingin pörssin terästeollisuusyritykset viestivät sidosryhmilleen ympäristövastuuraporteissa. Ympäristövastuuraportit antavat osittain yksipuolisen näkökulman sidosryhmille viestimisestä, joten vastapainona mahdollinen jatkotutkimuskysymys olisi, miten eri sidosryhmät näkevät ympäristövastuuraportoinnin. Tutkimus voitaisiin toteuttaa haastattelemalla eri sidosryhmiä ja kysyä heidän näkemyksiään ympäristövastuuraportoinnista. Tämä omalta osaltaan edistäisi yritysten ja sidosryhmien välistä dialogia, jolloin ympäristövastuuraportoinnissa saataisiin vahvimmin näkymään myös erilaisten sidosryhmien rooli.

Toinen jatkotutkimusmahdollisuus olisi jatkaa saman aihepiirin tutkimista, miten sidosryhmille viestitään ympäristövastuusta, mutta tutkimuksen kohteena ei olisi suuria

yrityksiä, joiden ympäristövastuuraportit ovat helposti saatavilla. Laine, ym. (2020) ovat tutkimuksessaan tuoneet tätä näkökulmaa esille, jossa perinteisten saastuttavien suuryritysten lisäksi tutkittaisiin esimerkiksi organisaatioita, jotka aiheuttavat suuria päästöjä ympäristölle. Tällainen voisi olla esimerkiksi puolustusministeriö, kuten Laine, ym. (2020) ehdottavat. Tärkeää olisikin lisätä tietoisuutta myös muista toimijoista, jotka saastuttavat paljon, mutta eivät ole jatkuvasti esimerkiksi median otsikoissa.

Kolmas jatkotutkimusmahdollisuus olisi selvittää, kuinka yritysjohto tunnistaa sidosryhmien sisällä olevat eroavaisuudet. Puroila ja Mäkelä (2019) korostavatkin, että yritykset tunnistavat useita eri sidosryhmiä, mutta yritykset usein käsittelevät eri sidosryhmiä samalla tavalla. Esimerkiksi yleinen ajatus on, että kaikki asiakkaat ovat asiakkaita ja käyttäytyvät samanlaisesti. Näin ei kuitenkaan ole, sillä useat sidosryhmät voivat toimia useamman sidosryhmän roolissa (Puroila & Mäkelä, 2019). Esimerkiksi asiakas voi olla lisäksi paikallisyhteisön edustaja. On myös mahdollista, että eri sidosryhmät liittoutuvat keskenään ja ajavat yhdessä tiettyä asiaa (Puroila & Mäkelä, 2019). Yritysjohto voisi monipuolistaa ympäristövastuuviestintää, tunnistessaan sidosryhmien moninaisuudet. On myös mahdollista, että vaikka sidosryhmä edistäisikin taloudellista näkökulmaa, kuten asiakkaat, on heidän intresseissään konkreettiset toimet ympäristön eteen, joita raportit harvoin nykymuodossaan antavat.

LÄHDELUETTELO

Kirjallisuus

Adams, C. (2004). The ethical, social and environmental reporting-performance portrayal gap. *Accounting, auditing, & accountability*, 17(5), 731-757

Andrew, J. & Baker, M. (2020). Corporate Social Responsibility Reporting: The Last 40 Years and a Path to Sharing Future Insights. *Abacus (Sydney)*, 56(1), 35-65

Bebbington, J. & Larrinaga, C. (2014). Accounting and sustainable development: An exploration. *Accounting, organizations and society*, 39(6), 395-413

Brown, J. & Fraser, M. (2006). Approaches and perspectives in social and environmental accounting: an overview of the conceptual landscape. *Business strategy and the environment*, 15(2), 103-117

Brown, J. & Dillard, J. (2014). Integrated reporting: On the need for broadening out and opening up. *Accounting, auditing & accountability journal*, 27(7), 1120-1156

Brown, J. & Dillard, J. (2015). Dialogic Accountings for Stakeholders: On Opening Up and Closing Down Participatory Governance. *Journal of management studies*, 52(7), 961-985

Brown, N. & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information-a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and business research*, 29(1), 21-41

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management review*, 4(4), 497-505

Chakhovich, T. & Virtanen, T. (2023). Accountability for sustainability – An institutional entrepreneur as the representative of future stakeholders. *Critical perspectives on accounting*, 91, 102399, Article 102399

Cho, C. H. (2009). Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster: A French Case Study of Total SA's Erika and AZF Incidents. *The European accounting review*, 18(1), 33-62

Cormier, D., Gordon, I. M. & Magnan, M. (2004). Corporate environmental disclosure: Contrasting management's perceptions with reality. *Journal of Business Ethics* 49, 143-165

Deegan, C. & Islam, M. A. (2014). An exploration of NGO and media efforts to influence workplace practices and associated accountability within global supply chains. *The British accounting review*, 46(4), 397-415

Dixon, R., Mousa, G. A. & Woodhead, A. (2005). The Role of Environmental Initiatives in Encouraging Companies to Engage in Environmental Reporting. *European management journal*, 23(6), 702-716

- Gulluscio, G., Puntillo P., Lucianni V. & Huisingh D. (2020). Climate Change Accounting and Reporting: A Systematic Literature Review. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 12(13), 5455
- Harmaala M-M. & Jallinoja, N. (2013). *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*. Helsinki: Sanoma Pro
- Hemphill, T. (2004). Corporate Citizenship: The Case for a New Corporate Governance Model. *Business and society review* (1974), 109(3), 339-361
- Huang, C-L. & Kung, F-H. (2010). Drivers of Environmental Disclosure and Stakeholder Expectation: Evidence from Taiwan. *Journal of business ethics*, 96(3), 435-451
- Jamali, D. (2008). A Stakeholder Approach to Corporate Social Responsibility: A Fresh Perspective into Theory and Practice. *Journal of business ethics*, 82(1), 213-231
- Kim, J., Sovacool, B., Brazilian, M., Griffiths, S., Lee, J., Yang, M. & Lee, J. (2022). Decarbonizing the iron and steel industry: A systematic review of sociotechnical systems, technological innovations, and policy options. *Energy research & social science*, 89, 102565, Article 102565
- Kolk, A. (2003). Trends in sustainability reporting by the Fortune Global 250. *Business strategy and the environment*, 12(5), 279-291
- Kolk, A. (2004). A decade of sustainability reporting: developments and significance. *International journal of environment and sustainable development*, 3(1), 51-64
- Laine, M. (2009). Ensuring legitimacy through rhetorical changes?: A longitudinal interpretation of the environmental disclosures of a leading Finnish chemical company. *Accounting, auditing & accountability journal*, 22(7), 1029-1054
- Laine, M. (2010). The Nature of Nature as a Stakeholder. *Journal of business ethics*, 96(1), 73-78
- Laine, M., Scobie, M., Sorola, M. & Tregidga, H. (2020). Special Issue Editorial: Social and Environmental Account/Ability 2020 and Beyond. *Social and environmental accountability journal*, 40(1), 1-23
- Manetti, G. (2011). The quality of stakeholder engagement in sustainability reporting: empirical evidence and critical points. *Corporate social-responsibility and environmental management*, 18(2), 110-122
- Messner, M., Moll J. & Strömsten, T. (2017). Credibility and authenticity in qualitative accounting research. Teoksessa Hogue, Z., Parker, L. D., Covalleski, M. A. & Haynes, K. *The Routledge companion to qualitative accounting research methods*. London : Routledge

Murillo-Luna, J. L., Garcés-Ayerbe, C. & Rivera-Torres, P. (2008). Why do patterns of environmental response differ? A stakeholders' pressure approach. *Strategic management journal*, 29(11), 1225-1240

Mäkelä, H. (2021) Vastuullisuusraportoinnin monet roolit. ProCom - Viestinnän ammattilaiset ry

Niskala, M., Pajunen, T., Tarna-Mani, K. & Puroila, J. (2019). *Yritysvastuu: raportointi- ja laskentaperiaatteet*. ST-Akatemia Oy

Onkila, T. (2011). Multiple forms of stakeholder interaction in environmental management: business arguments regarding differences in stakeholder relationships. *Business strategy and the environment*, 20(6), 379-393

Onkila, T., Joensuu, K. & Koskela, M. (2014). Implications of Managerial Framing of Stakeholders in Environmental Reports. *Social and environmental accountability journal*, 34(3), 134-156

Perrault, E. (2017). A 'Names-and-Faces Approach' to Stakeholder Identification and Saliency: A Matter of Status. *Journal of business ethics*, 146(1), 25-38

Phillips, R., Freeman, R. E. & Edwards, A. C. (2003). What Stakeholder Theory is Not. *Business ethics quarterly*, 13(4), 479-502

Portney, K. E. (2015). *Sustainability*. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press

Puroila, J. & Mäkelä, H. (2019). Matter of opinion: exploring the socio-political nature of materiality disclosures in sustainability reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(4), 1043-1072

Schneider, A. & Meins, E. (2012). Two Dimensions of Corporate Sustainability Assessment: Towards a Comprehensive Framework. *Business strategy and the environment*, 21(4), 211-222

Spence, C. (2009). Social and environmental reporting and the corporate ego. *Business strategy and the environment*, 18(4), 254-265

Tregidga, H. & Laine, M. (2022). On crisis and emergency: Is it time to rethink long-term environmental accounting? *Critical perspectives on accounting*, 82, 102311, Article 102311

Tuomi, J. & Sarajärvi A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi

Muut lähteet

Boxberg, K. (2022). Tässä ovat Suomen saastuttavimmat teollisuusyhtiöt. *Talouselämä*. Viitattu 27.11.2023.

<https://www.talouselama.fi/uutiset/tassa-ovat-suomen-saastuttavimmat-teollisuusyhtiot/c2d7545f-fbc5-4306-905d-8ddecc0b0f63>

Bruntlandin raportti (1987). Report of the World Commission for Environment and Development: Our Common Future
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

Outokumpu. (2023a). Outokummun vuosikertomus 2022.
<https://www.outokumpu.com/fi-fi/sijoittajat/materials/2022>

Outokumpu. (2023b). Outokumpu lyhyesti. Viitattu 4.11.2023
<https://www.outokumpu.com/fi-fi/about-outokumpu/in-brief>

Outokumpu. (2023c). Europe-liiketoiminta-alue. Viitattu 4.11.2023
<https://www.outokumpu.com/fi-fi/about-outokumpu/organization/europe>

Outokumpu. (2023d). Americas-liiketoiminta-alue. Viitattu 4.11.2023
<https://www.outokumpu.com/fi-fi/about-outokumpu/organization/americas>

Outokumpu. (2023)e. Ferrochrome-liiketoiminta-alue. Viitattu 4.11.2023
<https://www.outokumpu.com/fi-fi/about-outokumpu/organization/ferrochrome>

SSAB. (2023a). Annual Report 2022.
<https://www.ssab.com/en/company/investors/reports-and-presentations#sort=%40customorder%20descending>

SSAB. (2023b). SSAB in brief. Viitattu 4.11.2023
<https://www.ssab.com/en/company/about-ssab/ssab-in-brief>

Suomen YK-liitto. (2023). Kestävä kehitys – historiaa ja toiminnan taustoja. Viitattu 27.10.2023.
<https://www.ykliitto.fi/kestava-kehitys/kestava-kehitys-historiaa-ja-toiminnan-taustoja>

Valtavaara, M. (2023). Raahesta pölhtää. Helsingin Sanomat. Viitattu 28.9.2023.
<https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000009383052.html>

Laatikainen, T. (2019). Kourallinen yrityksiä tuottaa valtavan siivun Suomen hiilidioksidipäästöistä. Kauppalehti. Viitattu 27.11.2023
<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/kourallinen-yrityksia-tuottaa-valtavan-siivun-suomen-hiilidioksidipaastoista/1e416b5a-1616-494c-91a6-13a9a69f2917>