

TAMPEREEN YLIOPISTO
Johtamiskorkeakoulu

SUOMALAISTEN PÖRSSIYRITYSTEN VUOSIKERTOMUSRAPORTOINNIN
GRAAFISUUS 2000-LUVULLA – LEGITIMAATIOTEORIA JA AGENTTITEORIA
VAPAAEHTOISEN GRAAFIEN KÄYTÖN SELITTÄJINÄ

Yrityksen laskentatoimi
Pro Gradu -tutkielma
Huhtikuu 2017
Ohjaaja: Hannu Ojala

Marita Mäkeläinen

TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto	Johtamiskorkeakoulu; yrityksen laskentatoimi
Tekijä:	MÄKELÄINEN, MARITA
Tutkielman nimi:	Suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomusraportoinnin graafisuus 2000-luvulla – legitimaatioteoria ja agenttiteoria vapaaehtoisen graafien käytön selittäjinä
Pro Gradu -tutkielma:	78 sivua, 6 liitesivua
Aika:	Huhtikuu 2017
Avainsanat:	agenttiteoria, graafi, graafinen vuosikertomusraportointi, legitimaatioteoria, legitimointi, pörssiyritys, vuosikertomus

Viime vuosikymmeninä yritysten vuosikertomusraportointi on käynyt läpi laajan muutosprosessin, jonka myötä myös graafeista eli taloudellisen informaation visuaalisista kuvaajista on tullut keskeinen vuosikertomusten osa. Koska graafinen vuosikertomusraportointi on tutkimusaiheena uusi, graafien käytöstä vuosikertomuksissa on saatu vasta vähän tutkimustietoa. Etenkin alueellisiin graafisen raportoinnin käytänteisiin sekä graafien käytön muutoksiin liittyvä tutkimustarve on havaittu suureksi, minkä lisäksi aiempien tutkimusten teoriapohjan on todettu olevan varsin yksipuolinen.

Tämä on ensimmäinen suomalaisten pörssiyritysten graafista vuosikertomusraportointia kattavasti tarkasteleva tutkimus. Se täydentää tieteellistä keskustelua soveltamalla graafien käytön tutkimiseen vaikutelmajohtamisen teorian sijasta legitimaatioteoriaa, jota aiemmin on käytetty lähinnä yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin tutkimisessa. Legitimaatioteorian rinnalla graafien käytön selittäjänä sovelletaan myös agenttiteoriaa. Tutkimus on toteutettu paneelitutkimuksena, eli viidenkymmenenviiden (55) Nasdaq OMX Helsingin pörssilistalla listattuna olevan yrityksen graafista vuosikertomusraportointia on analysoitu vuosilta 2000, 2005, 2010 ja 2015. Tällöin on pystytty muodostamaan kattava yleiskäsitys suomalaisten pörssiyritysten graafisen vuosikertomusraportoinnin nykytilasta ja graafien käytössä tapahtuneista muutoksista.

Tutkimus tuotti runsaasti yksityiskohtaista tietoa graafisesta vuosikertomusraportoinnista. Graafien käyttöaste on vakiintunut lähes 100-prosenttiseksi, ja keskimääräinen vuosikertomuskohtainen graafimäärä (GPAR) tutkimusajanjaksolla oli 19,5 graafia. Eniten vuosikertomuksissa käytetään pylväsgraafeja, ja muutenkin eri graafityyppien käyttö mukailee pitkälti aiempia tutkimustuloksia. Yhdistelmägraafien osuus kuitenkin on tavanomaista suurempi. Kuvatuimmat graafiaiheet ovat liikevaihto, liiketulos, osakekurssi ja henkilöstö, ja eri aiheiden kuvaamisen yleisyydessä on havaittavissa sekä nousevia että laskevia suuntauksia. Toimialaeroja taas löydettiin graafiaiheiden ja graafien käyttömäärien suhteen. Lisäksi tutkimuksessa saatiin viitteitä siitä, että yksi graafien käyttöön vaikuttava tekijä olisi legitimointi eli legitimitietin (toiminnan ja olemassaolon oikeutuksen) tavoittelu ympäröivältä yhteisöltä. Legitimaatioteoria näyttää selittävän graafista vuosikertomusraportointia, minkä lisäksi se pystyy myös tarjoamaan selityksen sille, miksi yritykset käyttävät vuosikertomuksissaan graafeja ilman lainsäädännöllistä velvoitetta. Agenttiteoria puolestaan havaittiin selityskykyiseksi etenkin graafiaiheiden osalta. Sekä legitimaatio- että agenttiteoriaa voidaan siis käyttää graafisen vuosikertomusraportoinnin selittämiseen.

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	1
1.1 Aihealueen esittely ja merkitys	1
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja keskeiset rajaukset	5
1.2.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelman täsmennys	5
1.2.2 Keskeiset rajaukset	7
1.3 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen kulku	9
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS	12
2.1 Legitimaatioteoria ja agenttiteoria	12
2.1.1 Legitimaatioteoria, legitimointi ja legitimizeetti	12
2.1.2 Vuosikertomus, vapaaehtoinen raportointi ja graafit legitimaatioteorian näkökulmasta	16
2.1.3 Agenttiteoria ja sen suhde legitimaatioteoriaan	18
2.2 Aiemmat vuosikertomusgraafeihin liittyvät tutkimukset	21
2.2.1 Sidosryhmien odotukset graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen	21
2.2.2 Graafien käyttöä käsitelleet keskeiset aiemmat tutkimukset	25
2.3 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys	28
3 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT	33
3.1 Aineisto ja sen hankkiminen	33
3.2 Aineiston luokittelu ja muuttujat	35
3.3 Reliabiliteetti, validiteetti ja tutkimuksen kokonaisluotettavuus	38
4 TULOKSET	41
4.1 Graafien käytön yleisyys	41
4.2 Graafityypit	45
4.3 Graafien kuvatut muuttujat eli graafiaiheet	48
4.4 Toimialaerot graafisessa vuosikertomusraportoinnissa	54
4.5 Legitimaatioteoria ja agenttiteoria graafisen vuosikertomusraportoinnin selittäjinä	56
5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO	62
5.1 Keskeisimmät tulokset tiivistettynä	62
5.2 Tutkimuksen rajoitteet ja aiheita jatkotutkimukselle	66
5.3 Johtopäätökset	69
LÄHDELUETTELO	72
LIITTEET	79
LIITE 1: Bartlettin ja Chandlerin (1997) tulokset	79
LIITE 2: Tutkimusotoksen yritykset	80
LIITE 3: Aineiston toimialajakauma ja edustavuus	81
LIITE 4: Muuttujien luokat ja luokittelun perusteet	82

1 JOHDANTO

1.1 Aihealueen esittely ja merkitys

Taloudellinen raportointi, jonka yhtenä päätehtävänä on tuottaa yrityksen sidosryhmille riittävää ja relevanttia informaatiota, liittyy keskeisesti kaikkien yritysten toimintaan (Scott 2015, 72). Nykyään yrityksillä on käytössään lukuisia vaihtoehtoisia taloudellisen raportoinnin kanavia, joiden kautta ne voivat välittää tietoa toiminnastaan ympäröivälle yhteisölle (Falschlunger, Eisl, Losbichler & Greil 2015, 384), mutta näistä käytetyin lienee vuosikertomus (Adams, Hill & Roberts 1998, 5). Myös sidosryhmät kokevat vuosikertomuksen yhä tärkeämmäksi ja vaikuttavammaksi informaation lähteeksi (Bartlett & Chandler 1997, 255; Hooks, Coy & Davey 2002, 502), vaikka käytettävissä on monia muitakin tietolähteitä. Vuosikertomusta voidaan näin ollen perustellusti pitää yhtenä yrityksen taloudellisen raportointijärjestelmän merkittävimmistä tuotoksista (Isa 2006, 39; Rahman, Hamdan & Ibrahim 2014, 654).

Vuosikertomus voidaan määritellä yrityksen vuosittain julkistamaksi, kirjalliseksi talousraportiksi, jossa kerrotaan yrityksen toiminnasta kuluneella tilikaudella ja kuvaillaan yrityksen tulevaisuudennäkymiä (Courtis 1987, 19; Penrose 2008, 158; Uyar 2009, 424). Perinteisesti yritysten vuosikertomukset on nähty melko muotosidonnaisina julkisina asiakirjoina, joita yritykset laativat täyttääkseen lainsäädännön ja erityisten raportointisäännösten asettamat velvoitteet (Courtis 1997, 269; Stanton & Stanton 2002, 478). Viimeisten kolmen vuosikymmenen aikana teknologia, lainsäädäntö, liikkeenjohdon käytännöt ja yritysraportointiympäristö ovat kuitenkin muuttuneet paljon, mikä osaltaan on johtanut siihen, että yritysten vuosikertomukset ovat kehittyneet virallisista taloudellisen tiedon raportoijista myös markkinoinnilliseksi sidosryhmäsuhteiden hallinnan välineiksi ja tiedon kommunikoijiksi (Beattie, Dhanani & Jones 2008, 181–182; McKinstry 1996, 109; Stanton & Stanton 2002, 479). Nykyisin vuosikertomus on suunnattu laajemmalle joukolle, ja sillä on useita eri tehtäviä, kuten yrityksen imagon luominen, maineen ylläpitäminen sekä sidosryhmien odotuksiin ja tietotarpeisiin vastaaminen (Karreman, DeJong & Hofmans 2014, 78–80; Stanton & Stanton 2002, 478–493). Lisäksi vuosikertomusraportoinnin avoimuus ja läpinäkyvyys on korostunut viime vuosina (Beattie & Jones 1993, 39).

Edellä kuvattu vuosikertomuksen merkityksen muuttuminen lienee osaltaan vaikuttanut siihen, että vuosikertomuksiin on alettu sisällyttää yhä enemmän raportoinnin lainsäädännölliset minimivaatimukset ylittävää vapaaehtoista informaatiota (Beattie & Jones 1997, 33). Vapaaehtoisen vuosikertomusraportoinnin määrän lisääntymisestä huolimatta sen taustalla olevia tekijöitä ei vielä ole kovin kattavasti pystytty selvittämään (Beattie ym. 2008, 33), mistä johtuen vapaaehtoisen raportoinnin syyt kiinnostavat tutkijoita yhä enenevässä määrin (Meek, Roberts & Gray 1995, 555). Vapaaehtoiseen raportointiin sekä sen sisältöön ja muotoihin vaikuttanevat monet eri tekijät, mutta pääsääntöisesti vapaaehtoista raportointia esiintyy vain silloin ja siinä laajuudessa, kun tällaisesta raportoinnista saatavat hyödyt ylittävät raportoinnista aiheutuvat suorat ja epäsuorat lisäkustannukset (Revsine, Collins, Johnson & Mittelstaedt 2012, 11; Meek ym. 1995, 556.)

Eräs keskeinen vapaaehtoisen taloudellisen raportoinnin muoto on graafien käyttäminen vuosikertomuksissa (Beattie & Jones 1997, 34; Beattie & Jones 2002, 546). Kuten esimerkiksi enin osa yhteiskuntavastuuraportoinnista, myös graafien käyttö on vapaaehtoista, sillä laki tai muut säännökset eivät velvoita yrityksiä käyttämään graafeja vuosikertomuksissaan (Rahman ym. 2014, 658). Nykyään vuosikertomuksissa käytetään yhä enemmän graafeja (Beattie ym. 2008, 216; Dilla & Janvrin 2010, 258) ja graafeja voidaan jo pitää vuosikertomusten vakiokomponentteina (Beattie & Jones 2001, 198) tai jopa yhtenä vuosikertomusten keskeisimmistä osasista (Canniffe 2003, 7). Graafien merkityksen korostumiseen on vaikuttanut vapaaehtoisen raportoinnin yleistymisen lisäksi myös se, että vuosikertomusten ulkoasuun on alettu kiinnittää enemmän huomiota (Beattie ym. 2008, 186–217).

Määritelmän mukaan graafit ovat kvantitatiivisen eli määrällisen tiedon visuaalisia kuvastajia eli geometrisiin muotoihin perustuvia kuvioita, kaavioita ja diagrammeja, joilla numeerista dataa voidaan esittää havainnollisemmin (Frownfelter-Lohrke ym. 2001, 345). Courtis (1997, 270) toteaa, että graafit kommunikoivat tilastollista dataa ja muuttujien välisiä suhteita visuaalisesti käyttäen apuna numeroita, symboleita ja sanoja. Graafeja on olemassa monenlaisia, mutta taloudellisessa raportoinnissa eniten käytettyjä graafityyppejä ovat ympyrä-, pylväs- ja viivakuviot sekä näiden yhdistelmät (Beattie & Jones 1992, 292–293; Volkov & Laing 2012, 85). Eri graafityypit soveltuvat erityyppisen informaation esittämiseen (Beattie & Jones 1992, 295) ja myös niiden informaatioarvo

voi olla erilainen (Arunachalam, Pei & Steinbart 2002, 184). Kaikkiin graafeihin liittyvä keskeinen tunnusmerkki on kuitenkin se, että niiden avulla ei yleensä esitetä täysin uutta informaatiota, vaan pikemminkin havainnollistetaan jo aiemmin esitettyä tietoa (Beattie & Jones 2001, 196).

Graafien käyttö tarjoaa sekä vuosikertomuksen laatijoille että lukijoille monia etuja, joita on havaittu aiemmissa tutkimuksissa (Courtis 1997, 272). Ensinnäkin, graafit kiinnittävät lukijoiden huomion (Courtis 1997, 272; Hill & Milner 2003, 136) ja tarjoavat tiedon lukijoille helpommin omaksuttavassa muodossa (Beattie & Jones 2001, 197; Courtis 1997, 272). Graafit ovatkin tehokkaita taloudellisen tiedon kommunikoijia (Beattie & Jones 1993, 38), jotka muun muassa helpottavat muutostrendien havaitsemista ja vertailua (Courtis 1997, 273; Steinbart 1989, 60), ilmentävät hyvin muuttujien välisiä suhteita (Smith & Bain 1987, 20), korostavat keskeisiä seikkoja (Leach 1988, 93) sekä tiivistävät tietoa (Fulkerson, Pitman & Frownfelter-Lohrke 1999, 28; Johnson, Rice & Roemmich 1980, 50). Edellä mainitut seikat selittävät sitä, että graafit koetaan usein helpommin ymmärrettäväksi ja selkeämmiksi kuin numeerinen tai taulukkomuotoinen taloudellinen tieto (Beattie & Jones 1997, 34; Stock & Watson 1984). Graafien etuihin kuuluu myös se, että ne ovat universaalisti ymmärrettävissä (Beattie & Jones 2001, 197), jäävät helpommin mieleen (Smith & Bain 1987, 20), nopeuttavat tiedon käsittelyä (Holmes 1984, 65) sekä taloudellisen raportoinnin kontekstissa auttavat muodostamaan yleiskuvan yrityksen toiminnasta (Courtis 1997, 273).

Vaikka graafeihin ja niiden käyttöön liittyy lukuisia etuja, graafinen vuosikertomusraportointi ei kuitenkaan ole sidosryhmien kannalta ongelmatonta. Graafien käytön ollessa sääntelemätöntä (Beattie & Jones 1992, 301) vuosikertomuksen laatija voi pyrkiä vaikuttamaan sidosryhmien käsitykseen yrityksestä signaloimalla graafeilla vain positiivisia muutoksia tai jopa käyttämällä vääristäviä graafeja (Beattie & Jones 1997, 34–35), jolloin graafien käyttöön liittyy tiedon vääristelyn riski. Muun muassa graafin otsikointi, akselistot, aseteltu ja käytetyt aikasarjat voivat vaikuttaa graafin välittämän tiedon oikeellisuuteen ja tämän tiedon ymmärtämiseen (Courtis 1997, 273–282). Graafisten peruseräiteiden vastaisesti laaditut graafit saattavatkin harhaanjohtaa vuosikertomuksen lukijoita (Beattie & Jones 1992, 291), minkä vuoksi graafeja voidaan pitää hyödyllisinä taloudellisen informaation kommunikoijina vain silloin, kun ne on oikein laadittu (Mather, Ramsay & Serry 1996, 57).

Davis (1989, 495) toteaa, että laskentatoimen tutkimuksen keskiössä on pitkään ollut se, mitä informaatiota sidosryhmille tulisi esittää, mutta vasta viime vuosina on alettu tutkia sitä, miten valittu informaatio tulisi esittää. Vuosikertomuksen sisällöllisiä elementtejä ja rakennetta on tutkittu jonkin verran, kun taas vuosikertomuksen ulkoasuun liittyviä tutkimuksia on julkaistu huomattavasti vähemmän (Beattie 2005, 103–104). Etenkin vuosikertomusgraafeihin liittyviä akateemisia tutkimuksia on tehty hyvin vähän (Rahman ym. 2014, 654). Vuosikertomusten graafien käytön tutkiminen onkin uusi tutkimusaihe: tieteellinen keskustelu vapaaehtoisesta graafisesta raportoinnista kehittyi vasta 1990-luvulla (Beattie & Jones 2000a, 216), minkä jälkeen se on tosin yleistynyt nopeasti (Beattie & Jones 2002, 548). Koska graafien käyttöä on tutkittu vasta vähän, graafisen raportoinnin luonnetta ja vaikutuksia ei vielä riittävästi ymmärretä (Courtis 1997, 283). Tämä tekee aiheen tutkimisesta mielenkiintoista ja tärkeää.

Penrose (2008, 173) painottaakin, että aiemmista tutkimuksista huolimatta tarvitaan yhä lisää tietoa graafien käytöstä vuosikertomuksissa. Sen lisäksi, että graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkiminen on merkityksellistä laskentatoimen tutkimustiedon kartuttamiseksi, graafitutkimus voi parhaimmillaan hyödyttää myös vuosikertomuksen eri käyttäjäryhmiä sekä tukea yritysjohtoa vuosikertomusten laadinnassa (Frownfelter-Lohrke & Fulkerson 2001, 338). Vapaaehtoisen raportoinnin käytänteitä tulisi tutkia eri ajanhetkillä (Dilla & Janvrin 2010, 260), mutta lisäksi tarvitaan pitkittäistutkimusta selittämään graafisen raportoinnin muuttumista (Beattie ym. 2008, 219). Beattie ja Jones (2001, 195–196) huomauttavat, että etenkin globalisaation vuoksi on erittäin tärkeää ymmärtää erilaisia kansallisia graafisen raportoinnin käytänteitä.

Aiemmat kansainväliset graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkimukset ovat keskittyneet tutkimaan suurten pörssiyritysten graafien käyttöä, kun taas pienempien pörssiyritysten graafien käytöstä ei ole juurikaan tutkimustietoa. Lisäksi aiempi tutkimus on vahvasti alueellisesti painottunut, ja esimerkiksi graafien käyttöä Suomen tai muiden Pohjoismaiden kulttuurikontekstissa ei ole tutkittu. Euroopan eri valtioiden yritysten graafikäytöstä tarvittaisiinkin lisää tietoa (Falschlunger ym. 2015, 397). Aiemmissa graafista vuosikertomusraportointia käsitelleissä tutkimuksissa ei ole myöskään pohdittu sitä, mikä on graafien vapaaehtoisesta käytöstä yritykselle koituvat kustannukset ylittävää hyötyä. Vielä on siis selvittämättä, mikä saa yritykset käyttämään graafeja vuosikertomuksissaan ilman lainsäädännöllistä velvoitetta. Tällaisen graafien käyttöön

liittyvän perustiedon kartuttaminen on kuitenkin välttämätöntä, ennen kuin voidaan siirtyä tutkimaan haastavampia graafisen vuosikertomusraportoinnin kysymyksiä.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja keskeiset rajaukset

1.2.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelman täsmennys

Tällä tutkimuksella on kaksi keskeistä tavoitetta. Tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena on selvittää sitä, millaista suomalaisten pörssiyritysten graafinen vuosikertomusraportointi on, eli miten suomalaiset pörssiyritykset käyttävät graafeja vuosikertomuksissaan. Aineistoa analysoimalla pyritään selvittämään sitä, miten yleistä graafien käyttö on suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomuksissa, millaisia eri graafityyppejä käytetään, millaisia aiheita graafeilla kuvataan ja onko eri toimialojen graafisessa vuosikertomusraportoinnissa havaittavissa eroavaisuuksia. Koska graafista vuosikertomusraportointia ei ole aiemmin tutkittu suomalaisessa kontekstissa, tutkimus painottuu vahvasti vuosikertomusgraafien käyttöä koskevan perustiedon kartuttamiseen.

Tutkimuksen toisena keskeisenä tavoitteena on tutkia, missä määrin yritysten graafista vuosikertomusraportointia voidaan selittää legitimaatioteorian (legitimacy theory) avulla. Legitimaatioteorian selityskykyä tutkitaan vertaamalla suomalaisyritysten graafien käyttöä sidosryhmien graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyviin odotuksiin: mikäli graafien käytön ja odotusten väliltä löytyy vastaavuutta, on mahdollista, että graafeja käytetään legitimoinnin eli yrityksen toiminnan oikeutuksen tavoittelussa. Tutkimuksen päätavoitteet siis kytkeytyvät toisiinsa, sillä legitimaatioteorian tutkimiseksi on ensin selvitettävä, millaista suomalaisten pörssiyritysten graafinen vuosikertomusraportointi on. Legitimaatioteorian rinnalla graafien käytön selittäjänä käytetään agenttiteoriaa (agency theory). Tutkimuksessa pohdiskellaan myös sitä, miten teorioiden avulla voidaan selittää vapaaehtoisen graafien käytön pohjimmaisista syistä eli sitä, miksi graafeja käytetään vapaaehtoisesti ilman laissa olevaa velvoitetta.

Tutkimusongelma voidaan kiteyttää seuraavanlaiseksi: ”Millaista on suomalaisten pörssiyritysten graafinen vuosikertomusraportointi, kuinka se on muuttunut viimeisten 15 vuoden aikana ja voidaanko sitä selittää legitimaatio- tai agenttiteorian avulla”.

Tutkimuksella pyritään saamaan tietoa pörssiyritysten graafikäytön luonteesta, tunnuspiirteistä ja kehityksestä 2000-luvun alkupuoliskolla, ja näin lisäämään ymmärrystä graafisesta vuosikertomusraportoinnista suomalaisessa kulttuuri-kontekstissa. Viisi tutkimuskysymystä, joiden kautta tutkimusongelmaa lähestytään, ovat:

1. Miten yleistä graafien käyttö vuosikertomuksissa on?
2. Millaisia eri graafityyppejä vuosikertomuksissa käytetään?
3. Millaisia aiheita vuosikertomusgraafeilla kuvataan?
4. Millaisia toimialaeroja graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyy?
5. Missä määrin legitimaatioteoria ja agenttiteoria näyttävät selittävän graafista vuosikertomusraportointia?

Kolmeen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen sisältyy implisiittisesti muutosten havainnointi, sillä graafimääriin, -tyyppihin ja -aiheisiin liittyen tutkitaan paitsi nykyhetken tilannetta, myös mahdollisia muutostrendejä ja niiden suuntaa. Kolmen ensimmäisen tutkimuskysymyksen syventämiseksi neljännessä tutkimuskysymyksessä tarkastellaan graafisen raportoinnin eroja suhteellisen pysyvän yrityskohtaisen tekijän, toimialan, suhteessa. Neljään ensimmäiseen tutkimuskysymykseen vastaukset tullaan saamaan suoraan aineiston pohjalta, kun taas viidenteen tutkimuskysymykseen haetaan vastausta vertaamalla sitä, onko aineiston perusteella havaittu graafinen vuosikertomusraportointi sidosryhmien odotuksia vastaavaa.

Keskeinen kontribuutio aiempaan tieteelliseen keskusteluun muodostuu ensinnäkin siitä, että suomalaisia pörssiyrityksiä tutkimalla saadaan lisää tietoa alueellisista graafisista käytänteistä. Koska suomalaiset pörssiyritykset ovat kansainvälisesti tarkasteltuna pienikokoisia, niiden graafisen vuosikertomusraportoinnin voidaan olettaa olevan erilaista kuin aiemmin tutkittujen suurten pörssiyritysten. Tutkimus paikkaakin tutkimuksellista aukkoa laajentamalla graafien käytön tutkimisen koskemaan myös pienempiä pörssiyrityksiä. Toinen seikka, jolla tämä tutkimus täydentää aiempaa tieteellistä keskustelua on teoreettisen viitekehyksen innovatiivisuus. Graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkimisessa hyödynnetään Beattien ja Jonesin (2008) luomaa uutta viitekehyspohjaa, johon yhdistetään aiemmista tutkimuksista poiketen legitimaatioteoria sekä osin myös agenttiteoria. Tutkimus pyrkii arvioimaan teorioiden

selityksistä graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen, minkä lisäksi tutkimus etsii vastausta aiemmissä tutkimuksissa selittämättä jääneeseen kysymykseen eli siihen, mikä saa yritykset vapaaehtoisesti käyttämään graafeja vuosikertomuksissaan.

Tutkimuksen toivotaan kannustavan laajamittaisemminkin graafeihin liittyvän tutkimuksen tekemiseen suomalaisella aineistolla, sekä mahdollisesti myös hyödyttävän vuosikertomusten lukijoita ja laatijoita. Tarkoituksena ei silti ole muodostaa suosituksia tai ohjesääntöjä yritysten graafiselle vuosikertomusraportoinnille, vaan pelkästään kartoittaa olemassa olevia käytäntöjä. Tutkimus itsessään voi kuitenkin toimia tukena mahdollisen graafien käyttöä koskevan ohjeistuksen laatimisessa tulevaisuudessa. Näin ollen, vaikka tutkimuksen merkitys on ensisijaisesti teoreettinen ja tieteellinen, voi sillä olla myös jonkinasteista käytännön merkitystä.

1.2.2 Keskeiset rajaukset

Tutkimusongelman mukaisesti tutkimuksen aineisto on rajattu koskemaan nimenomaan suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomuksia. Pörssiyritykset valikoituivat tutkimuksen kohteeksi paitsi tutkimusaineiston saatavuuden vuoksi, myös teorioiden selityskyvyn tutkittavuuteen liittyvistä syistä. Peek, Cuijpers ja Buijink (2010, 50–53) huomauttavat, että pörssiyritysten sidosryhmien informaatiovaatimukset ovat korkeammat, jolloin yritysten tulee kiinnittää enemmän huomiota informaation kommunikointiin ja raportointiin sidosryhmien odotusten mukaisesti. Tästä johtuen myös mahdollisen legitimoinnin voidaan olettaa näkyvän selvemmin pörssiyritysten vuosikertomuksissa. Vastaavasti agenttiteorian mukaisen omistajaraportoinnin tarpeen voidaan olettaa olevan korkeampi pörssiyritysten tapauksessa, sillä niissä omistus on usein hajautuneempaa ja eriytyneempää johdosta kuin esimerkiksi pienissä perheyriyksissä. Myös suurimmassa osassa aiemmista graafista vuosikertomusraportointia käsitelleistä tutkimuksista aineisto koostuu pörssiyritysten vuosikertomuksista, vaikka näissä tutkimuksissa teorianäkökulma onkin tyypillisesti ollut vaikutelmajohtamisen teoria, ja tutkimuksen kohteena ovat olleet suurikokoiset pörssiyritykset.

Tässä tutkimuksessa graafeilla tarkoitetaan kaikenlaisia kuvioita, kaavioita ja diagrammeja, joissa taloudellista tietoa pyritään havainnollistamaan visuaalisesti.

Tutkimuksessa ei tutkita taulukoiden tai kuvien käyttöä, sillä niissä ei yleensä käytetä visuaalisia elementtejä numeerisen tiedon havainnollistamiseksi. Vaikka kuvat ja taulukot ovatkin graafien lailla vapaaehtoista visuaalista raportointia, niiden rajaaminen tutkittavien muuttujien ulkopuolelle noudattelee aiemmissä tutkimuksissa omaksuttua käytäntöä. Koska tutkimuksen tavoitteena on kerätä perustietoa graafien käyttöön liittyen, graafien ymmärrettävyyden, luotettavuuden ja esitystavan oikeellisuuden tutkiminen on rajattu tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Toisin kuin lukuisissa aiemmissä aiheeseen liittyvissä tutkimuksissa, tässä tutkimuksessa ei siis selvitetä graafien käyttöä mahdollisessa yritysjohton manipulointitarkoituksessa.

Graafikäytön tarkoituksien rajautuminen tutkimuksen ulkopuolelle johtuu osittain myös teoreettisen viitekehyksen valinnasta, sillä tutkimuksessa sovelletaan vaikutelmajohtamisen teorian sijaan legitimaatio- ja agenttiteoriaa. Vaikkakin legitimizeettiä voidaan pyrkiä saavuttamaan myös vääristäviä graafeja käyttämällä, tässä tutkimuksessa tutkitaan legitimoitua graafien käytöllä itsessään. Huomiota ei siis kiinnitetä siihen, ovatko vuosikertomuksissa käytetyt graafit vääristäviä tai yleisten graafisten peruseräkkeiden mukaisesti laadittuja. Koska tarkoituksena on kartoittaa olemassa olevia graafisia käytänteitä, tutkimus ei pyri muodostamaan suosituksia graafiselle vuosikertomusraportoinnille. Lisäksi tutkimuksen ulkopuolelle rajataan sen tutkiminen, miten kulttuuriset seikat vaikuttavat graafiseen vuosikertomusraportointiin ja miten graafien käyttö vaikuttaa eri sidosryhmiin.

Sidosryhmien odotukset graafien käytölle eivät yksistään riittäne selittämään graafisen vuosikertomusraportoinnin esiintymistä ja eri muotoja, vaan aiempien tutkimusten mukaan graafien käyttöön voivat vaikuttaa muutkin ulkoiset tai sisäiset tekijät. Tässä tutkimuksessa graafien käyttöön mahdollisesti vaikuttavista ulkoisista tekijöistä tarkastellaan vain sidosryhmien odotuksia ja niiden heijastumista graafiseen vuosikertomusraportointiin. Tutkimuksen ulkopuolelle on näin ollen rajattu muiden ulkoisten tekijöiden, kuten lainsäädännön ja kulttuurin, vaikutuksen tutkiminen. Vastaavasti, toimialaa lukuun ottamatta muiden sisäisten eli yrityskohtaisten tekijöiden, kuten yrityksen iän, hallituksen rakenteen, osakevaihdon ja -määrän tai tuloksen vaikutusta graafien käyttöön ei tutkita.

Sisäiset ja ulkoiset tekijät on melko tiukasti rajattu tutkimuksen ulkopuolelle, koska syvällisempi analyysi graafiseen raportointiin vaikuttavista tekijöistä on järkevää toteuttaa vasta sitten, kun on saatu yleiskäsitys suomalaisyritysten graafisesta vuosikertomusraportoinnista. Tutkimusasetelma pyrittiin pitämään mahdollisimman yksinkertaisena myös siksi, että useiden sisäisten ja ulkoisten tekijöiden yhtäaikainen tarkastelu olisi voinut hankaloittaa teorioiden selityskyvyn arviointia. Jonkin sisäisen tekijän huomiointi oli kuitenkin välttämätöntä, jotta tutkimukseen sovellettava viitekehysmalli pysyisi ehyenä. Sisäisistä tekijöistä tarkastelun kohteeksi valittiin toimiala ensinnäkin siksi, että se on aiemmissa tutkimuksissa todettu yhdeksi keskeiseksi vapaaehtoisen raportoinnin laajuuteen vaikuttavaksi tekijäksi (mm. Meek ym. 1995, 555). Lisäksi toimialaerottelun uskottiin syventävän graafisesta vuosikertomusraportoinnista saatavaa tutkimustietoa. Toimiala on myös suhteellisen muuttumaton verrattuna muihin sisäisiin tekijöihin, kuten yrityksen tulokseen tai osakkeen vaihtoon.

1.3 Tutkimusmetodit ja tutkimuksen kulku

Tutkimukset voidaan jaotella tunnusomaisten peruspiirteidensä mukaisesti kahteen eri luokkaan: kvantitatiivisiin eli määrällisiin tutkimuksiin sekä kvalitatiivisiin eli laadullisiin tutkimuksiin. Valinta kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimusotteen välillä riippuu pitkälti tutkittavan ilmiön luonteesta sekä tutkimusongelmasta ja -tavoitteista (Uusitalo 1997, 79). Tässä tutkimuksessa tavoitteena on tutkia graafista vuosikertomusraportointia analysoimalla graafien ja graafityyppien käyttömääriä, eri graafiaiheiden kuvausmääriä sekä edellä mainituissa määrissä tapahtuneita muutoksia. Koska aineisto tullaan keräämään vuosikertomuksista numeerisessa muodossa ja myös tulosten esittely on pitkälti lukuihin perustuvaa, luontevin lähestymistapa aiheeseen on kvantitatiivinen tutkimusote.

Kvantitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä, että teorian pohjalta muodostetaan tutkittavia hypoteeseja, joita testataan tilastollisesti ja siten pyritään empiirisiin yleistyksiin (Bryman & Bell 2015, 37–38). Myös tämä tutkimus tekee joitain graafiseen vuosikertomusraportointiin ja graafien käyttöön liittyviä yleistyksiä edustavan aineiston perusteella sekä arvioi tutkimuksessa sovellettavien teorioiden selityskykyä.

Tutkimuksen suhde teoriaan on siis ensisijaisesti teoriaa koetteleva, minkä vuoksi sitä voidaankin luonnehtia deduktiiviseksi (Uusitalo 1997, 19).

Tieteenfilosofialtaan tätä tutkimusta voidaan luonnehtia positivistiseksi valtavirtatutkimukseksi, joka pyrkii hypoteettis-deduktiivisen tiedonhankintamallin avulla luomaan yleistyksiä havaittujen säännönmukaisuuksien pohjalta (Neilimo & Näsi 1980, 16–19). Tutkimuksessa on selittävän tutkimuksen piirteitä (ks. Uusitalo 1997, 63), sillä sen toisena keskeisenä tavoitteena on tutkia sitä, voidaanko yritysten graafista vuosikertomusraportointia selittää legitimaatio- tai agenttiteorian avulla. Tutkimuksen luonne on kuitenkin ensisijaisesti kuvaileva eli deskriptiivinen, sillä sen keskiössä on se, millaista suomalaisten pörssiyritysten graafien käyttö on. Uusitalon (1997, 62) mukaan kuvaileva tutkimus pyrkii luonnehtimaan tutkittavaa ilmiötä, sen ominaispiirteitä sekä historiallista kehitystä. Tässä tutkimuksessa tutkittavana ilmiönä on vuosikertomusgraafien käyttö, minkä laajuutta, eri muotoja ja muuttumista tutkitaan 2000-luvulle kohdistuvalla ajanjaksolla.

Suomalaisen laskentatoimen tutkimuksen erityispiirteenä on liiketaloudellisten tutkimusten jaottelemisen viiteen eri tutkimusotteeseen eli -paradigmaan (Kasanen, Lukka & Siitonen 1991, 317; Neilimo & Näsi 1980). Tämä tutkimus voidaan luokitella paradigmatilaltaan nomoteettiseksi eli yleistyksiin pyrkiväksi tutkimukseksi, jossa päättelyllä ja tilastollisella testauksella on keskeinen merkitys, ja jonka ytimen muodostaa empiirinen osuus (Neilimo & Näsi 1980, 66–70.) Tutkimusotteeksi valittiin nomoteettinen ote, koska sen katsottiin Kasanen ym. (1991, 317) kuvaamasta viidestä tutkimusotteesta parhaiten sopivan tutkimuksen tavoitteisiin ja luonteeseen. Lisäksi tutkimuksen arvioitiin täyttävän kohtuullisen hyvin nomoteettisen tutkimusotteen käyttöön liittyvät vaatimukset, kuten riittävän suuren otoskoon käyttämisen (Neilimo & Näsi 1980, 72–74). Vaikka tutkimus luokitellaan päätyypiltään nomoteettiseksi, siihen liittyy kuitenkin myös esimerkiksi käsiteanalyttisen tutkimusotteen piirteitä.

Tutkimuksen tutkimusmenetelmänä on sovellettu erästä pitkittäistutkimuksen muotoa, paneelitutkimusta. Paneelitutkimuksessa samoja havaintoyksikköjä seurataan eri ajan hetkinä, mistä johtuen tällainen tutkimusmenetelmä mahdollistaa hyvin muutosten ja niiden syiden tutkimisen (Uusitalo 1997, 75). Paneelitutkimusmenetelmä valittiinkin tähän tutkimukseen juuri sen vuoksi, että tavoitteena oli tutkia paitsi graafisen

vuosikertomusraportoinnin nykytilaa, myös graafien määrissä, graafityyppien käytössä ja eri aiheiden graafisessa kuvaamisessa tapahtuneita muutoksia. Koska tässä tutkimuksessa on tarkasteltu otokseen valikoituneiden viidenkymmenenviiden (55) yrityksen vuosikertomuksia neljältä eri vuodelta, vuosittaiset otokset ovat toisistaan riippuvat. Paneelitutkimukseen luonteenomaisesti kuuluva otosten riippuvuus puolestaan on vaikuttanut siihen, mitä tilastollisia testejä aineiston analysoinnissa on voitu käyttää.

Tutkimusaineiston keräämiseen ja käsittelyyn sekä tutkimusmenetelmiin liittyviä seikkoja on kuvattu tarkemmin tutkimuksen luvussa 3. Ennen empiriaa käsittelevää lukua kuitenkin muodostetaan tutkimuksen teoreettinen viitekehys luvussa 2. Teorialuku aloitetaan esittelemällä tutkimuksen teoreettiseksi lähestymistavaksi valitut legitimaatioteoria ja agenttiteoria keskeisiltä osiltaan. Tämän jälkeen kerrotaan aiemmasta tutkimuksesta graafiseen vuosikertomusraportointiin ja sidosryhmien graafiseen raportointiin kohdistuviin odotuksiin liittyen. Luvun lopussa vielä kootaan yhteen tutkimuksen teoreettinen viitekehys. Teorialukua seuraa aineistoa ja tutkimusmenetelmiä kuvaileva empirialuku, jossa on myös arvioitu tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Tämän jälkeen neljännessä pääluvussa kerrotaan saadut tutkimustulokset, jotka on ryhmitelty tutkimuskysymysten mukaisesti viiteen alalukuun. Viides ja samalla viimeinen pääluku puolestaan kokoaa yhteen keskeisimmät tutkimustulokset, pohtii tutkimuksen rajoitteita esitellen samalla mahdollisia jatkotutkimusaiheita sekä muodostaa tutkimuksen johtopäätökset.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Legitimaatioteoria ja agenttiteoria

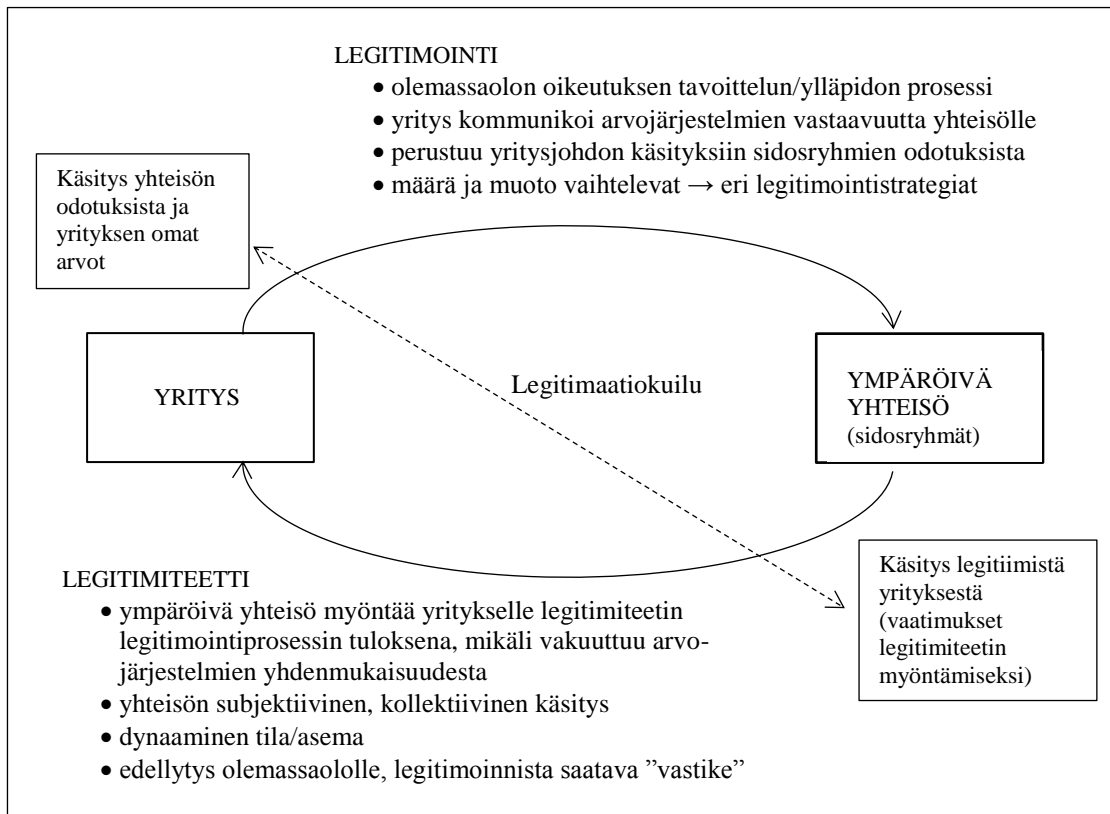
2.1.1 Legitimaatioteoria, legitimointi ja legitimizeetti

Poliittisen talousteorian mukaan yritykset toimivat ympäristössä, jossa on poliittinen, sosiaalinen ja taloudellinen ulottuvuus. Yrityksillä ei kuitenkaan ole automaattista oikeutusta toimia tässä ympäristössä, vaan niiden toiminnan ja olemassaolon edellytyksenä on se, että ne pystyvät vakuuttamaan ympäröivän yhteisön oikeudestaan olla olemassa. (Deegan 2002, 292.) Koska yritysten toiminta on mahdollista vain silloin, kun ne pystyvät osoittamaan toimivansa ympäristönsä yhteisön eli eri sidosryhmien asettamien odotusten mukaisesti (O'Donovan 2002, 344), kaikkiin yrityksiin kohdistuu jonkinasteista sosiaalista painetta (Reich 1998, 9). Tämän perusajatuksen varaan rakentuu myös legitimaatioteoria.

Legitimaatioteorian mukaan yritykset hakevat oikeutusta eli legitimizeettiä toiminnalleen ja olemassaololleen legitimoinnin kautta eli pyrkimällä osoittamaan toimivansa sidosryhmien muodostaman yhteisön normien ja arvojen mukaisesti. Ilman legitimizeettiä yritysten toiminta ei teorian mukaan ole mahdollista, tai ainakin se hankaloituu huomattavasti. (Deegan 2002, 293.) O'Donovanin (2002, 344) mukaan yrityksen tulee menestyäkseen pystyä toimimaan yhteisön määrittämän sosiaalisesti hyväksyttävän toiminnan rajoissa. Suchman (1995, 575) taas huomauttaa, että sidosryhmät yleensä mieltävät legitimitit yritykset arvokkaammiksi, tarkoituksenmukaisemmiksi ja luotettavammiksi. Oheisessa kuviossa (Kuvio 1) on pyritty tiivistämään legitimointi kehämäiseksi prosessiksi, jonka osapuolina ovat legitimoiva yritys sekä legitimizeetin yritykselle myöntävä ympäröivä yhteisö. Kuvion on myös tarkoitus selventää legitimaatioteorian keskiössä olevia legitimizeetin ja legitimoinnin käsitteitä, jotka seuraavaksi määritellään yksityiskohtaisemmin.

Legitimaatioteorian keskiössä on organisatorisen legitimizeetin käsite, jonka Dowling ja Pfeffer (1975, 122) ovat määritelleet tilaksi tai olosuhteeksi, joka on olemassa silloin, kun

yrityksen sosiaaliset arvot vastaavat ympäröivän yhteisön hyväksyttävänä pitämiä arvoja (ks. myös Parsons 1960). Määritelmän mukaan legitimizeetti on siis yhdenmukaisuutta yrityksen ja yhteisön arvojärjestelmien välillä. Yrityksen ja yhteisön arvojen eroavaisuutta puolestaan voidaan nimittää legitimaatiokuiluksi (Sethi 1978). Koska legitimaatiokuilu on uhka yrityksen legitimizeetille ja siten myös olemassaololle (Lindblom 1993, 2; Parsons 1960, 122), yhteisön odotusten muuttuessa yrityksen tulee joko muuttaa omaa toimintaansa tai pyrkiä muuttamaan yhteisön arvoja omia arvojaan vastaaviksi (Lindblom 1993, 3). Reagointi todelliseen tai oletettuun legitimaatiokuiluun taas riippuu siitä, millainen käsitys yrityksellä ja sen johdolla on yhteisön odotuksista (Deegan 2002, 296).



Kuvio 1 Legitimointi ja legitimizeetti

Suchmanin (1995, 574) määritelmän mukaan legitimizeetti on käsitys tai oletus siitä, että yrityksen toiminta on toivottavaa, kunnollista sekä yhteisön arvojen, normien, uskomusten ja määritelmien mukaan tarkoituksenmukaista ja sopivaa. Tämä määritelmä korostaa legitimizeetin subjektiivista luonnetta: legitimizeetti on ympäröivän yhteisön näkemys siitä, toteutuvatko yhteisön tärkeinä pitämät seikat riittävästi yrityksen

toiminnassa. Mikäli ympäröivä yhteisö katsoo yrityksen toiminnan olevan riittävässä määrin yhteisön arvojen mukaista, se myöntää yritykselle legitimitetin eli oikeutuksen jatkaa toimintaa ja olla olemassa. Suchman (1995, 574) kuitenkin huomauttaa, että vaikka määritelmän mukaisesti kyseessä on koko yhteisön julkinen hyväksyntä, legitimitetin myöntäminen pohjautuu erillisten sidosryhmien ja yksilöiden näkemyksiin. Yhteisö koostuukin aina erityyppisten toimijoiden muodostamista sidosryhmistä, joilla on erilaiset mahdollisuudet ja halut vaikuttaa yhteisön toisten ryhmien toimintaan (Deegan 2002, 295). Yhteisön heterogeenisyydestä johtuen organisaation legitimitetin ylläpitämisestä on tullut yhä haastavampaa, sillä kaikkia ryhmiä tyydyttäviä raportointitratkaisuja on vaikeaa löytää (O'Dwyer 2002, 409).

Legitimitetin muuttuvuutta korostava määritelmä esitetään Lindblomin (1993) tutkimuksessa, johon julkaisemattomuudestaan huolimatta usein viitataan legitimaatioteoriaan liittyvissä akateemisissa tutkimuksissa. Lindblom (1993, 2) määrittelee legitimitetin siten, että se on muuttuva tila tai asema, joka on olemassa vain silloin, kun yrityksen arvojärjestelmä vastaa riittävässä määrin ympäröivän yhteisön arvoja. Myös Mathews (1993, 30–31) toteaa, että organisatorinen legitimitetti ei ole pysyvä, eikä aina samansuuruinen. Mathews viittaa legitimitetin suuruudella siihen, että eri yritysten legitimitetit ovat usein erisuuruisia, sillä joidenkin yritysten toiminta on vahvemmin riippuvainen sidosryhmien hyväksynnästä. Pörssilistalle kuulumisen ohella myös esimerkiksi yritystoiminnan luonne, kuten toiminnan eettisyyden aste, voinee vaikuttaa legitimitetin tarpeeseen ja legitimointiin. Legitimitetin suuruus voi vaihdella myös yksittäisen yrityksen kohdalla eri ajanhetkinä, sillä yrityksen relevantit sidosryhmät arvioivat yrityksen toimintaa, tulosta ja tavoitteita jatkuvasti, ja samaan aikaan sidosryhmien omat arvot ja odotukset voivat muuttua (Lindblom 1993, 3).

Yrityksen pyrkimystä legitimitetin saavuttamiseksi voidaan kutsua legitimoinniksi. Kaplan ja Ruland (1991, 370) selittävät, että legitimoinnin avulla yritykset hakevat sidosryhmiltään hyväksyntää toiminnalleen pyrkimällä osoittamaan toimivansa oikein ja kertovansa toimistaan riittävästi. Tarkemmin legitimointi voidaan määritellä legitimitetin hankkimista, säilyttämistä tai korjaamista koskeviksi yrityksen toimenpiteiksi (Dowling ja Pfeffer 1975; Lindblom 1993). Maurer (1971, 361) taas on määritellyt legitimoinnin olevan prosessi, jossa organisaatio perustelee olemassaoloaan ympäröivälle sosiaaliselle järjestelmälle. Aiemmat tutkijat ovat määritelleet

legitimoinnin pitkälti legitimizeetin saavuttamisen ja ylläpidon kautta, mutta yhtäläillä legitimointi voidaan määritellä siten, että se on legitimaatiokuilun minimoimiseen tähtäävää toimintaa. Tällöin onnistuneen legitimoinnin tuloksena yrityksen ja yhteisön arvojen välillä vallitsevaa legitimaatiokuilua pystytään pienentämään. Legitimaatiokuilua taas voidaan pienentää useilla eri legitimoinnin muodoilla.

Legitimoinnin muodot ja menetelmät vaihtelevat sen mukaan, pyrkiikö yritys saavuttamaan legitimizeetin, ylläpitämään jo olemassa olevaa legitimizeettiä vai korjaamaan menetettyä tai vähentynyttä legitimizeettiä (O'Donovan 2002, 346). Legitimizeetin ylläpitäminen on huomattavasti helpompaa kuin legitimizeetin hankkiminen tai korjaaminen (Suchman 1995, 594), mutta koska yhteisön odotukset ovat alati muuttuvia, yritysten tulee koko ajan olla vastaanottavaisia ympäristönsä odotusten suhteen (Deegan, Rankin ja Tobin 2002, 319). Kuten Asforth ja Gibbs (1990, 183) toteavat, legitimizeetin ylläpidossa legitimoitimet saattavat vähitellen rutinoitua, mutta Suchman (1995, 595) huomauttaa, että legitimoitinta voi vain harvoin jättää täysin tekemättä, koska silloin mahdollista legitimizeetin menetystä on entistä hankalampi korjata. Lisäksi legitimoitinta tarvitaan silloin, kun yhteisön arvot eivät ole muuttuneet: tällöin yrityksen on osoitettava, että senkin arvot ovat pysyneet samoina. Legitimoinnin muodot voivat vaihdella paitsi yritysten kesken, myös eri kansallisissa, historiallisissa ja kulttuurillisissa konteksteissa. (Deegan 2002, 302.)

Legitimaatioteorian perusajatuksia voidaan myös tiivistää sosiaalisen sopimuksen ja sen noudattamisen muotoon. Tästä näkökulmasta katsottuna yritys voi olla legitiimi vain silloin, kun se toimii sen ja ympäröivän yhteisön välillä olevan ”sosiaalisen sopimuksen” mukaisesti (Guthrie & Parker 1989, 344). Sosiaalisen sopimuksen käsite on jo 1500-luvulta peräisin, mutta se on otettu osaksi laskentatoimen ajattelua vasta viime vuosikymmenellä (Deegan 2002, 295). Sosiaalinen sopimus on implisiittinen ”sopimus” yrityksen ja ympäröivän yhteisön välillä, ja se on voimassa silloin, kun yhteisö kokee yrityksen toimivan hyväksyttävästi eli sopimuksen ehtojen mukaisesti (Shocker ja Sethi 1974, 67). Legitimoinnilla yritys voi osoittaa noudattavansa sosiaalisen sopimuksen ehtoja, jolloin ympäröivä yhteisö voi myöntää yritykselle legitimizeetin eli oikeutuksen olla ja toimia. Yhteisö voi kuitenkin lakata noudattamasta sosiaalista sopimusta, mikäli yrityksen toimia ei nähdä riittävän legitimeinä. Koska yritys ei voi varmuudella tietää tämän sanattoman sosiaalisen sopimuksen ehtoja, se pyrkii noudattamaan ehtoja sen

mukaan, mikä sen oma käsitys ehdoista on, eli millaista toimintaa se olettaa ympäröivän yhteisön siltä odottavan. (Deegan 2002, 293.) Näin ollen, yhteisö perustaa legitimitietin myöntämisen subjektiiviseen käsitykseensä yrityksen toiminnan hyväksyttävyydestä, mutta vastaavasti myös yrityksen legitimoitimet perustuvat yrityksen johdon subjektiivisiin käsityksiin ympäröivän yhteisön odotuksista.

Edellä esitetyt määritelmät korostavat eri puolia legitimoinnista ja legitimitietistä, mutta kaikkiin määritelmiin sisältyy ainakin implisiittisesti informaation ja viestinnän keskeinen merkitys legitimoinnissa. Yritykset legitimoivat toimintaansa välittämällä informaatiota ympäröiville sidosryhmille, ja vastaavasti sidosryhmien odotukset ja myönnetty legitimitietti ilmenevät osin informaation kautta (Deegan 2002, 292). Legitimitietin saavuttamiseksi ei siis riitä se, että yrityksen arvot vastaavat ympäröivän yhteisön arvoja, vaan tämä arvojärjestelmien vastaavuus tulee myös viestiä ympäröiville sidosryhmille (Deegan ym. 2002, 319). Buhr (1998, 164) toteaaakin, että legitimointiin liittyy aina paitsi yrityksen todellinen käytännön toiminta, myös tästä toiminnasta ja sen heijastelemista arvoista viestiminen sidosryhmille.

2.1.2 Vuosikertomus, vapaaehtoinen raportointi ja graafit legitimaatioteorian näkökulmasta

Vuosikertomus on aiemmissa tutkimuksissa todettu tärkeimmäksi ulkoiseksi viestintävälineeksi yrityksen ja sen sidosryhmien välillä, minkä vuoksi vuosikertomuksella voidaan olettaa olevan keskeinen merkitys myös legitimoinnissa. Legitimaatioteoreettisesta näkökulmasta katsottuna vuosikertomus on väline, jolla yritys pyrkii vakuuttamaan sidosryhmänsä siitä, että sen toiminta ja arvot vastaavat ympäröivän yhteisön arvoja (Hooghiemstra 2000, 57). Deeganin ym. (2002, 320) mukaan vuosikertomusta ja muita yrityksen raportteja voidaan käyttää sen osoittamiseksi, että yritys toimii yhteisön arvojen mukaisesti, tai vaihtoehtoisesti raportoinnilla voidaan pyrkiä muuttamaan yhteisön käsityksiä. Yhteisön odotukset puolestaan ohjaavat yritysten raportoinnin sisältöä ja muotoa (Marcus 1973, 44), jolloin johdon käsitykset sidosryhmien tietotarpeista vaikuttanevat siihen, millaista informaatiota vuosikertomuksiin sisällytetään. Erityisesti vapaaehtoista informaatiota

vuosikertomukseensa sisällyttämällä yritys voi lähettää ympäröivälle yhteisölle tietynsuuntaista viestiä (Salancik ja Meindl 1984).

Kun vuosikertomus voidaan legitimaatioteorian näkökulmasta nähdä välineenä, jota yritykset voivat käyttää legitimointiin, vapaaehtoinen vuosikertomusraportointi on tulkittavissa vuosikertomuksiin sisällytettäväksi legitimoinnin muodoksi. Legitimaatioteorian mukaan yritysten vapaaehtoinen raportointi on keino legitimiteetin saavuttamiseksi tai ylläpitämiseksi sidosryhmien käsityksiin vaikuttamalla (Hooghiemstra 2000, 57). Campbell (2006, 935) toteaaakin, että yritys usein mukauttaa paitsi raportointinsa tyyppiä, myös raportoinnin laajuutta ja sisältöä keskeisten sidosryhmien odotusten mukaiseksi. Sisällyttämällä vapaaehtoista informaatiota vuosikertomuksiinsa yritysten on mahdollista vakuuttaa sidosryhmänsä toimiansa asianmukaisuudesta (Watson, Shrives & Marston 2002, 293), minkä vuoksi vapaaehtoista raportointia voidaan perustellusti pitää tärkeänä legitimoinnin muotona (Dumay, Frost & Beck 2015, 3).

Myös aiemmat, sosiaali- ja ympäristövastuuraportoinnin näkökulmasta laaditut tutkimukset (mm. Deegan, Rankin & Voght 2000; Dumay ym. 2015; Anderson & Epstein 1995; O'Donovan 2002) tukevat näkökulmaa vuosikertomuksesta ja etenkin vapaaehtoisesta raportoinnista legitimoijana. Deegan (2002, 283) on havainnut, että yrityksen tarve legitimoida toimintaansa on yksi raportoinnin motivaatioon, muotoihin ja sisältöön vaikuttavista tekijöistä. Yrityksen tuottaman informaation laatu ja määrä riippuvat pitkälti yrityksen subjektiivisesta käsityksestä siitä, millaista toimintaa pidetään hyväksyttävänä ja millaista tietoa sidosryhmät odottavat (Deegan 2002, 283). Woodward, Edwards ja Birkin (1996, 335) toteavat, että yrityksen julkaiseman tiedon on oltava riittävää paitsi määrältään myös laadultaan, jotta yritys voisi vakuuttaa yhteisön oikeudestaan jatkaa toimintaansa.

Graafit ovat vapaaehtoisen raportoinnin visuaalinen muoto, jolla voidaan katsoa olevan vaikutusta etenkin taloudellisen raportoinnin laatuun. Hrasky (2012) toteaaakin, että yritys voi pyrkiä vahvistamaan käsitystä itsestään legitimiinä toimijana esittämällä määrällistä tietoa helpommin ymmärrettävässä graafisessa muodossa. Suchman (1995, 573) onkin todennut, että organisaatioita pidetään legitimeinä helpommin silloin, kun niiden toiminta on ymmärrettävää, vaikka toiminta itsessään ei olisi toivottavaa. Graafeilla on

näin ollen keskeinen merkitys taloudellisen raportoinnin tavoitellessa entistä parempaa läpinäkyvyyttä ja avoimuutta (Beattie & Jones 1993, 39). Graafien käyttöä itsessään voidaan pitää yhteisölle suunnattuna signaalina, jolla välitetään mielikuvaa avoimesti, riittävästi ja luotettavasti viestivästä yrityksestä (Beattie & Jones 2001, 218). Graafit ovat myös yksi keino vaikuttaa vuosikertomuksen lukijat yrityksen toimien totuudenmukaisuudesta ja oikeellisuudesta (Dilla & Janvrin 2010, 258). Graafeilla voitaneenkin legitimoida yrityksen toimintaa sekä suoraan yrityksen arvoja raportoimalla että välillisesti välittämällä mielikuvaa riittävästä, laadukkaasta ja avoimesta taloudellisesta raportoinnista.

2.1.3 Agenttiteoria ja sen suhde legitimaatioteoriaan

Vaikka tämän tutkimuksen teoreettisen tarkastelun keskiössä on legitimaatioteoria, myös muilla laskentatoimen teorioilla voi olla selityskykyä graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen. Tässä tutkimuksessa legitimaatioteorian täydentäjänä käytetäänkin agenttiteoriaa. Agenttiteoria valittiin tarkasteluun mukaan siksi, että se tarjoaa hieman erilaisen näkökulman graafiseen vuosikertomusraportointiin kuin legitimaatioteoria, mutta toisaalta näillä kahdella teoriolla on myös paljon yhtymäkohtia ja ne ovat osin päällekkäisiä. Tämän vuoksi legitimaatioteorian käsittely täysin agenttiteoriasta irrallaan olisi ollut virheellistä.

Päämies-agenttiteorian (principal-agency theory), jota tyypillisesti kutsutaan agenttiteoriaksi (agency theory), keskiössä on ajatus päämies-agenttisuhteesta (Scott 2015, 358). Päämies-agenttisuhte muodostuu silloin, kun toinen osapuoli (agentti) toimii toisen osapuolen (päämies) puolesta tämän valtuutuksella tai hoitaa toiselta osapuolelta saatua tehtävää (Ross 1973, 134). Päämies-agenttisuhteita on olemassa monenlaisia, ja myös yksittäinen yritys voi olla osallisena useassa eri agenttisuhteessa. Tavanomaisin yritykseen liittyvä agenttisuhte lienee kuitenkin yrityksen omistajien ja johdon välillä. Tämä agenttisuhte muodostuu silloin, kun yrityksen omistajat palkkaavat yrityksen johtamista varten agentin eli yrityksen johdon. Johto on tällöin agenttina valtuutettu toimimaan päämiehen eli yrityksen omistajien puolesta yrityksen johtamisessa. Omistajien ja johdon välillä olevan agenttisuhteen lisäksi agenttiteorian mukaisena

agenttisuhteena voidaan nähdä myös esimerkiksi yrityksen omistajien ja lainanantajien välinen suhde. (Scott 2015, 358–368.)

Päämies-agenttisuhteeseen muodostuu jännitettä siitä, että päämies ja agentti ovat kumpikin omaa etuaan edistäviä rationaalisia toimijoita (Scott 2015, 361). Koska agenttina toimivalla yrityksen johdolla on tyypillisesti enemmän tietoa yrityksen toiminnasta kuin omistajilla, agenttisuhteen osapuolten välillä vallitsee informaation asymmetria eli tiedon epätasapaino (Scott 2015, 369–370). Informaation epäsymmetriasta johtuen päämies ei voi olla varma siitä, että agentti todella edistää hänen etuaan eikä tavoittele omaa etuaan (Eisenhardt 1989, 58). Agenttisuhteessa esiintyvää informaation epäsymmetriaa eri osapuolten välillä voidaan pyrkiä pienentämään useilla eri keinoilla, joista yksi keskeisimmistä on informaation välittäminen agentin toiminnasta päämiehelle (Scott 2015, 370). Informaation välittämisessä ja sen avulla tapahtuvassa tiedon epäsymmetrian pienentämisessä suuri merkitys voidaan nähdä taloudellisella raportoinnilla. Koska vapaaehtoisella raportoinnilla ja graafeilla voidaan välittää lainsäädännölliset vaatimukset ylittävää tietoa yrityksen toiminnasta, niillä voidaan arvioida olevan keskeinen merkitys informaation epäsymmetrian pienentämisessä.

Agenttiteorialla ja legitimaatioteorialla on useita yhtymäkohtia. Teorioiden yhteisiin piirteisiin kuuluu ensinnäkin se, että molemmat teorit voidaan nähdä sopimuksen muodossa. Samalla tavalla kuin legitimaatioteoria voidaan esittää sosiaalisen sopimuksen muodossa, myös agenttiteoria voidaan nähdä sopimuksena agentin ja päämiehen välillä. Tämän sopimuksen mukaisesti päämies antaa agentille oikeuden ja kelpoisuuden edustaa itseään sillä ehdolla, että agentti pyrkii oman etunsa tavoittelemisen sijaan edistämään päämiehen etua. Mikäli agentti menettää päämiehen luottamuksen, päämies voi purkaa sopimuksen, jolloin agentilla ei ole enää oikeutusta edustaa päämiestä. (Eisenhardt 1989, 58.)

Toinen keskeinen yhteys agentti- ja legitimaatioteorian välillä on se, että legitimaatioteorian mukainen ajatus yrityksen ja ympäröivän yhteisön suhteesta voidaan nähdä eräänlaisena laajana päämies-agenttisuhteena. Tällöin yritys on agentti, jonka on raportoitava toiminnastaan päämiehelle eli yhteisölle. Koska ympäröivä yhteisö koostuu useista yritykselle relevanteista sidosryhmistä, voidaan sidosryhmät myös tulkita useiksi erillisiksi päämiehiksi, joille yrityksen on raportoitava. (Woodward ym. 1996, 335).

Koska omistajat ovat yksi niistä sidosryhmistä, jotka muodostavat legitimaatioteoriassa tarkoitetun yhteisön, legitimaatioteorian mukaista legitimointia voi siis sisältyä myös agenttiteorian mukaiseen omistajaraportointiin. Teoriat ovatkin osin päällekkäiset.

Agenttiteorialla ja legitimaatioteorialla on osittaisesta päällekkäisyydestään huolimatta myös joitain eroavaisuuksia. Ensinnäkin, raportoinnin osapuolet ovat erilaiset näiden kahden teorianäkökulman välillä. Legitimaatioteoriassa raportointia on yrityksen ja yhteisön välillä, kun taas agenttiteorian mukaan raportoinnin osapuolina ovat agentti (yrityksen johto) ja päämies (omistajat, lainanantajat ym.). Legitimaatioteoria korostaa siis agenttiteoriaa vahvemmin sitä, että raportoijana on nimenomaan yritys, vaikkakin käytännössä yrityksen johto päättäne suurilta osin raportoinnin laajuudesta, muodoista ja sisällöistä. Agenttiteoria taas painottaa yrityksen johtoa raportoijaosapuolena. Raportoinnin kohteena on agenttiteorian mukaan agenttisuhteen päämies eli tyypillisesti yrityksen omistajat, kun taas legitimaatioteorian mukaan raportointi kohdennetaan koko ympäröivälle yhteisölle. Yhteisöön kuuluvat kuitenkin myös yrityksen omistajat. Legitimaatioteorian mukainen raportointi siis suuntautuu laajemmalle joukolle kuin agenttiteoriassa.

Raportoinnin osapuolten lisäksi myös raportoinnin tavoitteet eroavat agentti- ja legitimaatioteorian välillä. Legitimaatioteorian mukaisen raportoinnin tavoitteena on legitimitetin eli oikeutuksen saaminen yrityksen olemassaololle ja toiminnalle. Agenttiteorian mukaan raportoinnilla ei hankita oikeutusta yrityksen toiminnalle, vaan pikemminkin päämiehen luottamusta agentin toimintaa kohtaan (Eisenhardt 1989, 58). Agenttiteoria selittää raportointia enemmän velvollisuusnäkökulmasta, jolloin yrityksen johto on agenttina tilivelvollinen toimistaan päämiehelle. Legitimaatioteorian mukaan raportointi ei ole välttämätöntä, mutta ilman legitimointia yritysten toiminta voi hankaloitua tai osoittautua mahdottomaksi. Agenttiteorian mukaan raportoinnin tavoitteena on agenttisuhteen osapuolten välillä olevan informaation epäsymmetrian pienentäminen tietoa välittämällä (Scott 2015, 370). Agenttiteoria ei myöskään yhtä vahvasti korosta raportoinnin vastaanottajan odotusten vaikutusta raportoinnin sisältöön kuin legitimaatioteoria: legitimaatioteorian mukaan yhteisön odotukset ohjaavat yrityksen raportointia, kun taas agenttiteoria ei ota kantaa siihen, missä määrin päämiehen mahdolliset odotukset raportoinnin suhteen vaikuttavat agentin raportoinnin sisältöön.

Kolmas keskeinen eroavaisuus syntyy siitä, että agenttiteorian mukaisessa näkökulmassa korostuu vahvemmin vuosikertomuksen rooli raporttoijana kuin kommunikoijana. Legitimaatioteorian mukaan raportoinnilla voidaan välittää yrityksen arvoja, mutta myös pyrkiä muokkaamaan yhteisön arvoja. Agenttiteoriassa raportoinnilla ei suoraan pyritä suostuttelemaan päämiestä tai muuttamaan tämän arvoja, mutta toki myös agenttiteorian mukaiseen raportointiin voi sisältyä raportoinnin vääristelyä tai jopa manipulointia. Legitimaatioteorian ja agenttiteorian välillä voidaankin havaita olevan päällekkäisyydestään huolimatta joitain eroavaisuuksia, minkä vuoksi tutkimuksessa sivutaan myös agenttiteorian selityskykyä.

2.2 Aiemmat vuosikertomusgraafeihin liittyvät tutkimukset

2.2.1 Sidosryhmien odotukset graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen

Graafien käytön vaikutuksia ulkoisen raportoinnin kontekstissa ei ole kovinkaan paljon tutkittu (Beattie & Jones 1992, 292) ja siitä, miten eri sidosryhmien edustajat lukevat vuosikertomuksia tiedetään varsin vähän (Karreman ym. 2014, 80). Useat tutkimukset (mm. Cook & Sutton 1995; Hawkins & Hawkins 1986, 20) ovat kuitenkin antaneet viitteitä siitä, että vuosikertomusten lukijat kokevat vuosikertomukset liian laajoina ja yksityiskohtaisina sekä vaikeasti ymmärrettävinä. Tämän vuoksi vuosikertomuksia ei yleensä lueta kokonaan. Monilla ei ole aikaa, halua tai riittävää tietopohjaa vuosikertomuksen lukemiseen (Leach 1988, 93), joten vuosikertomuksen käyttäjät jättävät tyypillisesti useat vuosikertomuksen osista kokonaan lukematta, tai vain selailevat ne nopeasti läpi (Bartlett & Chandler 1997, 254–259). Frownfelter-Lohrke ja Fulkerson (2001, 339) toteavatkin, että vuosikertomusten lukemiseen käytetään vain vähän aikaa. Neilsonin ja Lindin (1972) mukaan vuosikertomuksen selailemiseen käytetään keskimäärin kymmenestä viiteentoista minuuttia, kun taas Squiersin (1989, 218) tutkimuksessa selviää, että liki puolet sijoittajista käyttää vuosikertomuksen lukemiseen alle viisi minuuttia.

Koska taloudellisten raporttien käyttäjillä ei monesti ole aikaa tai valmiuksia lukea ja analysoida koko vuosikertomusta, graafien merkitys lukijoiden huomion kiinnittämisessä

korostuu (Leach 1988, 93). Frownfelter-Lohrken ym. (2001, 354) mukaan vuosikertomuksen lukijat luottavat graafeihin erityisesti tiedon tiivistäjinä, ja osin tästä johtuen graafeja pidetään tärkeinä osina vuosikertomusta (Isa 2006, 55). Graafeilla on myös keskeinen merkitys sidosryhmien määrittäessä yrityksen toimintaa ja tulkitessa sen taloudellista asemaa (Penrose 2008, 160), ja taloudellinen päätöksenteko voidaan jopa perustaa pelkkiin graafeihin (Zweig 2000, 67). Koska graafit ovat sidosryhmille tärkeitä, niiden käyttöön vuosikertomuksissa kohdistetaan myös odotuksia, joista vuosikertomusten laatijoilla yleensä on omat käsityksensä. Käsitykset sidosryhmien odotuksista taas voivat heijastua yritysten graafiseen vuosikertomusraportointiin: esimerkiksi Yhdysvalloissa, jossa sidosryhmien odotukset laskentainformaation suhteen on todettu suuremmiksi (Frost & Pownall 1994, 76–89), myös graafien käyttö on varsin yleistä (Beattie ym. 2008).

Sitä, millaista tietoa sidosryhmät vuosikertomuksiin toivovat, on tutkittu varsin vähän. Parker (1982, 258) onkin todennut, että olisi tärkeämpää tutkia sitä, millaista informaatiota eri sidosryhmät pitävät tarpeellisena kuin sitä, millaista tietoa yritysten vuosikertomukset sisältävät. Tutkimussuuntaus lienee jo muuttumassa, sillä useita tutkimuksia on tehty siitä, miten eri sidosryhmiin kuuluvat henkilöt lukevat vuosikertomuksia (mm. Frownfelter-Lohrke ym. 2001) ja miten tärkeinä vuosikertomusten eri osat koetaan (mm. Cook & Sutton 1995). Vuosikertomuksen ulkoasun suhteen on tutkittu lähinnä sitä, miten sidosryhmät kokevat erilaiset visuaaliset esitystavat (mm. DeSanctis & Järvenpää 1989). Vain harvassa tutkimuksessa on selvitetty sitä, mitä graafiaihteita eri sidosryhmät oikeasti pitävät tärkeimpinä: Isan (2006) malesialaisten pörssiyritysten sidosryhmille tekemä kyselytutkimus on tietävästi ainoa graafiseen raportointiin liittyvä sidosryhmien vaatimuksia kartoittanut tutkimus.

Koska Isan (2006) tuloksia ei kulttuurikontekstierojen vuoksi voitane suoraan rinnastaa suomalaisten pörssiyritysten sidosryhmien odotuksiin, seuraavaksi muodostetaan oletuksia siitä, millaisia odotuksia sidosryhmillä voisi olla graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen. Pääosin oletukset pohjautuvat Bartlettin ja Chandlerin tutkimukseen ”The corporate report and the private shareholder: Lee and Tweedie twenty years on” (1997), jossa on toistettu Leen ja Tweedien (1975) tunnettu tutkimus liittyen siihen, kuinka osakkeenomistajat käyttävät ja ymmärtävät vuosikertomusraportteja, ja millaista raportointia he yrityksiltä odottavat. Vaikka

Bartlettin ja Chandlerin tutkimus on toteutettu yli kaksikymmentä vuotta sitten, voidaan olettaa, että sidosryhmien odotukset graafikäyttöön liittyen eivät ole ainakaan olennaisesti muuttuneet, koska suurta muutosta odotuksissa ei ollut myöskään Bartlettin ja Chandlerin tutkimuksessa verrattuna Leen ja Tweedien tutkimuksen tuloksiin.

Bartlettin ja Chandlerin (1997) tutkimuksessa on tutkittu sitä, kuinka vuosikertomuksen eri osia luetaan, ja kuinka tärkeäksi kukin osa arvioidaan. Vaikka eri vuosikertomusosioiden tärkeys ei olekaan suoraan verrannollinen siihen, millaisia graafeja tai millaista graafikäyttöä sidosryhmät toivovat, voidaan vuosikertomusosioiden tärkeyden perusteella ainakin suuntaa-antavasti tehdä oletuksia sidosryhmien odotuksista myös graafiseen raportointiin liittyen. Bartlettin ja Chandlerin (1997) tutkimuksen ainoa tilastollisesti merkitsevä ja yleistettävissä oleva havainto on se, että sidosryhmät toivovat vuosikertomuksiin lisää tiivistävää tietoa, koska monet vuosikertomuksen osista koetaan vaikeaselkoisina tai liian pitkinä. Koska graafit yhdistävät, selventävät ja tiivistävät tietoa tehokkaasti, sidosryhmien voidaan olettaa toivovan paitsi sanallista tiivistävää tietoa, myös enemmän graafien käyttöä. Mikäli tiivistävään tietoon liittyvä vaatimus koskee vuosikertomuksen sisällön lisäksi myös graafien sisältöä, voidaan sidosryhmien olettaa toivovan vuosikertomuksiin lisää yhdistelmä- ja monimuuttujagraafeja, joissa samassa graafissa on esitetty enemmän tietoa.

Bartlett ja Chandler (1997) käsittelevät tutkimuksessaan varsin kattavasti sitä, miten tärkeinä eri vuosikertomusosioita pidetään. Nämä tulokset on koottu liitteeseen 1. Bartlettin ja Chandlerin (1997, 251) mukaan virallisen tuloslaskelman merkitys on hieman vähentynyt, mutta sitä pidetään silti merkittävänä vuosikertomuksen osana. Myös Hines (1982) ja Vergoossen (1993) ovat todenneet, että etenkin taloudellisen päätöksenteon kannalta tuloslaskelma on tärkein taloudellinen laskelma. Tästä voidaan tehdä olettamus, että nimenomaan tuloslaskelmamuuttujia kuvaavat graafit ovat sidosryhmien toivomia. Koska tuloslaskelman merkitys on vähentynyt, toinen olettamus on, että myös tuloslaskelmamuuttujia kuvaavien graafien merkitys on vähentynyt.

Bartlett ja Chandler (1997, 254) toteavat, että sidosryhmät pyrkivät saamaan vuosikertomusta lukemalla kattavan yleiskäsityksen yrityksen toiminnasta. Tarve hahmottaa yleiskuva näkynee myös siinä, että hallituksen puheenjohtajan katsaus ja toimitusjohtajan katsaus ovat sijoittajien näkemyksen mukaan kolmen tärkeimmän

vuosikertomusosion joukossa (Bartlett & Chandler 1997, 253). Tarve hahmottaa yrityksen toimintaa laajemmin näkynee graafien käyttöön liittyvien odotusten suhteen toiveena laajasta graafiaiheiden kirjosta sekä toimintaa kuvaavien graafien yleisyydestä. Bartlett ja Chandler (1997, 254) havaitsivat myös sen, että osakkeeseen liittyviä tietoja sisältävät vuosikertomusosiot kiinnostavat sidosryhmiä: osakkeeseen liittyvät tiedot koettiin jopa hieman tärkeämmiksi kuin tasetiedot. Graafien suhteen tästä voidaan johtaa olettamus, että osakkeeseen liittyvät graafit ovat toivotumpia kuin tasegraafit.

Rahoituslaskelmatietoihin liittyen aiemmat tutkimustulokset ovat osin ristiriitaisia. Bartlettin ja Chandlerin (1997, 251) mukaan rahoituslaskelmaan ei juurikaan kiinnitetä huomiota, vaan se joko ohitetaan tai silmäilläään pintapuolisesti läpi. Koska rahoituslaskelma kehitettiin vasta 1990-luvulla, Bartlett ja Chandler (1997, 259) arvelevat sen vähäisen merkityksen johtuvan osin siitä, että sijoittajat eivät vielä ole ehtineet tottua tähän uudentyypiseen vuosikertomusosioon. Isa (2006, 48) taas havaitsi kassavirtalaskelman olevan viidenneksi tärkein graafi malesialaisten yritysten sidosryhmien keskuudessa. Isan saamien tutkimustulosten rinnastettavuuteen tulee kulttuurikontekstierojen vuoksi suhtautua varauksellisesti, mutta toisaalta sidosryhmien voisi jo kahdenkymmenen vuoden aikana olettaa tottuneen rahoituslaskelmaan. Koska aiemmissa tutkimuksissa on saatu näin ristiriitaisia tuloksia, rahoituslaskelmaan liittyvien graafien voidaan olettaa olevan joko toivottuja tai ei-toivottuja sidosryhmien keskuudessa.

Rahoituslaskelman ohella muut Bartlettin ja Chandlerin (1997) vähämerkityksellisiksi havaitsemista vuosikertomusosioista ovat sellaisia, joihin liittyvistä aiheisällöistä ei yleensä laadita graafeja. Esimerkiksi yrityksen hallinnon rakenteeseen, corporate governanceen, tilintarkastuksen lopputulemaan tai liitetietoihin liittyen ei tyypillisesti laadita graafeja, joten näiden vuosikertomusosioiden tärkeyteen liittyvistä tuloksista ei johdeta olettamuksia graafikäytön suhteen. Myöskään graafityyppeihin liittyviä sidosryhmien odotuksia ei pystytä johtamaan aiemmista tutkimuksista, sillä graafityyppi on vahvasti sidoksissa siihen, mitä muuttujaa graafilla kuvataan, ja vastaavasti eri graafityyppien hyödyllisyys on sidoksissa siihen, mitä varten lukijat tietoa hakevat (Hill & Milner 2003, 141–143).

2.2.2 Graafien käyttöä käsitelleet keskeiset aiemmat tutkimukset

Kuten Beattie ja Jones (2000a, 216) toteavat, yritysten vuosikertomusraportointiin liittyvän vapaaehtoisen graafien käytön tutkiminen on suhteellisen tuore tutkimusaihe, sillä ensimmäiset aiheeseen liittyneet akateemiset tutkimukset julkaistiin 1980-luvulla. Ensimmäisiä graafista raportointia tutkineita tutkijoita olivat Johnson, Rice ja Roemmich (1980), Taylor ja Anderson (1986) sekä Steinbart (1989), joiden tutkimusten voidaan katsoa käynnistäneen akateemisen keskustelun vuosikertomusten graafikäytöstä. Beattie ja Jones (2002, 548) huomauttavatkin, että etenkin Steinbartin tutkimuksen julkaisemisen jälkeen graafien käyttöä koskevien tutkimusten määrä on nopeasti kasvanut. Seuraavaksi pyritään tiivistetysti kuvailemaan aiempaa graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyvää tutkimusta ja sen keskeisimpiä havaintoja.

Graafien käyttöä on aiemmin tutkittu pääasiassa läntisissä kehittyneimmissä maissa, jolloin tutkimusaineistona on yleensä käytetty suurten pörssilistattujen yritysten vuosiraportteja (Beattie ja Jones 2008, 29). Eniten graafien käyttöä vuosikertomuksissa on tutkittu Yhdysvalloissa (mm. Johnson ym. 1980, Steinbart 1989, Bannister & Newman 2006), Englannissa (mm. Beattie & Jones 1992, 1994, 2008) sekä Australiassa (Mather ym. 1996, Beattie & Jones 1999 ja 2000). Lisäksi graafikäyttöä on tutkittu myös muun muassa Hong Kongissa (Courtis 1997), Kanadassa (CICA 1993), Turkissa (Uyar 2009), Malesiassa (Rahman ym. 2014), Italiassa (Aresu 2015) ja Euroopassa (Falschlunger ym. 2015). Muutamissa tutkimuksissa on vertailtu eri valtioiden graafisia käytäntöjä (muun muassa Beattie & Jones 1997), ja monissa tutkimuksissa puolestaan on selvitetty jonkin tietyn valtion yritysten graafien käytön kehittymistä ajassa. Graafikäytön kehittymistä analysoineissa tutkimuksissa on tyypillisesti tarkasteltu 2–5 vuoden ajanjaksoa, mutta myös pidempiä ajanjaksoja on tutkittu: muun muassa Rahmanin ym. (2014) tutkimus kattaa kolmenkymmenen vuoden aikavälin. Enin osa tutkimuksista käsittelee graafien käyttöä 1990-luvulla, mutta tuoreimmissa tutkimuksissa graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkiminen on ulotettu koskemaan myös 2000-lukua.

Tutkimuksissa graafien käytön on havaittu olevan laajalle levittäytynyttä ja universaalialia ainakin läntisissä, kehittyneissä valtioissa (Beattie & Jones 2000b, 160; Falschlunger ym. 2015, 396), sillä valtaosassa 1990-luvun graafikäyttöä koskevista tutkimuksista on saatu tulokseksi, että noin 80–90 % tutkituista yrityksistä sisällytti ainakin yhden graafin

vuosikertomukseensa. Keskimäärin vuosikertomusten graafimäärä vaihteli tutkimuksesta riippuen kymmenen graafin molemmin puolin. 2000-luvulla taas liki kaikki suurimmat listayritykset käyttävät graafeja vuosikertomuksissaan, eli graafikäytön on havaittu yhä yleistyneen viime vuosikymmenen aikana. Beattie ym. (2008, 189) puhuvatkin normalisaatiosta viitattaessaan graafisen raportoinnin käytänteiden leviämiseen, yleistymiseen ja yhdenmukaistumiseen sosiaalisessa ympäristössä. Aiempien tutkimusten keskeiset havainnot tukevat näkemystä graafikäytön yleistymisestä ja graafisten käytäntöjen normalisaatiosta, vaikkakin useat tutkijat myös toteavat graafisten käytäntöjen vaihtelevan voimakkaasti maittain (Beattie & Jones 2001, 195).

Graafityyppien osalta aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että yleisin vuosikertomusten graafityyppi on useimmissa valtioissa pylväsmuotoinen graafi. Esimerkiksi vuonna 1989 englantilaisten yritysten käyttämistä graafeista 64 % oli pylväsgraafeja (Beattie & Jones 1992, 297), kun taas 2000-luvulle tultaessa jo 97 % englantilaisten yritysten käyttämistä graafeista oli pylväsgraafeja (Beattie ym. 2008, 206). Eri graafityyppien käyttöön liittyvien muutosten lisäksi on havaittu joidenkin graafityyppien suhteellisen osuuden vakiintumista tietyille tasolle. Esimerkiksi eurooppalaisten yritysten osalta pylväsmuotoisten graafien osuus kaikista vuosikertomuksissa käytetyistä graafeista on vakiintunut noin 60 %:iin, kun taas ympyrägraafeja on noin neljäsosa kaikista graafeista (Falschlunger ym. 2015, 392). Yhdistelmägraafien osuuden on havaittu olevan varsin pieni, muutaman prosenttiyksikön luokkaa, lähes kaikissa aiemmissa tutkimuksissa. Myös muiksi graafeiksi luokiteltavien graafien osuus on todettu marginaaliseksi.

Tutkimuksissa on lisäksi tutkittu sitä, mitä muuttujia yleisemmin kuvataan graafien avulla. Pääpaino tarkastelussa on tyypillisesti kohdistettu niin kutsuttuihin taloudellisiin avainmuuttujiin (KFV, key financial variable), joiden kuvaamisen yleisyyttä on analysoitu. Beattie ja Jones (1997, 43) toteavat, että neljä graafeilla yleisemmin kuvattua taloudellista muuttujaa englantilaisten pörssiyritysten vuosikertomuksissa ovat liikevaihto, liikevoitto, osakekohtainen tulos (EPS, earnings per share) sekä osakekohtainen osinko (DPS, dividend per share). Nämä muuttujat on useissa muissakin tutkimuksissa todettu eniten kuvatuiksi graafimäärillä tai kuvausasteella mitattuna. Uyar (2009, 433) kuitenkin toteaa, että kuvattaviin muuttujiin liittyy jonkin verran toimialakohtaisia eroja. Kuten graafiset käytännöt muutoinkin, myös graafein kuvattavat avainmuuttujat vaihtelevat maittain. Esimerkiksi Falschlunger ym. (2015, 396) toteavat,

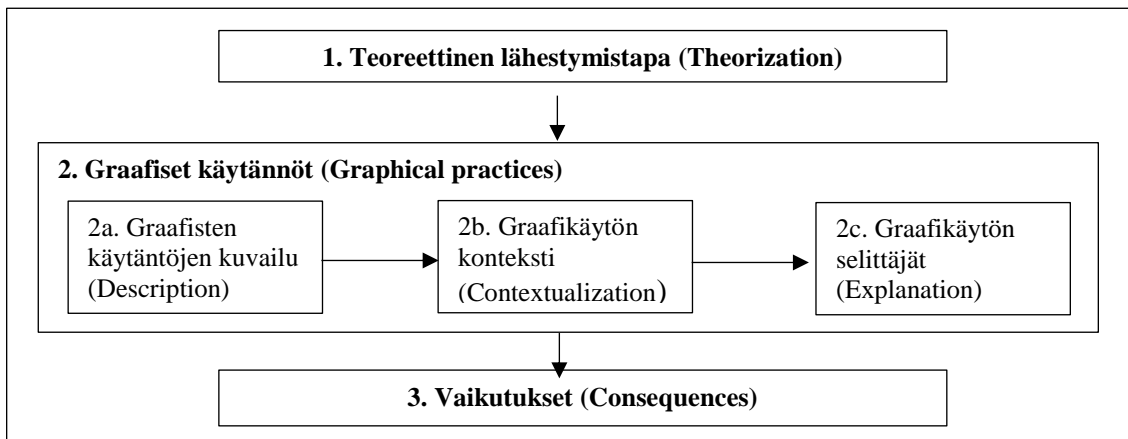
että Euroopassa graafein kuvattavien muuttujien joukko on suuri, ja muutenkin graafiset käytännöt ovat paikoin hyvin epäjohdonmukaisia. Beattie ym. (2008, 203–218) taas ovat havainneet graafein kuvattujen aiheiden yhdenmukaistumista.

Lähes jokaisessa aiemmassa graafisen raportoinnin tutkimuksessa on tutkittu paitsi graafien käytön yleisyyttä ja muotoja, myös graafisen esitystavan objektiivisuutta ja graafien mahdollista vääristävyyttä. Tästä johtuen melkein kaikissa aiemmissa tutkimuksissa teoreettisena lähestymistapana on sovellettu vaikutelmajohtamisen teoriaa. Useissa tutkimuksissa on myös havaittu, että vääristävien ja graafisista peruseriaateista poikkeavien graafien käyttäminen vuosikertomuksissa on varsin yleistä (Arunachalam, ym. 2002, 199). Kun graafien laadinnan peruseriaateista on poikettu (esimerkiksi mittasteikkoja muokkaamalla), graafit voivat johtaa lukijoita harhaan, eivätkä ne enää toimi tehokkaina tiedon välittäjinä (Beattie & Jones 1997, 37).

Aiemmissa tutkimuksissa on myös tutkittu tiettyjen sisäisten tekijöiden vaikutusta graafien käyttöön. Esimerkiksi tuloksen ja sen muuttumisen yhteyttä raportoituihin graafimääriin on tutkittu useassakin tutkimuksessa, ja tuloksen ja vaikuttamaan pyrkivän graafikäytön väliltä on löydetty tilastollisesti merkitsevää korrelaatiota (mm. Beattie & Jones 2000a). Graafien käytön on havaittu olevan yleisempää yrityksissä, joiden tulos on ollut positiivinen tai parantunut edellisvuodesta. Esimerkiksi Beattie ja Jones (1992, 269) saivat vahvaa tukea hypoteesilleen, jonka mukaan yrityksen tuloksen ollessa hyvä myös graafien käyttö on yleisempää. Toisaalta, esimerkiksi Uyar (2009) ei havainnut niinkään suurta yhteyttä graafien käytön ja tuloksen välillä kuin yrityksen koon ja graafien käytön välillä. Adams ym. (1998, 16) puolestaan havaitsivat ympäristö- ja sosiaalivastuuraportointia tutkiessaan, että eurooppalaisilla yrityksillä vapaaehtoiseen raportointiin vaikuttaa yrityskoon ohella myös toimiala. Yrityskohtaisten sisäisten tekijöiden vaikutuksia graafikäyttöön on tutkittu varsin vähän, ja etenkin yrityksen koon tai toimialan vaikutusta graafiseen vuosikertomusraportointiin tulisi tutkia (Beattie & Jones 1997, 61).

2.3 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Koska graafien tutkiminen osana vuosikertomusraportointia on suhteellisen tuore ja kehittyvä tutkimusala, aiheeseen liittyvä kirjallisuus on varsin eriytynyttä ja hajanaista (Beattie & Jones 2008, 7). Myöskään yhtenäistä viitekehystä graafien tutkimiselle ei ole muodostettu. Tämän puutteen korjatakseen Beattie ja Jones luovat artikkelissaan ”Corporate reporting using graphs: a review and synthesis” (2008) graafiseen raportointiin liittyvien keskeisten ulottuvuuksien pohjalta viitekehysten tulevien graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyvien tutkimusten jäsentelemiseksi ja aiempien tutkimusten tarkastelun tueksi. Tämän, kuviossa 2 esitetyn viitekehysten mukaan graafien käyttöä tulee tarkastella teorian, käytännön ja vaikutusten tasolla: yritysten graafien käyttöä voidaan selittää jollakin teorialla (1), ja yrityksen graafiset käytännöt (2) puolestaan vaikuttavat sidosryhmiin eli graafien käytöllä on aina jonkinlaiset seuraukset (3). Graafisen raportoinnin käytännöt yritystasolla voidaan puolestaan jakaa edelleen kolmeen osaan: yrityksen omaksumiin graafien käyttötapoihin (a), sekä graafiseen vuosikertomusraportointiin vaikuttaviin graafikäytön kontekstiin (b) ja graafikäyttöä selittäviin tekijöihin (c).



Kuvio 2 Uusi viitekehys graafisen raportoinnin tutkimiseksi (mukailtu Beattie & Jones 2008)

Beattien ja Jonesin (2008, 8–37) mukaan yritysten graafisia käytäntöjä on aiemmissa tutkimuksissa selitetty varsin yksipuolisesta teoreettisesta näkökulmasta, sillä lähes kaikissa tutkimuksissa on sovellettu vaikutelmajohtamisen teoriaa. Vaikutelmajohtamisen teoria lienee nykyinen vallitseva tutkimusparadigma etenkin siitä syystä, että monissa aiemmissa tutkimuksissa graafien käytön yleisyyden, graafityyppien

ja graafein kuvattujen aiheiden ohella on tutkittu myös graafien vääristävyyttä ja graafisten peruseräiteiden mukaisuutta sekä selektiivistä eli valikoivaa graafista vuosikertomusraportointia, jolloin vaikutelmajohtamisen näkökulma on hyvin soveltunut teoreettiseksi taustaksi. Vaikutelmajohtamisen teoria perustuu sosiaalipsykologiaan (Beattie & Jones 2008, 8–13), ja sen mukaan yrityksen johto pyrkii esittämään toimintansa ja yrityksen mahdollisimman suotuisassa valossa (Beattie & Jones 1999, 46–47) muokataksaan vuosikertomuksen lukijoiden käsitystä yrityksestä ja sen taloudellisesta asemasta (Godfrey, Mather & Ramsay 2003, 96).

Beattie ja Jones (2008, 26–37) toteavatkin, että vaihtoehtoiset teoreettiset lähestymistavat voisivat selittää graafikäyttöä ja sen taustalla olevia tekijöitä vaikutelmajohtamisen teoriaa paremmin. Tämä lienee totta varsinkin silloin, jos tutkimuksessa ei pyritä arvioimaan graafien vääristävyyttä, vaan keskitytään graafikäytön yleisyyden ja käytäntöjen tutkimiseen, kuten tässä tutkimuksessa tehdään. Aiemmat tutkimukset ovat selittäneet graafien käyttöä johdon manipulatiivisilla tarkoituksilla, mutta esimerkiksi Ranskassa, Saksassa ja Alankomaissa tehdyissä tutkimuksissa (mm. Falschlunger ym. 2015) ei ole havaittu merkitsevää selektiivisyyttä graafien käytön suhteen. Tämä saattaa heijastella sitä, että vaikutelmajohtamisen teoria ei välttämättä sovellu kovin hyvin eurooppalaisten yritysten graafisen vuosikertomusraportoinnin selittäjäksi. Vaikutelmajohtamisen teoria ei myöskään tarjoa suoraan vastausta tutkimuksen alussa esiteltyyn kysymykseen siitä, mikä on se graafien käytöstä koituva hyöty, joka saa yritykset sisällyttämään graafeja vapaaehtoisesti vuosikertomuksiinsa. Beattie ja Jones (2008, 22–29) mainitsevatkin lukuisia vaihtoehtoisia teorioita, joita heidän näkemyksensä mukaan voitaisiin soveltaa tulevissa tutkimuksissa.

Tämän tutkimuksen teoreettinen viitekehys tuo uuden näkökulman graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkimiseen. Eroavaisuus aiempien graafitutkimusten teoreettisiin viitekehyksiin syntyy paitsi siitä, että tässä tutkimuksessa hyödynnetään Beattien ja Jonesin (2008) graafikäytön tutkimiseksi muodostamaa uudenlaista viitekehyspohjaa, myös siitä, että tuohon viitekehyspohjaan on yhdistetty aiemmista tutkimuksista poiketen vaikutelmajohtamisen teorian sijaan legitimaatioteoria, ja tarkastelua vielä täydennetään agenttiteorian avulla. Legitimaatioteorian valintaan vaikuttivat useat eri tekijät. Ensinnäkin, legitimaatioteoria soveltunee graafikäytön selittäjäksi, sillä Beattien ja Jonesin (1999, 46–47) mukaan ulkoinen raportointi on yksi

mekanismeista, joita voidaan käyttää legitimizeetin saavuttamiseksi. O'Donovan (2002, 364) toteaa, että legitimaatioteorialla on selityskykyä tutkittaessa sitä, miksi erilaisia vapaaehtoista raportointia esiintyy vuosikertomuksissa.

Legitimaatioteoriaa on aiemmin sovellettu lähinnä selittämään yritysten vapaaehtoista ympäristö- ja sosiaalivastuuraportointia ja se on yksi käytetyimmistä teorioista yhteiskuntavastuuraportoinnin tutkimuksissa (Watson ym. 2002, 293). Sosiaali- ja ympäristövastuuraportoinnin laajuus on melko vapaasti yrityksen itsensä päätettävissä, samoin kuin graafien käyttökin. Paitsi vuosikertomuksen vapaaehtoisen tekstuaalisen sisällön selittämiseen, voitaneen legitimaatioteoriaa soveltaa myös vuosikertomusgraafien käytön tutkimiseen, sillä graafitkin ovat vapaaehtoista raportointia. Graafien käytön taustalle voidaan hakea samoja teorioita kuin muun vapaaehtoisen raportoinnin, sillä ainoa ero graafien ja muun vapaaehtoisen raportoinnin välillä on se, että graafeilla ei yleensä esitetä uutta tietoa vaan havainnollistetaan jo aiemmin esitettyä informaatiota (Rahman ym. 2014, 658). Vaikka legitimaatioteoria ei olekaan vielä kovin kehittynyt teoria yritysjohdon käyttäytymisen ja yritysten sosiaalisen toiminnan selittämisessä, se voi kuitenkin tarjota raportointiin liittyvälle tutkimukselle käyttökelpoisia näkökohtia (Deegan ym. 2002, 318; Parker 2005, 846). Teoriaa on jo sovellettu vapaaehtoisen yhteiskuntavastuuraportoinnin tutkimiseen Suomen kontekstissa (mm. Laine 2005 & 2009; Kotonen 2009), jossa sen selityskyky on havaittu hyväksi. Teorian voidaan siis olettaa soveltuvan suomalaisessa kontekstissa myös graafien käytön tutkimiseen.

Lisäksi legitimaatioteoriaa on sovellettu muutamissa laskentatoimen graafikäyttöä koskevissa tutkimuksissa: muun muassa Hrasky (2012) sekä Beattie ja Jones (1999) ovat soveltaneet legitimaatioteoreettisia näkökohtia graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkimiseen, tosin yhdistettynä vaikutelmajohtamisen viitekehikkoon. Näiden aikaisempien tutkimusten lähtökohtana on ollut se, että legitimizeettiä yrityksen olemassaololle ja toiminnalle voidaan hakea selektiivisellä eli valikoivalla graafien käytöllä ja jopa vääristelevillä graafeilla. Tämän tutkimuksen lähtökohta poikkeaa aiemmista legitimaatioteoriaa soveltaneista graafikäytön tutkimuksista siinä suhteessa, että legitimaatioteoriaa ei kytketä vaikutelmajohtamisen viitekehikkoon, vaan sitä sovelletaan itsenäisenä teoriana. Tutkimuksessa keskitytään tutkimaan sitä, voiko graafien käyttö itsessään olla legitimaation väline, kun taas graafien oikeellisuuteen tai

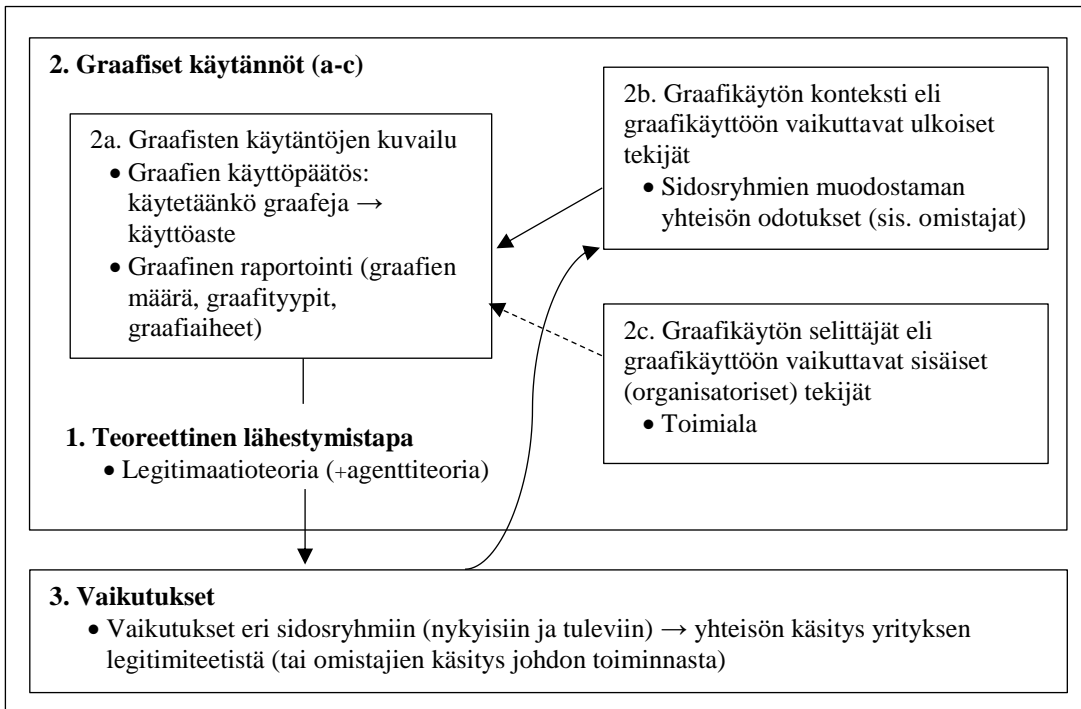
mahdolliseen harhaanjohtavuuteen ei sinänsä oteta kantaa. Graafeilla tapahtuvaa legitimoitua tutkitaan siis graafien laadinnan oikeellisuudesta riippumatta.

Legitimaatioteorian valintaa puoltaa myös se, että teoriassa on useita liittymäkohtia muihin laskentatoimen teorioihin. Esimerkiksi sidosryhmäteoriaa voidaan käyttää legitimaatioteorian täydentäjänä pohdittaessa yhteisön eri sidosryhmien merkitystä yrityksen toiminnalle (Deegan 2002, 295). Lisäksi legitimaatioteoriassa on kytkös muun muassa institutionaaliseen teoriaan ja tilivelvollisuusteoriaan (ks. mm. Deegan 2002 293–294; Hooks ym. 2002, 516; Deegan ym. 2002, 334). Legitimaatioteoriassa on myös varsin kiinteä yhteys agenttiteoriaan, ja siksi tässä tutkimuksessa käytetäänkin agenttiteoriaa täydentämään legitimaatioteoriaa graafikäytön selittäjänä.

Tämän tutkimuksen viitekehyksen rakentaminen lähtee edellä selitetystä legitimaatioteorian perusajuksesta, jonka mukaan organisaatiot muuttavat toimintaansa vastaamaan paremmin ympäröivän yhteisön eli sidosryhmien odotuksia. Toimintaan kuuluu myös raportointi, jota muokataan paitsi sisällöltään myös ulkoasultaan sidosryhmien tarpeiden mukaiseksi. Legitimaatioteorian mukaisesti yritysjohdon käsitysten siitä, millaisia odotuksia yrityksen eri sidosryhmillä on graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen, oletetaan näkyvän myös siinä, miten graafeja käytetään vuosikertomuksissa. Teorian mukaan sidosryhmien odotukset siis ainakin välillisesti vaikuttavat yrityksen vapaaehtoisen raportoinnin laajuuteen ja sisältöön sekä näiden muuttumiseen.

Tutkimuksessa sidosryhmien oletetaan odottavan tietynlaista graafista vuosikertomusraportointia, ja mikäli legitimaatioteoria toimii eli sillä on selityskykyä graafikäytön tutkimisessa, sidosryhmien odotusten tulisi näkyä yritysten graafisissa vuosikertomusraportoinnissa yritysten tavoitellessa legitimaatiota muokkaamalla raportointiaan paremmin yhteisön odotuksia vastaavaksi. Suomalaisten pörssiyritysten graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyviä tutkimushavaintoja verrataan sidosryhmien odotuksiin graafikäytön suhteen, jolloin käytännössä tutkitaan legitimaatioteorian selityskykyä. Mikäli tutkimushavainnoista löytyy vastaavuutta sidosryhmien odotusten kanssa, legitimaatioteorian voitaneen tältä osin katsoa selittävän vapaaehtoista graafista raportointia. Koska legitimaatio- ja agenttiteoria ovat osin

päällekkäiset, etenkin graafiaiheiden käytön osalta arvioidaan myös sitä, kumpi teorioista näyttäisi paremmin selittävän graafista vuosikertomusraportointia.



Kuvio 3 Tämän tutkimuksen viitekehys

Oheiseen kuvioon (Kuvio 3) on tiivistetty Beattien ja Jonesin (2008) luoman viitekehysmallin pohjalta rakennettu viitekehys tälle tutkimukselle. Sidosryhmien odotukset graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen ovat ulkoinen graafikäyttöä selittävän tekijä, joka kuuluu graafikäytön kontekstiin. Konteksti puolestaan vaikuttaa yrityksen graafiseen vuosikertomusraportointiin yhdessä organisatoristen eli yrityksen sisäisten tekijöiden kanssa, joista tässä tutkimuksessa on otettu mukaan tarkasteluun toimiala. Legitimaatioteoria toimii tämän tutkimuksen teoriapohjana yhdistäen teorian, yritysten graafiset käytännöt sekä käytäntöihin vaikuttavat ulkoiset ja sisäiset tekijät yhtenäiseksi tutkimuskokonaisuudeksi. Legitimaatioteorian täydentäjänä viitekehyksessä sovelletaan agenttiteoriaa. Kuviossa esitetty vain tämän tutkimuksen kannalta relevantit sisäiset ja ulkoiset tekijät, joiden välillä teoriat kulkevat nuolina. Kuten kuvioista näkyy, raportointiprosessi on siis osin kehämäinen: sidosryhmien oletetut odotukset (konteksti) ohjaavat yritysten graafisia käytäntöjä, ja tietynlainen graafien käyttö heijastuu puolestaan sidosryhmien käsitykseen yrityksen legitimitetistä ja voi muuttaa sidosryhmien odotuksia graafikäytön suhteen.

3 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT

3.1 Aineisto ja sen hankkiminen

Tutkimusaineisto muodostuu niistä Nasdaq OMX Helsingissä 1.1.2016 listattuina olleista yrityksistä, joilta oli saatavilla pdf-muotoinen vuosikertomus kaikilta neljältä tutkittavalta vuodelta, eli vuosilta 2000, 2005, 2010 ja 2015. Koska graafien käytössä tapahtuneiden muutosten havainnointi ja analysointi oli yksi tutkimuksen tavoitteista, tutkimus toteutettiin paneelitutkimuksena, jossa samojen yritysten vuosikertomusraportoinnin graafisuutta tarkasteltiin eri ajanhetkinä. Viidentoista vuoden mittaisen tutkimusajanjakson uskottiin olevan riittävän pitkä mahdollisten muutosten havaitsemiseksi, joten vuosikertomukset päätettiin analysoida viiden vuoden tasavälein, vuosilta 2000, 2005, 2010 ja 2015. Valittu tutkimusajanjakso on sikäli mielenkiintoinen, että sille sisältyy kaikkia pörssiyrityksiä koskettanut siirtymä IFRS-raportointiin. Viiden vuoden tasajaotuksella tutkittavaksi vuodeksi valikoitui nimenomainen vuosi 2005, jolloin kaikkien pörssilistattujen yritysten viimeistään tuli laatia tilinpäätöksensä kansainvälisen laskentanormiston, IFRS:n (International Financial Reporting Standards), mukaisesti. Muita syitä sille, että tutkimusajanjaksoksi valikoitui nimenomaan 2000-luku, olivat riittävän otoskoon varmistaminen ja pyrkimys otokseen liittyvän kadon minimoimiseksi.

Tutkimuksessa tehtiin aineistoon liittyviä rajauksia paitsi tutkittavan ajanjakson, myös vuosikertomusten muodon suhteen. Ensinnäkin, yritysten vuosikertomusten tuli olla saatavilla pdf-muotoisina joko yritysten omilla Internetsivuilla tai vaihtoehtoisesti vuosikertomukset.net -verkkosivustolla. Pdf-muotoisuutta edellytettiin paitsi aineiston paremman saatavuuden vuoksi, myös tulosten yleistettävyyden parantamiseksi, sillä nykyään yhä useampi yritys laatii pdf-muotoisen vuosikertomuksen, ja paperille painettujen vuosikertomusten yleisyys tulee vähenemään tulevaisuudessa. Vaatimus vuosikertomusten pdf-muotoisuudesta rajasi tutkimusaineistoa voimakkaasti johtuen osin siitä, että pdf-vuosikertomusten laatiminen yleistyi vasta 1980-luvun loppupuolella. Tehty raja-
saus vaikutti myös tutkimusajanjakson valintaan.

Otokseen ei myöskään otettu mukaan yrityksiä, jotka olivat jonain tutkittavana vuonna laatineet selaintyyppisen verkkovuosikertomuksen. Aineistoon hyväksyttiin siis pelkästään pdf-muotoisia vuosikertomuksia. Osa yrityksistä oli laatinut jonakin vuonna pelkästään englanninkielisen vuosikertomuksen, jolloin näitä yrityksiä ei kelpuutettu mukaan aineiston luokittelun yhdenmukaisuuden varmistamiseksi. Lisäksi aineistoon ei hyväksytty sellaisia yrityksiä, joilla jonkin tutkittavan vuoden vuosikertomus koostui useammasta erillisestä raportista (esimerkiksi toiminnallisesta katsauksesta ja tilinpäätöstiedoista), vaan pelkästään yhtenäiset, vuosikertomuksiksi nimetyt dokumentit hyväksyttiin mukaan aineistoon. Koska kaikki vuosikertomuksiksi nimetyt kokonaisuudet päättyivät aineistoon, joillakin yrityksillä vuosikertomuskokonaisuus saattaa sisältää myös integroidun ympäristö- ja sosiaalivastuuraportin, mikä vaikuttaa tyypillisesti paitsi vuosikertomuksen kokonaissivumäärään, myös ympäristöaiheisten graafien määrään. Sen sijaan erillisinä raporteina julkaistuja ympäristö- ja sosiaalivastuuraportteja ei otettu tarkasteluun mukaan, vaikka niihin varsinaisessa vuosikertomuskokonaisuudessa olisikin viitattu.

Aineistoa rajattiin siis lähinnä vuosikertomusten ominaisuuksiin liittyvillä kriteereillä, kun taas yrityksiä koskevia rajoituksia ei laadittu. Toisin kuin useissa muissa graafikäyttöä käsitelleissä tutkimuksissa (mm. Beattie & Jones 1997; Beattie & Jones 2001), tässä tutkimuksessa otokseen siis hyväksyttiin myös rahoitusalan yrityksiä, jotta tulokset olisivat laajemmin yleistettävissä kaikkiin suomalaisiin pörssiyrityksiin. Rahoitusalan yritykset sisällytettiin tutkimusotokseen myös Falshlungerin ym. (2015) tutkimuksessa. Vaikka otoksen yritykset jouduttiin valitsemaan osin harkinnanvaraisesti, edellytykset aineistoon pääsemiseksi tutkittiin huolella perusjoukon jokaisen yrityksen osalta. Näin ollen, otokseen päätyminen ei riippunut tutkimuksen suorittajan harkinnanvaraisesta päätöksestä, vaan tietty yritys valittiin tutkimusotokseen, mikäli se täytti kaikki ennalta määritellyt kriteerit. Valintakriteerit myös dokumentoitiin mahdollisimman tarkasti. Uusitalo (1997, 73) kuitenkin toteaa, että vaikka ajan suhteen tehtävässä tutkimuksessa voidaankin puhua otannasta, kyseessä on tyypillisesti ainakin osin harkinnanvarainen näyte.

Yllä mainitut kriteerit täytti lopulta 55 pörssiyritystä, jotka on listattu liitteeseen 2. Kun jokaisen yrityksen vuosikertomukset neljältä vuodelta tutkittiin, kaiken kaikkiaan lopullinen aineisto muodostuu 220 vuosikertomuksesta. Aiempiin graafien käyttöä

käsitelleisiin tutkimuksiin verrattuna otos on keskitasoa yritysten ja vuosikertomusten määrällä mitattuna. Lisäksi otos on varsin kattava, sillä se kattaa lähes puolet koko perusjoukon yrityksistä. Otos on kattavuutensa myös edustava siinä suhteessa, että otoksen yritysten toimialajakauma vastaa hyvin tarkasti kaikkien pörssiyritysten toimialajakaumaa (ks. liite 3). Vuosikertomuksista kertyi analysoitavia graafeja yhteensä 4280 kappaletta, mikä voidaan katsoa aiempiin tutkimuksiin verrattuna suurehkoksi aineistoksi. Aineiston koko yritys-, vuosikertomus- ja graafimäärällä mitattuna on varsin samankaltainen kuin Falschlungerin ym. (2015) tutkimuksessa, jossa tutkittiin viidenkymmenen suurimman eurooppalaisen listatun yrityksen graafien käyttöä kolmelta eri vuodelta (2006, 2009 ja 2012). Tällöin aineisto muodostui yhteensä 132 vuosikertomuksesta, joissa oli kaiken kaikkiaan 4683 graafia. Falschlungerin ym. (2015) tutkimus onkin kulttuuri- ja maantieteelliseltä kontekstiltään, aineistoltaan sekä tutkimusajanjaksoltaan vertailukelpoisin aiempi tutkimus, mistä johtuen tämän tutkimuksen tuloksia verrataan pääosin siihen.

3.2 Aineiston luokittelu ja muuttujat

Tutkimusaineiston muodostaminen vuosikertomusten pohjalta aloitettiin suunnittelemalla tutkimustavoitteiden ja aiempien tutkimusten pohjalta excelmuotoinen taulukkopohja aineiston keräämistä varten, ja tämän aineistonkeruupohjan toimivuutta testattiin kymmenellä satunnaisesti valitulla vuosikertomuksella. Tehdyn sokkotestauksen perusteella aineistonkeruupohjaan tehtiin tarvittavat parannukset. Aineiston kerääminen tapahtui manuaalisesti siten, että vuosikertomukset selattiin läpi, ja jokaisen vastaantulevan graafin osalta havaintotaulukkoon kirjattiin seuraavat perustiedot: yrityksen nimi, vuosi, sivunumero, graafin aihe sekä graafityyppi (päätyyppi ja tarkennettu tyyppi). Aineiston keräysvaiheessa graafeista pyrittiin tallentamaan mahdollisimman yksityiskohtaiset tiedot, mistä johtuen havaintotaulukkoon tallennettiin myös sellaisia tietoja, joita ei lopullisessa tutkimuksessa hyödynnetty. Esimerkkeinä tällaisista tiedoista mainittakoon muun muassa viivagraafien viivojen lukumäärä ja ympyrägraafien sektorimäärät. Koska tutkimuksen aineisto kerättiin ja muodostettiin itse, sitä voidaan kutsua primaariaineistoksi.

Graafit luokiteltiin Falschlungerin ym. (2015) tekemää graafityyppiluokitusta mukaillen viiteen päätyyppiin: pylväsgraafeihin, ympyrägraafeihin, viivagraafeihin, yhdistelmägraafeihin sekä muihin graafeihin. Yhdistelmägraafeiksi luokiteltiin kaikki sellaiset graafit, joissa on yhdistelty vähintään kahta eri päägraafityyppiä. Yhdistelmägraafissa siis voi olla vain yksikin kuvattava aihe, kun taas monimuuttujagraafiksi tässä tutkimuksessa kutsutaan sellaista graafia, jossa samassa graafissa on kuvattu useampaa kuin yhtä muuttujaa (graafityypistä riippumatta). Muut graafit -luokka puolestaan käsitti kaikki ne graafit, joita ei voitu luokitella kuuluvaksi pylväs-, ympyrä-, viiva- tai yhdistelmägraafeihin. Päägraafityypin lisäksi kustakin graafista tallennettiin vielä tarkennettu graafityyppi (alagraafityyppi), eli esimerkiksi onko pylväsgraafi vaaka- vai pystypylväsgraafi tai onko ympyrägraafi kokoympyrä vai rengasmainen. Graafityypittelyn pää- ja alagraafityyppiluokat olivat niin yksiselitteiset, että tältä osin tutkimukseen ei oletettavasti sisälly tulkinnasta johtuvia luokitteluseroja. Luokittelun yksiselitteisyys puolestaan parantaa tutkimuksen luotettavuutta ja toistettavuutta.

Sen sijaan enemmän tulkinnanvaraisuutta ja subjektiivisuutta sisältyy graafiaiheluokitteluun, sillä yksittäinen graafi voi aiheensa puolesta sopia useampaankin muodostettuun aiheluokkaan. Luokittelun yksityiskohtaisuus ja luokkien nimet ovat myös hyvin tutkijasidonnaisia. Tässä tutkimuksessa luokat pyrittiin muodostamaan mahdollisimman objektiivisesti ja dokumentoimaan luokittelujen perusteet tarkasti (Liite 4) tutkimuksen toistettavuuden ja luotettavuuden parantamiseksi. Aineistonkeruun luotettavuutta ja johdonmukaisuutta parantaa myös se, että yksi tutkija keräsi aineiston ja luokitteli sen. Graafit luokiteltiin aluksi kuuteenkymmeneen (60) eri graafiaiheluokkaan pääasiassa graafin otsikkoon perustuen. Tämän jälkeen graafiaiheet uudelleenluokiteltiin tuloslaskelmagraafeihin, tasegraafeihin, osaketta kuvaaviin graafeihin, rahoituslaskelmagraafeihin sekä toimintaa kuvaaviin graafeihin. Uudelleenluokittelu tehtiin sen mukaan, mihin vuosikertomuksen tai tilinpäätöksen osaan graafi liittyy – ei siis sen mukaan, missä vuosikertomuksen osassa kyseinen graafi on esitetty. Lisäksi muodostettiin uudelleenluokittelut sen mukaan, onko graafin aihe jokin neljästä kuvatuimmasta aiheesta sekä siitä, onko kuvattu muuttuja tilinpäätösmuuttuja.

Tässä tutkimuksessa muuttujia ei aiemmista tutkimuksista poiketen luokiteltu taloudellisiin avainmuuttujiin (KFV) ja muihin muuttujiin, sillä kyseisen jaottelun

katsottiin palvelevan paremmin vaikutelmajohtamisen näkökulmasta tehtyjä tutkimuksia. Koska aikasarjojen käyttö ja nimenomaisesti taloudellisten muuttujien tahallinen virheellinen esittäminen ovat aiemmissa tutkimuksissa olleet tutkimuksen kohteena, näissä muuttujien luokittelu avainmuuttujiin ja muihin on ollut perusteltua. Sen sijaan tässä tutkimuksessa kyseinen luokittelu päätettiin jättää tekemättä, sillä luokittelun perusteita ei aiemmissa tutkimuksissa ollut kattavasti esitetty ja esitetyt luokittelun perusteet olivat paikoin jopa ristiriitaisia. Lisäksi yksityiskohtaisemman muuttujien luokittelun toivottiin tuovan esille tarkempia havaintoja eri muuttujien kuvaamiseen ja mahdollisiin muutoksiin liittyen.

Tutkimuksessa tehty toimialaluokittelu puolestaan perustuu arvopaperipörsseissä kansainvälisestäkin käytettävään ICB- eli Industry Classification Benchmark-järjestelmään, jossa yritys luokitellaan siihen toimialaan kuuluvaksi, jolta pääosa yrityksen liikevaihdosta muodostuu. Koska luokittelu on laajemminkin käytössä, saatuja tutkimustuloksia voidaan helpommin verrata myös kansainvälisesti. Toimialaeroja tutkittiin toimialaluokittelun kymmenen eri päätoimialaryhmän suhteen, joista tämän tutkimuksen otoksessa oli edustettuna kahdeksan. Otoksen yritysten toimialajakauma näkyy liitteistä 2 ja 3.

Kun aineisto oli saatu kerättyä excelin havaintotaulukkoon, aineisto tarkistettiin sokkotestauksella siten, että kahdeksan satunnaisesti valittua vuosikertomusta käytiin uudelleen läpi ja varmistettiin luokittelun yhdenmukaisuus sekä se, että kaikki graafit oli huomioitu ja luokiteltu oikein. Sokkotestauksen yhteydessä tarkistettiin myös se, että tiedot oli tallennettu oikeille riveille ja sarakkeille ilman tallennusvirheitä. Koko aineisto selattiin vielä läpi silmämääräisesti, minkä lisäksi arvojen oikeellista tallentamista arvioitiin excelin sekä SPSS-ohjelmiston tarkastustyökaluja käyttäen. Varsinaisesta graafikohtaisesta aineistosta laadittiin vuosikertomuskohtainen kokoomataulukko, jossa tilastoyksikkönä oli vuosikertomus (n=220). Tähän merkittiin kunkin vuosikertomuksen osalta sivumäärä, graafien kokonaismäärä sekä lukumäärällisesti se, montako mitäkin graafityyppiä oli ollut ja montako graafia oli laadittu eri aiheista. Tilastollisen testaamisen suorittamiseksi aineisto oli vielä muokattava kolmanteen muotoon siten, että tilastoyksikkönä oli tutkittu yritys (n=55).

Aineiston varsinainen analysointi suoritettiin käyttämällä IBM SPSS Statistics 23-ohjelmaa. Ensimmäisiin neljään tutkimuskysymykseen pyrittiin löytämään vastaus ryhmittelemällä ja analysoimalla kerättyä aineistoa. Ristiintaulukoinnin avulla etsittiin graafikäytön yleisyyteen, graafityyppeihin ja graafiaiheisiin liittyviä eroavaisuuksia eri tutkimusvuosien välillä, ja lisäksi aineistosta laskettiin erilaisia tunnuslukuja graafisten käytänteiden mahdollisimman tarkaksi selvittämiseksi. Viitekehyyksen uutuuden ja relevanttien aiempien tutkimusten puuttumisen vuoksi viidettä tutkimuskysymystä eli legitimaatioteorian selitystestettä ei testattu tilastollisesti, mutta muilta osin aineistosta tehtyjen havaintojen tilastollista merkitsevyyttä testattiin tilastollisilla testeillä. Koska paneelitutkimusotteesta johtuen eri vuosien otokset olivat toisistaan riippuvat, testaukset tehtiin epäparametrisia testejä, kuten Friedmanin testiä, käyttäen. Epäparametrisia testejä käytettäessä päädytään helpommin hyväksymään väärä hypoteesi, mutta toisaalta niiden käyttöön liittyy vähemmän noudatettavia mallin odotuksia kuin parametriin testeihin. Esimerkiksi normaalijakautuneisuuden oletuksen ei tarvitse täyttyä Friedmanin testiä sovellettaessa.

3.3 Reliabiliteetti, validiteetti ja tutkimuksen kokonaisluotettavuus

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus muodostuu ulkoisesta ja sisäisestä luotettavuudesta. Kvantitatiivisen tutkimuksen tapauksessa ulkoinen luotettavuus liittyy lähinnä otoksen edustavuuteen, kun taas sisäinen luotettavuus voidaan jakaa tutkimuksen validiteettiin ja reliabiliteettiin. Kokonaisluotettavuutta arvioitaessa huomiota tulee kiinnittää myös analyysin onnistuneisuuteen sekä tutkimuksen toistettavuuteen. (Uusitalo 1997, 86.) Seuraavaksi arvioidaan tämän tutkimuksen mittaamiseen liittyvää reliabiliteettia ja validiteettia, mikä taas heijastelee tulosten kokonaisluotettavuutta.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen tulosten ja käytettyjen tutkimusmenetelmien luotettavuutta, toistettavuutta ja ei-sattumanvaraisuutta. Reliabiliteetin tutkimuksen tulee antaa tarkkoja tuloksia, jotka eivät riipu sattumasta, minkä lisäksi toisten tutkijoiden samalla aineistolla suorittaman tutkimuksen tulisi johtaa keskimäärin samoihin tuloksiin. (Uusitalo 1997, 84.) Tässä tutkimuksessa korkeaan reliabiliteettiin on pyritty ensinnäkin tarpeeksi suurella ja edustavalla otoksella. Tutkimusongelma on jo tutkimussuunnitelmavaiheessa määritelty mahdollisimman tarkkarajaiseksi, ja aineiston

kerääminen on suoritettu tarkoin tutkimussuunnitelmaa noudatellen. Reliabiliteettia ja tutkimuksen toistettavuutta on lisätty aineiston, aineistonkeruumenetelmien, tehtyjen rajausten sekä aineiston luokittelun ja käsittelyn tarkalla kuvailemisella. Tutkimus on myös pyritty toteuttamaan mahdollisimman objektiivisesti ja virheettömästi, mistä johtuen erityistä huomiota on kiinnitetty varsinkin aineiston keräämisen suunnitteluun sekä aineiston keräämiseen ja tallentamiseen. Näin on pyritty varmistamaan aineiston reliabiliteetti, mikä puolestaan varmentaa tulosten oikeellisuutta.

Reliabiliteettia heikentäviä tekijöitä tässä tutkimuksessa ovat muun muassa graafien luokittelu otsikoiden perusteella eri aihepiiriluokkiin: graafityyppiluokittelu on melko yksiselitteinen, mutta graafiaiheista voitaisiin periaatteessa muodostaa hyvinkin toisenlaisia luokkia. Luokitteluun ei myöskään saatu tukea aiemmista tutkimuksista, sillä niissä luokittelu on ollut osin karkeampi erilaisista tutkimustavoitteista johtuen. Luokittelun reliabiliteettia heikentävää vaikutusta pyrittiin kuitenkin minimoimaan kuvailemalla luokittelun perusteet tarkasti. Aineiston tallennukseen liittyviä mahdollisia virheitä on pyritty ehkäisemään aineiston huolellisella tarkastamisella.

Validiteetilla tarkoitetaan pätevyyttä niin menetelmien kuin tulostenkin suhteen. Menetelmän validiteetista puhuttaessa tulee arvioida sitä, vastaako tutkimusote tutkittavaa ilmiötä sekä miten hyvin tutkimusmenetelmä mittaa tutkittavan ilmiön sitä ominaisuutta, mitä sen kuuluukin mitata. Tutkimuksen sisäiseen validiteettiin kuuluu muun muassa se, ovatko mittaaminen ja testaaminen yhdenmukaisia, ovatko mittarit valideja ja onko valintakriteereissä vinoumia. Ulkoinen validiteetti taas liittyy tulosten yleistettävyyteen, eli siihen, missä tilanteissa, populaatioissa ja asetelmissa saatu tulos voidaan yleistää ja edustaako tutkimusotos vain jotakin tiettyä osaa perusjoukosta. (Uusitalo 1997, 84–86; Bryman & Bell 2015, 170–171.)

Aineiston keräämisen yhdenmukaisuuteen pyrittiin tässä tutkimuksessa sillä, että aineiston käsitteli vain yksi tutkija, ja lisäksi aineiston keräämiseen liittyvä taulukkopohja suunniteltiin etukäteen huolella ja testattiin kymmenellä satunnaisesti valitulla vuosikertomuksella. Mittarien katsotaan kattavan tutkittavan ilmiön riittävästi, ja sekä aineisto että mittarit liittyvät keskeisesti tutkittavaan ilmiöön eli graafiseen vuosikertomusraportointiin. Päätelmät pyritään tekemään riittävän varovaisesti, koska legitimaatio- ja agenttiteoriaa ei ole aiemmin sovellettu graafien käytön selittäjinä, mistä

johtuen teorioiden koettelu on vasta esiasteella. Lisäksi aineistorajaukset huomioidaan tulosten yleistettävyydessä. Tulosten vertailussa pyritään myös huomioimaan ajallisen ja kulttuurisen kontekstin eroja, minkä voidaan katsoa parantavan validiteettia. Lisäksi korkeaksi arvioitu reliabiliteetti osaltaan parantaa tutkimuksen validiteettia, jonka voidaankin kokonaisuutena katsottuna arvioida olevan kohtuullisen hyvä. Myös tutkimuksen kokonaisluotettavuuden voidaan edellä mainituin perustein katsoa olevan kohtuullisella tasolla. Kattava tutkimusprosessin kuvaus, tehtyjen valintojen tarkka perustelu sekä objektiivinen raportointi ovat tutkimuksen kokonaisluotettavuuteen keskeisimmin vaikuttavia tekijöitä, joten ne on pyritty toteuttamaan mahdollisimman huolellisesti.

4 TULOKSET

4.1 Graafien käytön yleisyys

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen tavoitteena oli selvittää graafien käytön yleisyyttä sekä graafien käytössä mahdollisesti havaittavissa olevia muutoksia. Keskeisenä graafikäytön yleisyyden mittarina tässä tutkimuksessa käytettiin graafien käyttöastetta, jolla tarkoitetaan sitä, kuinka suuri prosentuaalinen osuus tutkimusyrittäjistä on sisällyttänyt vuosikertomukseensa vähintään yhden graafin. Graafien käytön yleisyyttä mitattiin paitsi vuosittaisella graafien käyttöasteella, myös vuosikertomusten graafimäärillä sekä 'graafia per vuosikertomus' (GPAR, graphs per annual report) ja 'graafia per sivu' (GPP, graphs per page) -tunnusluvuilla. Kyseiset graafien käytön yleisyyttä kuvaavat tunnusluvut kultakin tutkitulta vuodelta on koottu oheiseen taulukkoon (Taulukko 1).

Taulukko 1 Graafien yleisyyteen ja käyttöön liittyviä tietoja

	2000	2005	2010	2015	Yhteensä
Graafeja käyttäneet yritykset	55	55	55	53	218 ⁽²⁾
Graafien käyttöaste (%)	100	100	100	96,4	99,1
Graafien lukumäärä yht.	1 031	1 189	1 128	932	4 280
Graafia/vuosikertomus (GPAR) ⁽¹⁾	18,7	21,6	20,5	16,9	19,5
Graafia/sivu (GPP)	0,36	0,27	0,22	0,15	0,23

⁽¹⁾ Jos huomioidaan vain graafeja vuosikertomuksiinsa sisällyttäneet yritykset, vuonna 2015 vuosikertomuksissa oli noin 17,6 graafia, ja keskimäärin koko tutkimusajanjaksolla vuosikertomuksissa oli 19,6 graafia.

⁽²⁾ Tutkimusaineisto muodostuu yhteensä 220 vuosikertomuksesta, joista 218 sisälsi graafeja

Kolmena ensimmäisenä tutkimusvuotena jokainen tutkimusotoksen yritys sisällytti vuosikertomukseensa vähintään yhden graafin, jolloin graafien käyttöaste oli kunakin vuonna (2000, 2005 ja 2010) korkein mahdollinen eli 100 %. Sen sijaan, vuonna 2015 graafien käyttöaste laski 96,4 %:iin, sillä kaksi otoksen yrityksistä ei käyttänyt vuosikertomuksissaan lainkaan graafeja. Käyttöasteen lievä aleneminen ei kuitenkaan ollut tilastollisesti merkitsevä ($\chi^2=6,000$; $p=0,112$), ja alenemisesta huolimatta koko tutkimusajanjaksolle laskettu keskimääräinen graafien vuosikäyttöaste säilyi kuitenkin varsin korkeana (99,1 %).

Saatu graafien käytön yleisyyteen liittyvä tutkimustulos on hyvin samansuuntainen kuin muissa 2000-luvun graafikäyttöä käsitelleissä tutkimuksissa. Falschlunger ym. (2015) totesivat Euroopan suurimpien pörssiyritysten graafien käyttöasteen nousseen vuoden 2006 tasosta (97,7 %) täyteen 100 %:iin vuosina 2009 ja 2012. Vastaavaan, liki 100 %:n käyttöasteeseen päätyivät myös Beattie ja Jones (2008) tutkiessaan englantilaisten yritysten graafien käyttöä. Aiemmissä tutkimuksissa graafien käyttöasteen on todettu nousseen 1970–1990-lukujen aikana, ja myös suomalaisten yritysten osalta graafien käyttöasteen nousu lienee ajoittunut jo 2000-lukua edeltäneelle ajanjaksolle.

Sen sijaan graafien käyttöasteen lasku vuonna 2015 on mielenkiintoinen havainto, joka eroaa Falschlungerin ym. (2015) tutkimustuloksista sekä myös muista aiemmista tutkimustuloksista. Koska tässä tutkimuksessa vuosikertomukset on poimittu otokseen viiden vuoden välein, on mahdollista, että graafien käyttöasteen lasku selittyy satunnaisvaihtelulla. Vasta tulevaisuus sekä tarkempi tutkimus näyttäne, kääntyykö graafien käyttöaste todella pysyvään laskuun. Vaikka graafien käyttöaste laskikin hieman vuonna 2015, koko tutkimusajanjakson keskimääräinen graafien käyttöaste oli kuitenkin niin korkea, että graafikäytön voidaan myös Suomen kontekstissa todeta olevan vakiintunutta.

Vaikka graafien käyttö näyttääkin käyttöasteen perusteella tarkasteltuna olevan melko vakiintunutta ja jopa normina pidettävää, tutkimuksessa havaittiin myös toisenlainen muutos graafien käytön yleisyydessä. Koko neljän vuoden tutkimusajanjaksolla tutkittuihin vuosikertomuksiin sisällytettiin yhteensä 4280 graafia, vuosikertomuskohtaisen graafimäärän vaihdellessa 0 ja 47 graafin välillä. Vuonna 2005 graafien kokonaismäärä oli noussut reippaasti vuoden 2000 tasosta, mutta tämän jälkeen graafimäärät näyttäisivät kääntyneen tasaiseen laskuun. Koska tutkittava ajanjakso on suhteellisen lyhyt (15 vuotta) ja havainnot on kerätty vain neljältä vuodelta, tuloksista ei suoraan voida päätellä, onko graafimäärän väheneminen osoitus muutostrendistä vai ei. On mahdollista, että graafimäärät ovat nousseet tasaisesti vuoteen 2005 saakka, minkä jälkeen ne ovat lähteneet laskemaan, tai vaihtoehtoisesti graafimäärät ovat saattaneet vakiintua tietylle tasolle, jolloin vuosien 2005 ja 2010 korkeammat graafimäärät saattavat olla vain tilapäinen poikkeus. Koska graafikäyttöä ei ole Suomessa aiemmin tutkittu, on mahdotonta arvioida, onko vuoden 2005 korkea graafimäärä vain tasaisen kasvutrendin huippu vai pelkästään poikkeuksellinen huippu graafimääriin. Vaikka tehtyä havaintoa ei

voida selittää ilman tarkempaa tutkimusta, seuraavassa pyritään esittämään joitain vaihtoehtoisia tulkintoja muutosten syiksi.

Erityisen mielenkiintoisen vuoden 2005 graafimäärän kasvusta tekee se, että kaikkien suomalaisten pörssiyritysten tuli kyseiseen vuoteen mennessä siirtyä tilinpäätösraportoinnissaan noudattamaan IFRS-säännöstöä. Voidaankin spekuloida, onko IFRS-siirtymällä mahdollisesti ollut vaikutusta graafimäärän muutokseen. Muun muassa Richards ja VanStaedens (2015, 297) ovat todenneet, että IFRS-raportointi on sidosryhmien kannalta monimutkaisempaa ja siten vaikeammin ymmärrettävää, ja että IFRS-siirtymän myötä vuosikertomusten pituus on kasvanut ja taulukkojen määrä lisääntynyt. Tällöin legitimaatioteorian näkökulmasta mahdollinen looginen selitys graafimäärän nousulle olisi se, että raportoinnin monimutkaistuesssa sidosryhmät ovat odottaneet lisää graafeja selventämään vuosikertomusraportointia, jolloin legitimoinnin myötä odotus on näkynyt myös vuosikertomusten graafimäärissä. Lisäksi mielenkiintoista on se, onko IFRS-siirtymä vaikuttanut graafimäärien laskuun vuoden 2005 jälkeen, vai onko kyseessä tavanomainen graafimäärien väheneminen.

Taulukko 2 Monimuuttujagraafit

Vuosi	2000	2005	2010	2015	Yhteensä
Graafit (lkm)	1031	1189	1128	932	4280
Graafiaiheet (kuvauskertojen lkm)	1090	1248	1194	1021	4553
Monimuuttujagraafit (2 aihetta)	57	57	62	86	262
Monimuuttujagraafit (3 aihetta)	1	1	2	0	4
Monimuuttujagraafit (4 aihetta)	0	0	0	1	1
Monimuuttujagraafit yhteensä	58	58	64	87	267
Monimuuttujagraafien osuus graafeista	5,6 %	4,9 %	5,7 %	9,3 %	6,2 %

Myös graafimäärien kääntyminen laskuun vuoden 2005 jälkeen on kiinnostava havainto, jonka taustalla voi olla useita tekijöitä. Beattie ym. (2008, 202) toteavat, että graafimuotoista esittämistapaa on saatettu jossain määrin korvata taulukkomuotoisella esitystavalla, mikä saattaisi selittää havaittua graafimäärän vähenemistä. Vaikka tässä tutkimuksessa ei suoranaisesti selvitetty taulukkojen määrää tai tutkittu taulukkomäärien vaikutusta graafien käyttöön, aineiston keräysvaiheessa havaittiin, että ne yritykset, joiden vuosikertomuksissa oli vain vähän graafeja, käyttivät tyypillisesti jonkin verran taulukoita. Graafimäärien vähenemistä voi selittää myös yhdistelmä- tai monimuuttujagraafien käytön yleistymisen. Oheisessa taulukossa (Taulukko 2) on kuvattu monimuuttujagraafien määrän kehitystä, ja siitä huomataan, että vuonna 2015

monimuuttujagraafien (=graafi, jossa on kuvattu vähintään kahta muuttujaa) osuus kaikista graafeista on liki kaksinkertaistunut aiempien vuosien tasoon verrattuna. Vuosina 2000, 2005 ja 2010 monimuuttujagraafien osuus kaikista kyseisenä vuonna käytetyistä graafeista on ollut noin 5 %:n luokkaa, mutta vuonna 2015, jolloin graafien käyttöaste kääntyi laskuun ja graafimäärä painui alle 2000-vuoden tason, jo lähes 10 % kaikista graafeista oli monimuuttujagraafeja. Monimuuttujagraafien määrän kasvu havaittiin myös tilastollisesti merkitseväksi ($\chi^2=73,645$; $p=0,000$).

Edellä esitettyjen potentiaalisten graafimäärän laskua selittävien tekijöiden lisäksi myös sähköisen verkkovuosikertomuksen yleistymisen voi näkyä graafimäärissä: joillain yrityksillä on jo käytössään selaintyyppinen sähköinen vuosikertomus, jossa vuosikertomuksen lukija pystyy itse laatimaan graafeja tärkeiksi katsomistaan muuttujista. Graafimäärien vähenemiselle voi edellä esitettyjen mahdollisten selittävien tekijöiden ohella olla muitakin loogisia selityksiä: on esimerkiksi mahdollista, että IFRS-raportointi on ollut laadukkaampaa verrattuna kansallisen laskentanormiston mukaiseen raportointiin, jolloin graafeja on voitu käyttää vähemmän. Oli graafimäärien muutosten taustalla oleva seikka mikä tahansa, todettu graafimäärän väheneminen on joka tapauksessa melko yllättävä tulos etenkin, jos sitä verrataan teoreettisen viitekehyksen taustalla olevaan oletukseen siitä, että sidosryhmät pitävät graafeja yhä tärkeämpiä vuosikertomusten komponentteina.

Tutkimuksessa käytetty graafia per vuosikertomus -tunnusluku (GPAR, graph per annual report) osoittaa edellä kuvatut muutokset graafimääriäkin selvemmin. Vuonna 2005 vuosikertomuksessa oli keskimäärin 21,6 graafia, kun vuonna 2000 vuosikertomuskohtainen graafimäärä oli noin 18,7. Vuoden 2005 jälkeen GPAR alkoi laskea, ja vuoteen 2015 mennessä vuosikertomuksiin sisällytettiin enää noin 16,9 graafia. Falschlungerin ym. (2015) tuloksiin verrattuna suomalaisten yritysten graafien käyttö on ollut varsin vähäistä, sillä eurooppalaisilla yrityksillä oli vuosina 2006 ja 2009 vuosikertomuksissaan keskimäärin 32,6 graafia ja vuonna 2012 jo 41,3 graafia. Eurooppalaisten pörssiyritysten vuosikertomuksissa on siis noin kaksi kertaa enemmän graafeja suomalaisyritysten vuosikertomuksiin verrattuna, sillä koko tutkimusajanjaksolla suomalaisten pörssiyritysten graafia/vuosikertomus -tunnusluku oli vain noin 19,5. Lisäksi eroavaisuutena on myös se, että eurooppalaisten yritysten graafia per vuosikertomus -tunnusluku näyttäisi pelkästään kasvaneen 2000-luvulla.

Poikkeavaan tulokseen vaikuttanee etupäässä se, että Falschlungerin ym. tutkimuksessa aineistona ovat suurimmat pörssiyritykset eri maista, kun taas tässä tutkimuksessa aineisto muodostui suomalaisista pörssiyrityksistä, jolloin otokseen sisältyy myös pieniä ja keskisuuria pörssiyrityksiä.

Vaikka Euroopan suurimpien pörssiyritysten vuosikertomuksissa onkin huomattavasti enemmän graafeja kuin suomalaisilla pörssiyrityksillä, esimerkiksi englantilaisten, australialaisten ja yhdysvaltalaisen yritysten vuosikertomuksissa on vieläkin vähemmän graafeja kuin suomalaisyrityksillä. Esimerkiksi Iso-Britanniassa yritysten vuosikertomusten keskimääräinen graafilukumäärä on vuonna 2004 ollut vain 6,9 graafia (Beattie ym. 2008) ja Yhdysvalloissa 7,5 vuonna 1994 (Frownfelter-Lohrke ym. 2015). Näihin lukemiin verrattuna suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomuskohtainen graafimäärä onkin siis melko korkea.

Toinen tunnusluku, jolla graafien käytön yleisyyttä voidaan tarkastella, on vuosittainen graafia per sivu -tunnusluku (GPP), joka on laskettu siten, että yritysten käyttämien graafien määrä on jaettu vuosikertomuksen sivumäärällä, ja näistä yrityskohtaisista tunnusluvuista on laskettu vuosittainen keskiarvo. Vuosikertomusten sivumäärä on kasvanut tasaisesti ja lähes kaksinkertaistunut 2000-luvun aikana, kun taas käytettyjen graafien määrä on ensin noussut vuoteen 2005 asti, minkä jälkeen se on kääntynyt laskuun. Tästä johtuen graafia per sivu -tunnusluku on tutkimusajanjaksolla pienentynyt tasaisesti koko ajan. Vuonna 2000 vuosikertomuksissa oli keskimäärin 0,36 graafia joka sivulla, kun taas vuoteen 2015 tultaessa GPP- tunnusluku on laskenut 0,15 graafiin per sivu. Kasvaneisiin sivumääriin verrattuna vuosikertomuksissa on siis suhteellisesti yhä vähemmän graafeja. Saatua tulosta ei pystytä vertaamaan aiempiin tutkimuksiin, sillä niissä tätä tunnuslukua ei ole laskettu.

4.2 Graafityypit

Tutkimuksen toinen tutkimuskysymys etsi vastausta siihen, millaisia eri graafityyppejä pörssiyritysten vuosikertomuksissa käytetään, onko graafityyppien käytössä tapahtunut muutoksia 2000-luvun aikana ja onko graafityyppien käytön osalta havaittavissa vakiintumista. Graafityyppien käyttömääriä eri vuosina on kuvattu oheisessa taulukossa

(Taulukko 3). Pörssiyritysten vuosikertomuksissa käytetyin graafityyppi on pylväsgraafit, joita on keskimäärin 58,3 % kaikista graafeista. Pylväsgraafien osuus on pysynyt lähes samansuuruisena koko tutkimusajanjakson ajan, joten pylväsgraafien käytön voidaan todeta vakiintuneen tälle tasolle. Pystysuuntaiset pylväät ovat käytetympiä kuin vaakasuuntaiset pylväät, sillä niiden osuus pylväsgraafeista on hieman yli 90 %. Vaakapylväiden suhteellinen osuus on kuitenkin hieman kasvanut: vuonna 2000 vaakapylväsgraafien osuus kaikista pylväsgraafeista oli vain 2,8 %, kun vuoteen 2015 mennessä osuus on noussut noin 9 %:iin. Pylväsgraafit ovat siis vuosikertomuksen käytetyin graafityyppi, ja tätä havaintoa tukee myös se, että yhdistelmägraafeista peräti 96 % on sellaisia, joissa pylväsgraafi on yhdistetty johonkin toiseen graafityyppiin.

Taulukko 3 Graafien käyttö eri vuosina graafityypeittäin

Graafityyppi	2000		2005		2010		2015		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Pylväsgraafi	612	59,4	711	59,8	643	57,0	531	57,0	2497	58,3
Ympyrägraafi	235	22,8	305	25,7	245	21,7	186	20,0	971	22,7
Yhdistelmägraafi	97	9,4	78	6,6	152	13,5	148	15,9	475	11,1
Viivagraafi	84	8,1	84	7,1	73	6,5	58	6,2	299	7,0
Muu graafi	3	0,3	11	0,9	15	1,3	9	1,0	38	0,9
Yhteensä	1031	100,0	1189	100,0	1128	100,0	932	100,0	4280	100,0

Toiseksi käytetyin graafityyppi on ympyrägraafi, josta käytetään myös piirasgraafinimitystä. Näitä on noin 23 % kaikista graafeista. Myös ympyrägraafien osuus on pysynyt lähes samana koko tutkimusajanjakson, vaihdellen vuosittain 20 ja 25 %:n välillä. Ympyrägraafien kohdalla on selkeimmin havaittavissa graafimäärissä todettu muutos, sillä myös ympyrägraafien osuus nousi vuonna 2005, mutta kääntyi tämän jälkeen laskuun. Muissa graafityypeissä vastaavaa kehitystä ei havaittu, ja tässä tutkimuksessa ei pystytäkään selittämään, minkä takia graafimäärissä näkynyt muutos kohdistui graafityyppien osalta vain ympyrägraafeihin. Toinen ympyrägraafeihin liittyvä keskeinen havainto on rengasmaisten ”donitsigraafien” tasainen yleistyminen: vuonna 2000 ympyrägraafeista 0 % oli rengasmaisia, kun taas vuonna 2015 rengasmaisten graafien osuus kaikista ympyrägraafeista on jo 78 %. Kokoympyrägraafien osuus kaikista ympyrägraafeista on vastaavasti pienentynyt. Ympyrägraafien tyypeissä tapahtunut muutos on myös tilastollisesti merkitsevä ($\chi^2=299,176$; $p=0,000$). Eri ympyrägraafityyppien määrien muuttumista on kuvattu oheisessa taulukossa (Taulukko 4).

Kolmanneksi käytetyin graafityyppi on yhdistelmägraafi, joita on keskimäärin 11,1 % kaikista graafeista. Enin osa yhdistelmägraafeista on pylväs- ja viivagraafien yhdistelmiä (95,4 %), minkä lisäksi on myös jonkin verran viivagraafien ja alaa kuvastavien graafien yhdistelmiä (2,9 %) sekä muita yhdistelmägraafeja (1,7 %). Yhdistelmägraafien osuus kaikista graafeista on kasvanut 9,4 %:sta 15,9 %:iin vuosina 2000–2015 ($x^2=179,989$; $p=0,000$). Yhdistelmägraafeihin liittyvä yllättävä havainto on se, että vuonna 2005, jolloin graafimäärät ja ympyrägraafien osuus nousivat, yhdistelmägraafien osuus kaikista graafeista laski jonkin verran. Mielenkiintoista onkin pohtia, onko IFRS-raportointiin siirtymisellä ollut vaikutusta raportoinnin ymmärrettävyyteen ja sitä kautta myös graafimääriin ja yhdistelmägraafien käytön tarpeellisuuteen.

Taulukko 4 Ympyrägraafien eri tyypit vuosittain

Ympyrägraafit	2000		2005		2010		2015		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Kokoympyrät	235	100,0	223	73,1	132	53,9	41	22,0	631	65,0
Rengasmaiset ympyrät	0	0,0	82	26,9	113	46,1	145	78,0	340	35,0
Yhteensä	235	100,0	305	100,0	245	100,0	186	100,0	971	100,0

Yhdistelmägraafien yleistyttyä viivagraafien osuus on vastaavasti hieman vähentynyt 8,1 %:sta 6,2 %:iin ($x^2=61,315$; $p=0,000$), jolloin viivagraafeja on keskimäärin 7 % koko tutkimusajanjaksolla. Viivagraafien vähenemistä selittänee osin se, että yhdistelmägraafien osuus on kasvanut, ja yhdistelmistä puolestaan suurin osa (peräti 99,2 %) on sellaisia, joissa toiseen graafityyppiin on yhdistetty viivagraafi. Edellä mainittujen päägraafityyppien lisäksi marginaalinen, noin 1 % osuus graafeista, on muiksi graafeiksi luokiteltavia graafeja. Muut graafit -luokkaan luokitellut graafit ovat pääosin alaa kuvastavia graafeja.

Eri graafityyppien käyttöön liittyvät tulokset ovat varsin samansuuntaisia kuin Falschlungerin ym. (2015) saamat tulokset Euroopan suurimpien pörssiyritysten graafien käyttöön liittyen. Keskimääräinen pylväsgraafien osuus kaikista graafeista, noin 58 %, on täsmälleen sama kuin Falschlungerin ym. tutkimuksessa. Tässä tutkimuksessa havaittu ympyrägraafien osuus (noin 23 %) on hieman eurooppalaista keskiarvoa (27 %) alempi, samoin kuin viivagraafien osuus, joka tässä tutkimuksessa on 7 % ja Falschlungerin ym. tutkimuksessa taas 10 %. Sen sijaan havaittu yhdistelmägraafien osuus (11 %) on huomattavasti suurempi kuin eurooppalaisilla suurilla listayrityksillä keskimäärin:

Falschlungerin ym. mukaan eurooppalaisten yritysten vuosikertomuksissa yhdistelmägraafien osuus on säilynyt koko tutkimusajanjakson noin 3 %:ssa, eli yhdistelmägraafeja käytetään lähes saman verran kuin muiksi graafeiksi luokiteltuja graafeja.

Verrattaessa saatuja tuloksia yleisemmin, voidaan todeta, että lähes kaikissa aiemmissa tutkimuksissa pylväsgraafeja on ollut eniten, ja niiden osuus kaikista graafeista on vaihdellut välillä 60–80 %. Ympyrägraafien osuus on tyypillisesti ollut 15–30 %, kun taas viivagraafien osuus on vaihdellut 10 % molemmin puolin. Yhdistelmägraafeja ja muita graafeja puolestaan on todettu käytettävän vain marginaalisesti. Suhteessa aiempiin tutkimuksiin suomalaisten pörssiyritysten graafien käyttö näyttäisi asettuvan samalle tasolle yhdistelmägraafien verrattain suurta osuutta lukuun ottamatta. Yhdistelmägraafien suuri osuus vaikuttaisikin olevan suomalaisen graafisen vuosikertomusraportoinnin kansallinen erityispiirre, jota osin saattaa selittää myös tarkasteltujen pörssiyritysten pieni koko.

Graafityyppeihin liittyen mielenkiintoista on myös mahdollinen tulevaisuudessa tapahtuva käytänteiden leviäminen ja vakiintuminen. Nobesin ja Parkerin (1995, 10) mukaan Iso-Britannia ja Yhdysvallat vaikuttavat vahvasti kansainvälisiin taloudellisen raportoinnin käytänteisiin, jolloin vaikutus ulottunee myös graafisen vuosikertomusraportoinnin pariin. Tästä lähtökohdasta katsottuna on kiinnostavaa, että Beattie ym. (2008) havaitsivat Iso-Britannian vuoden 2004 graafikäyttöä tutkiessaan, että pylväsgraafien osuus kaikista graafeista oli erittäin korkea, jopa 97 %. Myös Yhdysvalloissa pylväsgraafien osuus on tavanomaista korkeampi, vuonna 1990 jo 79 % kaikista graafeista oli pylväsgraafeja (Beattie & Jones 1997). Mahdollista onkin, että tulevaisuudessa pylväsgraafien suhteellinen osuus nousee vieläkin korkeammaksi, jolloin kaikkien muiden graafityyppien osuudet pienenisivät marginaalisiksi.

4.3 Graafein kuvatut muuttujat eli graafiaiheet

Kolmannen tutkimuskysymyksen tavoitteena oli tutkia sitä, millaisista eri aiheista pörssiyritysten vuosikertomuksiin laaditaan graafeja ja onko eri aiheiden kuvaamisessa havaittavissa muutoksia. Eri aihepiirien kuvaamista mitattiin tässä tutkimuksessa

kuvausasteen perusteella eli sillä, kuinka moni yritys on kuvannut tiettyä aihetta. Toisena kuvaamisen mittarina olivat graafimäärät, jolloin tutkittiin sitä, montako graafia tietystä aiheesta on laadittu. Näiden kahden mittaustavan välillä oli havaittavissa joitakin eroja, mutta myös paljon yhtäläisyyksiä. Taulukossa 5 on esitetty 25 kuvatuinta graafiaihetta sen mukaan, kuinka suuri osa yrityksistä on sisällyttänyt vuosikertomukseensa vähintään yhden kyseistä aihetta kuvaavan graafin. Taulukossa 6 puolestaan saman verran (25) kuvatuimpia graafiaiheita on esitetty kuvauskertojen mukaisessa järjestyksessä, eli sen mukaan, monessako graafissa tiettyä aihetta on kuvattu.

Taulukko 5 Kuvatuimmat graafiaiheet kuvausasteen mukaan

Muuttuja	2000		2005		2010		2015		Yhteensä		Friedman	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	p-arvo	merk.
Liikevaihto	50	90,9	50	90,9	49	89,1	46	83,6	195	88,6	0,370	
Liiketulos	44	80,0	45	81,8	43	78,2	44	80,0	176	80,0	0,940	
Osakekurssi	47	85,5	46	83,6	43	78,2	40	72,7	176	80,0	0,222	
Henkilöstö	36	65,5	48	87,3	45	81,8	38	69,1	167	75,9	0,003	**
Vaihto	40	72,2	42	76,4	33	60,0	26	47,3	141	64,1	0,000	***
OVA	32	58,2	31	56,4	27	49,1	24	43,6	114	51,8	0,141	
EPS	29	52,7	31	56,4	27	49,1	25	45,5	112	50,9	0,502	
ROI	26	47,3	30	54,5	18	32,7	17	30,9	91	41,4	0,002	**
Tulos	32	58,2	26	47,3	19	34,5	14	25,5	91	41,4	0,000	***
Investoinnit	25	45,5	23	41,8	18	32,7	20	36,4	86	39,1	0,226	
Markkina-arvo	13	23,6	24	43,6	22	40,0	18	32,7	77	35,0	0,028	*
DPS	8	14,5	18	32,7	22	40,0	23	41,8	71	32,3	0,000	***
Omistus	10	18,2	19	34,5	20	36,4	21	38,2	70	31,8	0,016	*
Gearing	12	21,8	15	27,3	17	30,9	19	34,5	63	28,6	0,244	
ROE	12	21,8	16	29,1	11	20,0	15	27,3	54	24,5	0,405	
OPO/osake	17	30,9	14	25,5	8	14,5	10	18,2	49	22,3	0,016	*
Vieras pääoma	7	12,7	12	21,8	9	16,4	16	29,1	44	20,0	0,023	*
Tilaukset	10	18,2	11	20,0	10	18,2	12	21,8	43	19,5	0,666	
Ympäristö	9	16,4	7	12,7	10	18,2	11	20,0	37	16,8	0,606	
Rahavirta	1	1,8	6	10,9	11	20,0	13	23,6	31	14,1	0,001	***
Toimintaympäristö	4	7,3	7	12,7	11	20,0	8	14,5	30	13,6	0,147	
Tutkimus ja kehitys	7	12,7	8	14,5	7	12,7	8	14,5	30	13,6	0,965	
Osinko	5	9,1	7	12,7	7	12,7	10	18,2	29	13,2	0,334	
Tuotanto	7	12,7	3	5,5	8	14,5	8	14,5	26	11,8	0,095	
Markkinat	10	18,2	9	16,4	3	5,5	2	3,6	24	10,9	0,011	*

Taulukossa 25 kuvatuinta aihetta, keskimääräisen kuvausasteen mukaan laskevassa järjestyksessä.

kpl = maksimissaan 55/vuosi (yritysten määrä)

% = kuvausaste (montako % yrityksistä kunakin vuonna kuvannut ao.muuttujaa)

Muutosten tilastollista merkitsevyyttä testattu Friedmanin epäparametrisella testillä (H₀=muuttujan jakaumissa ei tilastollisesti merkitsevää eroavaisuutta eri vuosien välillä)

Tilastolliset merkitsevyydet: * = merkitsevää 5 % riskitasolla; ** = merkitsevää 1,0 % riskitasolla; *** = merkitsevää 0,1 % riskitasolla.

Tutkimusajanjaksolla neljä kuvatuinta graafiaihetta sekä kuvausasteen että kuvausmäärien perusteella olivat liikevaihto, liikevoitto, henkilöstö ja osakekurssi. Eniten kuvattu aihe jokaisena neljänä vuonna on ollut liikevaihto, jonka kuvausaste on ollut keskimäärin 88,6 %. Liikevaihdon kuvausaste on kuitenkin hieman laskenut, sillä

vuonna 2000 vielä 90,1 % yrityksistä sisällytti liikevaihtoa koskevan graafien vuosikertomukseensa, kun taas vuonna 2015 liikevaihtograafeja käyttäneiden yritysten osuus oli 83,6 %. Liikevaihdon kuvaaminen on tasaisesti vähentynyt myös kuvauskerroilla mitattuna, sillä kun vuonna 2000 vielä yli 23 % graafeista liittyi liikevaihtoon, vuonna 2015 vastaava osuus oli enää noin 15 %. Liikevaihto näyttäisi silti vakiintuneen kuvatuimmaksi graafiaiheeksi, ja keskimäärin 19 % graafeista on tutkimusajanjaksolla liittynyt liikevaihtoon. Liikevaihto on miltein kaikissa aiemmissa tutkimuksissa ollut yksi kuvatuimmista graafiaiheista, ja se on myös usein nimetty neljän kuvatuimman taloudellisen avainmuuttujan joukkoon.

Liikevaihdon ohella kolme muuta eniten kuvattua aihetta vuosina 2005, 2010 ja 2015 olivat liiketulos, osakekurssi ja henkilöstö, vaikkakin eri vuosina näiden aiheiden keskinäinen kuvausasteen mukainen järjestys onkin vaihdellut. Vuonna 2000 osakkeen vaihto pörssissä oli neljän kuvatuimman aiheen joukossa henkilöstön sijaan. Näiden muuttujien osalta korkea kuvausaste näkyy myös graafimäärissä: henkilöstöaiheita on kuvattu keskimäärin 12,8 %:ssa graafeista, liiketulosta 9,2 %:ssa ja osakekurssia 5,0 %:ssa. Muiden graafiaiheiden kuvauskertojen prosenttiosuudet ovat kaikki alle 5 %. Neljän kuvatuimman graafiaiheen joukko näyttääkin vakiintuneen. Useissa aiemmissa tutkimuksissa liikevaihdon ja liiketuloksen on todettu kuuluvan kuvatuimpien avainmuuttujien joukkoon, kun taas henkilöstön ja osakekurssin yleensä ei. Esimerkiksi Falschlungerin ym. (2015) tutkimuksessa henkilöstö on kuitenkin neljänneksi kuvatuin aihe, vaikkei sitä olekaan avainmuuttujaksi luokiteltu. Sen sijaan Beattien ja Jonesin (2001) vertailevan tutkimuksen mukaan esimerkiksi Yhdysvalloissa vain noin 0,5 % graafeista liittyi henkilöstöön, kun taas Ranskassa ja Saksassa noin kolmasosa kaikista graafiaiheista liittyi henkilöstöön. Henkilöstögraafiaiheiden kuvaamisen yleisyyden aste näyttäisikin olevan Euroopassa tavanomaista suurempi.

Osakekohtaisen tuloksen eli EPS:n (earnings per share) on aiemmissa tutkimuksissa tyypillisesti todettu kuuluvan neljän eniten kuvatun taloudellisen avainmuuttujan joukkoon. Tässä tutkimuksessa EPS jäi kuitenkin vasta seitsemänneksi kuvatuimmaksi muuttujaksi sekä graafimäärien että kuvausasteen perusteella tarkasteltaessa. Muuttujan kuvausaste sekä graafimäärät ovat myös kummatkin laskeneet. Tulosta tulkittaessa on huomioitava se, että luokittelun perustetta taloudellisiin avainmuuttujiin ja muihin muuttujiin ei ole aiemmissa tutkimuksissa selkeästi ja johdonmukaisesti esitetty, joten ei

ole täysin selvää, mitkä kaikki muuttujat voidaan lukea avainmuuttujiksi. Mikäli osakekurssia, osakkeen vaihtoa ja henkilöstöä ei voida lukea taloudellisiksi avainmuuttujiksi, EPS nousee myös tässä tutkimuksessa neljän kuvatuimman taloudellisen avainmuuttujan joukkoon.

Koska tietyn graafiaiheen kuvausaste (Taulukko 5) kertoo legitimaatioteoreettisen näkökulman kannalta enemmän kuin kuvauskertojen suhteellinen osuus (Taulukko 6), seuraavassa tarkastelussa keskitytään etupäässä kuvausasteen tarkasteluun. Muuttujien kuvaamisen yleisyyden suhteen yksi merkittävimmistä havainnoista on osakekohtaisen osingon (DPS, dividend per share) kuvaamisen tasainen yleistyminen: vuonna 2000 vain 14,5 % yrityksistä kuvasi tätä muuttujaa, kun taas vuonna 2015 jo 41,8 % yrityksistä on sisällyttänyt DPS-graafin vuosikertomukseensa. Muutos on myös tilastollisesti merkitsevä. Aiempien graafikäyttöä käsitelleiden tutkimusten valossa on yllättävää, että vuonna 2000 DPS-graafien kuvausaste ei ole ollut suurempi, vaan tuolloin kyseinen muuttuja on ollut kaukana kuvatuimpien muuttujien kärkipäästä: aiemmissa tutkimuksissa DPS-muuttuja on kuitenkin jo 1990-luvulla nostettu yhdeksi avainmuuttujaksi eli neljän kuvatuimman taloudellisen muuttujan joukkoon.

Osakekohtainen osinko kuvaa yritysomistuksen taloudellista hyötyä, joten sen voisi perustellusti olettaa olevan etenkin omistajille keskeinen muuttuja. Lisäksi myös osinkojen kokonaismäärää kuvaavien graafien kuvausaste on noussut. Kuvaamisen yleistyminen saattaa olla merkki kansainvälisestä normalisaatiosta, jossa muiden maiden DPS-graafikäytön yleisyys on leviämässä myös suomalaisiin pörssiyrityksiin. Toisaalta, Falschlunger ym. (2015) toteavat eurooppalaisten yritysten DPS-graafikäytön tasaisesti vähentyneen 2000-luvulla, ja Uyarin (2009) tutkimuksen mukaan turkkilaiset pörssiyritykset taas eivät kuvaa lainkaan DPS-muuttujaa. Osakekohtaisen osingon kuvaamisessa näyttäisi siis olevan suuria alueellisia eroja, mikä korostaa tarvetta lisätutkimukselle.

Osinkoihin liittyvien graafien lisäksi muita graafiaihteita, joiden kuvausaste on tutkimusajanjaksolla noussut huomattavasti, ovat omistusta, velkaantuneisuusastetta ja rahavirtaa kuvaavat graafit. Tilastollisesti merkitseviä kasvumuutoksia ovat omistukseen liittyvien graafien kuvausasteen kasvu 18,2 %:sta (2000) 38,2 %:iin vuoteen 2015 mennessä sekä rahavirtagraafien kuvausasteen nousu 1,8 %:sta 23,6 %:iin. Vastaavasti

suhteellista velkaantumistasetta (gearing) kuvaavien yritysten osuus on kasvanut 21,8 %:sta 34,5 %:iin, vaikkakaan muutos ei ole tilastollisesti merkitsevä. Kiinnostavaa on myös se tilastollisesti merkitsevä muutos, että henkilöstögraafien kuvausaste kohosi huomattavasti vuosina 2005 ja 2010, mutta vuonna 2015 painui takaisin vuoden 2000 tasolle.

Joidenkin graafiaiheiden kuvausaste on kasvamisen sijaan vähentynyt tutkimusajanjaksolla. Esimerkiksi tulosta kuvaavien graafien kuvausaste on vuoden 2000 tasosta (58,2 %) laskenut 25,5 %:iin vuoteen 2015 mennessä. Osakkeen vaihtoon liittyviä graafeja käyttää vuosikertomuksissaan enää 47,3 % yrityksistä, kun vuonna 2000 kuvausaste oli vielä 72,7 %. Myös osakekurssia kuvaavien graafien käyttöasteessa on tapahtunut lasku, tosin hieman lievempi. Lisäksi kuvausaste on laskenut osakekohtaista omaa pääomaa (30,9 %:sta 18,2 %:iin) sekä omavaraisuusastetta (58,2 %:sta 43,6 %:iin) kuvaavien graafien osalta. Markkina-arvoon liittyvien graafien kuvausaste nousi vuoden 2000 tasosta (23,6 %) vuoteen 2005 tultaessa (43,6 %), minkä jälkeen alkoi kuitenkin vähitellen laskea (vuonna 2015 32,7 %). Edellä mainituista muutoksista tilastollisesti merkitseviä olivat osakkeen vaihtoa, tulosta, osakekohtaista omaa pääomaa sekä markkina-arvoa kuvaavien graafien käytön muutokset. Huomionarvoista on myös se, että tilastollisesti merkitsevistä kuvausasteen muutoksista enin osa liittyy tilinpäätösmuuttujien kuvaamiseen, ja näistä etenkin osakkeeseen liittyvien muuttujien kuvaamiseen.

Kuvausasteen kasvu- ja alenemismuutokset näkyvät tyypillisesti samansuuntaisina myös kuvausmäärissä (Taulukko 6), ja usein tietyn graafiaiheen korkea kuvausmäärä näkyy korkeampana kuvausasteena. Vaikka kuvausaste olisi jollain aiheilla korkea, voi graafiaiheiden osuus kuitenkin olla varsin alhainen: esimerkiksi omavaraisuusasteen kuvausaste on noin 50 %, mutta vain alle 3 % kuvatuista graafiaiheista liittyy omavaraisuusasteeseen. Tällöin aiheen kuvaaminen katsotaan tärkeäksi, mutta siitä ei laadita montaa graafia. Ero kuvausasteen ja kuvausmäärien välillä saattaa esiintyä myös toisensuuntaisena, kuten ympäristöaiheiset graafit osoittavat. Ympäristöaiheiset graafit ovat kuvausmäärien perusteella yleistyneet vuosien 2010 ja 2015 aikana, ja kuvausmäärillä mitattuna ympäristöaiheiset graafit ovat viidenneksi yleisempiä (4,7 % kuvatuista aiheista). Sen sijaan, ympäristögraafien kuvausaste silti suhteellisen matala (keskimäärin 16,8 %), vaikka se onkin hieman noussut tutkimusajanjaksolla. Tästä

voitaneen päätellä, että mikäli ympäristöaiheisia graafeja päätetään käyttää, niitä käytetään yhä enemmän. Toisaalta, ympäristögraafien kuvaamisen korkea osuus saattaa selittyä osin sillä, että joillakin otoksen yrityksistä vuosikertomus sisälsi myös ympäristövastuuraportin.

Taulukko 6 Graafiaiheet kuvauslukumäärien mukaan

Muuttuja	2000		2005		2010		2015		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Liikevaihto	252	23,1	250	20,0	212	17,8	154	15,1	868	19,1
Henkilöstö	91	8,3	177	14,2	183	15,3	132	12,9	583	12,8
Liiketulos	102	9,4	111	8,9	113	9,5	95	9,3	421	9,2
Osakekurssi	57	5,2	64	5,1	54	4,5	54	5,3	229	5,0
Ympäristö	33	3,0	27	2,2	87	7,3	68	6,7	215	4,7
Vaihto	43	3,9	50	4,0	39	3,3	30	2,9	162	3,6
EPS	36	3,3	36	2,9	35	2,9	28	2,7	135	3,0
OVA	36	3,3	32	2,6	28	2,3	25	2,4	121	2,7
Tulos	49	4,5	32	2,6	20	1,7	17	1,7	118	2,6
ROI	29	2,7	37	3,0	20	1,7	20	2,0	106	2,3
Investoinnit	29	2,7	26	2,1	30	2,5	21	2,1	106	2,3
Omistus	12	1,1	23	1,8	26	2,2	27	2,6	88	1,9
DPS	10	0,9	21	1,7	31	2,6	31	3,0	93	2,0
Markkinat	36	3,3	38	3,0	15	1,3	2	0,2	91	2,0
Tilaukset	24	2,2	25	2,0	13	1,1	26	2,5	88	1,9
Markkina-arvo	13	1,2	25	2,0	23	1,9	18	1,8	79	1,7
Toimintaympäristö	10	0,9	19	1,5	33	2,8	16	1,6	78	1,7
Vieras pääoma	15	1,4	19	1,5	16	1,3	26	2,5	76	1,7
Gearing	15	1,4	18	1,4	19	1,6	22	2,2	74	1,6
Tuotanto	21	1,9	12	1,0	14	1,2	20	2,0	67	1,5
ROE	12	1,1	17	1,4	11	0,9	16	1,6	56	1,2
OPO/osake	19	1,7	15	1,2	10	0,8	11	1,1	55	1,2
Sijoitukset	9	0,8	11	0,9	14	1,2	7	0,7	41	0,9
Kilpailijat	11	1,0	14	1,1	9	0,8	4	0,4	38	0,8
Rahavirta	1	0,1	6	0,5	14	1,2	15	1,5	36	0,8
Muut graafiaiheet	125	11,5	143	11,5	125	10,5	136	13,3	529	11,6
Yhteensä	1090	100,0	1248	100,0	1194	100,0	1021	100,0	4553	100,0

Muita graafiaiheisiin liittyviä havaintoja ovat osakekohtaisten tunnuslukujen sekä taseperusteisten tunnuslukujen kuvaamisen yleisyys. Osakekurssi, osakkeen vaihto pörssissä, EPS, DPS, markkina-arvo ja osakekohtainen oma pääoma ovat kaikki kuudentoista yleisemmin kuvatun muuttujan joukossa, eli osakkeeseen liittyviä tunnuslukuja kuvataan varsin usein. Myös taseperusteisia tunnuslukuja, kuten omavaraisuusastetta, pääomien tuottoja (ROI ja ROE), vierasta pääomaa ja velkoja kuvataan varsin usein. Tasegraafien kuvaamisen yleisyys saattaaakin heijastella suomalaisen kirjanpitojärjestelmän taselähtöisyyttä, joka näkynee myös vuosikertomusgraafeissa. Tässä tutkimuksessa ei niinkään havaittu Beattien ym. (2008, 203) toteamaa graafien kuvattujen aiheiden joukon supistumista, vaan pikemminkin

tulokset vahvistavat Falschlungerin ym. (2015, 396) havaintoa siitä, että Euroopassa graafein kuvattavien aiheiden kirjo on varsin laaja ja graafien käyttötavat vaihtelevia. Enin osa graafiaiheista sekä kuvausasteen että kuvausmäärien perusteella on kuitenkin tilinpäätösmuuttujiin liittyviä graafeja.

4.4 Toimialaerot graafisessa vuosikertomusraportoinnissa

Neljännän tutkimuskysymyksen tarkoituksena oli muodostaa yleiskäsitys siitä, millaisia eroja eri toimialojen yritysten graafisessa vuosikertomusraportoinnissa on. Mielenkiintoisimpien eroavaisuuksien uskottiin löytyvän graafimäärien ja graafiaiheiden parista, joten tarkastelu keskittyikin näihin seikkoihin. Sen sijaan eri graafityyppien käyttöön liittyviä toimialaeroja ei tutkittu, sillä käytettävä graafityyppi riippuu vahvasti kuvattavasta aiheesta, eikä siis niinkään toimialasta (Hill & Milner 2003, 141). Graafityyppien käyttöön liittyvien mahdollisten toimialaerojen ei siis katsottu olevan sinällään havainnollisia, eikä graafityyppierojen tarkastelun katsottu myöskään palvelevan tutkimuksen tarkoitusta. Keskeisimmät tulokset eri toimialojen graafikäyttöön liittyen on koottu oheisiin taulukkoihin (Taulukot 7 ja 8).

Taulukko 7 Eri toimialojen graafikäyttöön liittyviä tuloksia

<u>Toimialaluokka</u>	<u>Yrityksiä</u>		<u>Graafeja</u>		<u>GPAR</u> ¹	<u>Tilinpäätösmuuttujia</u>		<u>4 kuvatuinta muuttujaa</u>	
	<u>kpl</u>	<u>%</u>	<u>kpl</u>	<u>%</u>		<u>kpl</u>	<u>% graafiaih.</u>	<u>kpl</u>	<u>% graafiaih.</u>
Perusteellisuus	5	9,1	693	16,2	34,7	432	59,6	233	32,1
Teoll.tuotteet & -palv.	23	41,8	1675	39,1	18,2	1255	69,6	892	49,5
Terveystuotteet	1	1,8	16	0,4	4,0	66	82,5	44	55,0
Kulutustavarat	8	14,5	867	20,3	27,1	614	68,5	440	49,1
Kulutuspalvelut	2	3,6	79	1,8	9,9	63	74,1	42	49,4
Tietoliik. palvelut	1	1,8	79	1,8	19,8	46	58,2	54	68,4
Rahoitus	7	12,7	433	10,1	15,5	308	66,0	146	31,3
Teknologia	8	14,5	438	10,2	13,7	317	75,7	250	59,7
Yhteensä	55	100,0	4280	100,0		3101	68,1	2101	46,1

¹ GPAR=graafia per vuosikertomus (graph per annual report)

Chi-Square -testin mukaan tilastollisesti merkitseviä eroja toimialoittain siinä, kuinka paljon kuvataan tilinpäätösmuuttujia ($\chi^2 = 50,854$; $p = 0,000$) ja kuinka paljon kuvataan 4 kuvatuinta muuttujaa ($\chi^2 = 159,574$; $p = 0,000$)

Graafien käytön yleisyyttä ja volyyymia eri toimialoilla arvioitiin vertaamalla toimialakohtaisia ”graafia per vuosikertomus” -tunnuslukuja. Vuosikertomuskohtainen graafimäärä oli suurin perusteellisuustoimialan yrityksillä, sillä kyseisen toimialan yritykset sisällyttivät tutkimusajanjaksolla vuosikertomuksiinsa keskimäärin 34,7 graafia. Tunnusluku oli huomattavasti koko otoksen keskimääräistä graafia per

vuosikertomus -tunnuslukua (19,5) korkeampi. Huomionarvoista on myös se, että perusteollisuusalan yritysten osuus otoksen yrityksistä oli 9,1 %, mutta toimialan yritysten käyttämät graafit muodostivat peräti 16,2 % otoksen yritysten käyttämistä graafeista. Lähimmäksi koko otoksen GPAR-keskiarvoa pääsivät tietoliikennepalveluyritykset (19,8) sekä teollisuustuotteita ja -palveluita tuottavat yritykset (18,2). Vähiten graafeja käytettiin terveydenhuolto- sekä kulutuspalvelutoimialoilla, joilla kummallakin keskimääräinen vuosikertomusten graafimäärä jäi alle 10 graafin. Syitä graafimäärien eroille eri toimialojen yrityksissä ei tämän tutkimuksen puitteissa pystytä selittämään, joten aihe tarjoaakin mielenkiintoisen jatkotutkimusaiheen.

Graafiaiheisiin liittyen toimialaeroja tutkittiin siinä, kuinka paljon eri toimialojen yritykset kuvasivat tilinpäätösmuuttujia, paljonko neljää kuvatuinta muuttujaa kuvattiin sekä minkä tyyppisiä muuttujia kuvattiin eri toimialoilla eniten ja vähiten. Koska tarkoituksena oli muodostaa yleiskäsitys toimialaeroista, verrattiin eri toimialojen tutkimusajanjakson keskiarvoja vuosikohtaisten arvojen sijaan. Lisäksi graafiaiheet ryhmiteltiin laajempiin ryhmiin, eikä tarkastelua tehty yhtä yksityiskohtaisella tasolla kuin kolmannen tutkimuskysymyksen osalta. Graafiaiheet luokiteltiin tuloslaskelma-, tase-, osake-, rahoitus- ja toiminta-aiheisiin liitteessä 4 kuvatulla tavalla.

Taulukko 8 Eri graafiaiheryhmiä kuvaaminen toimialoittain

<u>Toimialaluokka</u>	<u>Tuloslaskelma</u>		<u>Tase</u>		<u>Osake</u>		<u>Rahoitus</u>		<u>Toiminta</u>		<u>Yhteensä</u>	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Perusteollisuus	195	26,9	102	14,1	112	15,4	23	3,2	293	40,4	725	100,0
Teoll. tuotteet ja -palv.	691	38,3	227	12,6	313	17,4	24	1,3	547	30,4	1802	100,0
Terveydenhuolto	33	41,3	12	15,0	20	25,0	1	1,3	14	17,5	80	100,0
Kulutustavarat	371	41,4	91	10,2	139	15,5	13	1,5	282	31,5	896	100,0
Kulutuspalvelut	30	35,3	10	11,8	23	27,1	0	0,0	22	25,9	85	100,0
Tietoliikennepalvelut	30	38,0	2	2,5	14	17,7	0	0,0	33	41,8	79	100,0
Rahoitus	128	27,4	34	7,3	59	12,6	87	18,6	159	34,0	467	100,0
Teknologia	186	44,4	37	8,8	85	20,3	9	2,1	102	24,3	419	100,0
Yhteensä	1664	36,5	515	11,3	765	16,8	157	3,4	1452	31,9	4553	100,0

Chi-Square -testin mukaan graafiaiheryhmiä kuvaamisessa on tilastollisesti merkitseviä eroja toimialojen välillä ($\chi^2 = 629,557$; $p = 0,000$)

Koko tutkimusotoksen tasolla tarkasteltuna yritysten graafein kuvaamista aiheista noin 68 % liittyy tilinpäätösmuuttujiin. Lähempänä tätä keskiarvoa on kulutustavaratoimiala, jonka yrityksillä 68,5 % kaikista kuvatuista graafiaiheista on tilinpäätösperusteisia.

Eniten tilinpäätösmuuttujia kuvaavat terveydenhuoltoalan yritykset, joilla peräti 82,5 % graafein kuvatuista aiheista liittyy tilinpäätösmuuttujiin. Vähiten tilinpäätösperusteisia aiheita kuvaavat tietoliikennepalveluyritykset (58,2 %) sekä perusteollisuuden yritykset (59,6 %). Tietoliikennepalveluyritykset kuvaavat kuitenkin suhteellisesti eniten neljää kuvatuinta muuttujaa (luvussa 4.3 mainitut liikevaihto, liiketulos, osakekurssi ja henkilöstö), sillä näillä yrityksillä liki 68,4 % kuvatuista graafiaiheista käsittelee näitä neljää kuvatuinta aihetta. Keskimäärin kaikkien yritysten graafiaiheista 46,1 % muodostuu neljästä kuvatuimmasta aiheesta, jolloin lähimmäksi keskiarvoa toimialoista pääsee kulutustavaratoimiala (49,1 %). Sen sijaan rahoitus- sekä perusteollisuusalan yrityksillä neljä kuvatuinta muuttujaa muodostavat vain hieman yli 30 % kaikista kuvatuista graafiaiheista.

Graafiaiherhymiä verrattaessa tyypillisesti enin osa tietyn toimialan graafiaiheista oli tuloslaskelmagraafeja. Kuitenkin perusteollisuuden, tietoliikennepalvelujen ja rahoituksen toimialoilla enin osa yritysten graafiaiheista liittyi toimintaan. Vähiten kuvattu graafiaiherhymä oli rahoitusgraafien ryhmä, sillä rahoitusgraafeja oli korkeintaan muutama prosentti toimialan graafeista kaikilla muilla toimialoilla paitsi rahoituslalla. Rahoitusalan yrityksillä rahoitusaiheiden osuus kaikista graafiaiheista oli odotetusti melko korkea, noin 18,6 %. Sen sijaan yllättävää oli, että rahoituslalla vähiten graafiaiheita oli taseeseen liittyen. Toimialaerojen syiden pohtiminen jää tämän tutkimuksen ulkopuolelle, mutta yleisesti voitaneen todeta, että graafiaiheiden osalta perusteollisuus, rahoitus ja tietoliikennepalvelut ovat muista toimialoista selkeämmin eroavia.

4.5 Legitimaatioteoria ja agenttiteoria graafisen vuosikertomusraportoinnin selittäjinä

Tutkimuksen toisena päätavoitteena oli arvioida legitimaatioteorian toimivuutta suomalaisten pörssiyritysten graafisen vuosikertomusraportoinnin selittäjänä. Omat haasteensa tälle tutkimukselle toi se, että sidosryhmien tietotarpeita graafiaiheiden suhteen ei ole juurikaan tutkittu. Tilastollisesti merkitseviin tuloksiin ei pyritty viitekehyksen innovatiivisuuden ja relevanttien sidosryhmien graafisen raportoinnin

odotuksia käsittelevien tutkimusten puuttumisen vuoksi, mutta tavoitteena oli saada näyttöä sitä, voidaanko legitimaatioteoriaa mahdollisesti soveltaa graafikäytön selittäjänä, ja onko lisätutkimukselle tarvetta. Tässä aluvuossa legitimaatioteorian toimivuuteen otetaan kantaa erikseen graafien käytön yleisyyden, graafityyppien ja graafiaiheiden osalta. Tarkastelun täydentäjänä huomioidaan myös agenttiteoria, etenkin graafiaiheiden osalta.

Graafien käyttöasteen todettiin vakiintuneen varsin korkeaksi, mikä heijastellee sidosryhmien odotuksia. Näin ollen, käyttöastetta tarkasteltaessa legitimaatioteorialla näyttää olevan graafien käyttöön liittyvää selityskykyä, eli vuosikertomusgraafeja voidaan olettaa käytettävän myös legitimointitarkoituksiin. Sen sijaan havainto graafimäärien kääntymisestä laskuun vuoden 2005 jälkeen on legitimaatioteorian kannalta mielenkiintoisempi, sillä se voi joko puoltaa legitimaatioteoreettista graafien käyttöä tai ei. Lähtöoletuksen mukaisesti sidosryhmien voidaan olettaa kaipaavan vuosikertomuksiin lukumäärällisesti enemmän graafeja, mutta tämän tutkimuksen havainnot eivät tue tätä oletusta. Graafimäärän vähentyminen voi olla osoitus siitä, ettei graafeja käytetä legitimointitarkoituksiin, vaan graafien käyttöpäätöksiä ohjailevat ensisijaisesti muut tekijät kuin sidosryhmien odotukset. Tämä tulkinta heikentäisi legitimaatioteorian selityskykyä. Toisaalta, mikäli graafimäärän kääntyminen laskuun johtuu monimuuttuja- ja yhdistelmägraafien yleistymisestä, voi graafien lukumäärän väheneminen olla sidosryhmien odotusten mukaista, mikäli sidosryhmät odottavat tiivistävää tietoa myös graafien suhteen. Monimuuttuja- ja yhdistelmägraafeissa yksittäiseen graafiin sisältyy enemmän tietoa, jolloin graafimäärää itsessään voidaan vähentää informaatiomäärän siitä pienemättä. Voi myös olla, että sidosryhmät odottavat vähemmän graafien käyttöä esimerkiksi IFRS-raportointiin siirtymisen myötä. Näin tulkittuna graafimäärän väheneminen voi heijastella legitimaatioteorian selityskyvyn vahvistumista graafikäytön selittäjänä.

Graafityyppien käyttöön liittyvistä tutkimustuloksista ei voida päätellä, tukevatko ne legitimaatioteorian ajatusta. Pylväsgraafit näyttäisivät vakiintuneen käytetyimmäksi graafityypiksi, mutta tästä ei voida suoraan tehdä legitimaatioteoriaa koskevia johtopäätöksiä. Toki on mahdollista, että sidosryhmät suosivat pylväsgraafeja, jolloin niiden ylivoimaisen suuri osuus käytetyistä graafeista voisi olla merkki legitimoinnista. Eri graafityyppien käyttö riippuu kuitenkin paljolti myös visuaalisista näkemyksistä,

yrittäjien graafienkäyttötottumuksista sekä kuvattavasta muuttujasta, sillä esimerkiksi ympyrägraafit eivät sovellu aikasarjadataan kuvaamiseen (Hill & Milner 2003, 142–143). Toisaalta, esimerkiksi viiva- ja pylväsgraafeilla voidaan kummillakin kuvata aikasarjallista informaatiota, joten viivagraafien osuuden tasainen väheneminen saattaa heijastella legitimoivaa graafien käytöstä, mutta vain siinä tapauksessa, että sidosryhmät toivovat kokoavaa tietoa myös graafien suhteen. Sen sijaan rengasmaisten ympyrägraafien yleistymisen tuskin on osoitus legitimoivasta graafien käytöstä, mutta vain siinä tapauksessa, että sidosryhmät toivovat kokoavaa tietoa myös graafien suhteen. Sen sijaan rengasmaisten ympyrägraafien yleistymisen tuskin on osoitus legitimoivasta graafien käytöstä, mutta vain siinä tapauksessa, että sidosryhmät toivovat kokoavaa tietoa myös graafien suhteen. Sen sijaan rengasmaisten ympyrägraafien yleistymisen tuskin on osoitus legitimoivasta graafien käytöstä, mutta vain siinä tapauksessa, että sidosryhmät toivovat kokoavaa tietoa myös graafien suhteen. Näin ollen, kaikki muutokset eivät siis ole osoituksia graafien käytöstä legitimaatiotarkoituksissa.

Graafiaiheisiin liittyen legitimaatioteorian toimivuutta graafien käytön selittäjänä arvioidaan vertaamalla saatuja tuloksia teorialuvussa muodostettuihin oletuksiin sidosryhmien graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyvistä odotuksista, ja vertailun osoittaman yhdenmukaisuuden asteen perusteella luodaan käsitys legitimaatioteorian selityskyvystä graafien käytön tutkimisessa. Se, että oletukset on johdettu yhdestä keskeisestä tutkimuksesta käyttäen tutkijan subjektiivista harkintaa, vaikuttaa kuitenkin osaltaan tämän tutkimuksen tulosten luotettavuuteen ja yleistettävyyteen. Koska Bartlettin ja Chandlerin (1997) tutkimustulokset olivat varsin yksiselitteisiä, on silti luultavaa, että myös muut tutkijat olisivat kyseisten tulosten perusteella päätyneet samanlaisiin oletuksiin. Oletukset on esitetty oheisessa taulukossa (Taulukko 9), jossa on myös esitetty tässä tutkimuksessa saadut tulokset oletettiin liittyen sekä kunkin oletettaman osalta johtopäätös legitimaatioteorian toimivuudesta.

Tuloslaskelmagraafien luokka oli muodostetuista graafiaiheluokista suurin, sillä tuloslaskelmagraafeja oli kaiken kaikkiaan 36,5 % kaikista graafeista. Tämä havainto vastasi muodostettua oletusta tuloslaskelmagraafien yleisyydestä. Liikevaihdon taas todettiin vakiintuneen kuvatuimmaksi graafiaiheeksi. Tämä havainto vastaa myös Isan (2006) tutkimustuloksia, joiden mukaan liikevaihtoa pidetään tärkeämpänä graafiaiheena. Isan tutkimuksessa toiseksi tärkeimpänä graafiaiheena pidettiin liiketulosta, ja samaan tulokseen päädyttiin myös tässä tutkimuksessa. Liikevaihdon ja liiketuloksen kuvaamisen tärkeys sidosryhmille ja etenkin omistajille onkin loogista, sillä kyseiset tuloslaskelman

erät ovat välisummia, jotka kuvaavat yrityksen taloudellista menestymistä sekä yritysomistuksen taloudellista arvoa. Näin ollen liikevaihdon ja muiden tuloslaskelmaGraafien yleisyys tukee myös agenttiteoriaa graafien käytön selittäjänä. Liikevaihdon kuvaamisen havaittiin kuitenkin hieman vähentyneen tutkimusajanjaksolla, mikä puolestaan vastaa Bartlettin ja Chandlerin (1997) tutkimuksesta johdettua oletusta, että liikevaihtoa kuvaavien graafien määrä olisi vähenemässä. Myös tämä havainto tukee legitimaatioteoriaa, muttei niinkään agenttiteoriaa.

Taulukko 9 Legitimaatioteorian selityskyvyn arviointi: oletukset ja tulokset

Oletus sidosryhmien näkemyksestä graafien käytön suhteen ¹	Näkemyksen oletettu heijastuminen graafikäyttöön	Tässä tutkimuksessa saatu tulos (jonka vastaavuutta oletukseen verrataan)	Tukeeko legitimaatioteoria?
Graafit tiivistävät tietoa eli niiden käyttöä toivotaan	Korkea graafien käyttöaste	Käyttöaste keskimäärin 99,1 %	kyllä
Graafit tiivistävät tietoa eli lisää graafeja toivotaan	Kasvava graafimäärä	Graafimäärä vaihdellut, laskenut vuodesta 2005 lähtien	ei/kyllä
TuloslaskelmaGraafit tärkein graafiaihealuokka	Eniten tuloslaskelmaGraafeja	TuloslaskelmaGraafeja 36,5 %; kuvatuimpia	kyllä
Liikevaihto tärkein graafiaihe	Liikevaihto kuvatuin graafiaihe	Liikevaihto kuvatuin aihe kuvausasteen (88,6 %) ja graafimäärien perusteella	kyllä
Liikevaihtograafien merkitys vähenemässä	Liikevaihdon kuvaaminen vähentynyt	Liikevaihdon kuvausaste laskenut (91 % > 84 %), samoin graafimäärä	kyllä
Toimintaa kuvaavat graafit 2. tärkein graafiaihealuokka	Toimintaa kuvaavat graafit toiseksi kuvatuimpia	Toimintaan liittyviä graafeja noin 31,9 %; toiseksi kuvatuimpia	kyllä/ei
Osakkeeseen liittyvät graafit hieman taseGraafeja tärkeimpiä	Osaketta kuvaavat graafit hieman taseGraafeja yleisempiä	OsakeGraafeja 16,8 % ja taseGraafeja 11,3 %	kyllä
RahoituslaskelmaGraafit eivät kovin tärkeitä	RahoituslaskelmaGraafit vähiten kuvattuja	RahoituslaskelmaGraafeja vain 3,4 %	kyllä

¹ Oletukset on johdettu Bartlettin ja Chandlerin (1997) tutkimuksesta, ks. liite 1

Toimintaan liittyvien graafien määrän arviointiin sisältyy enemmän subjektiivisuutta, sillä on pitkälti tutkijasta riippuvaa, voidaanko tietty graafi katsoa toimintaan liittyväksi. Mikäli toimintaan liittyviksi graafeiksi katsotaan kaikki paitsi tilinpäätösmuuttujia kuvaavat graafit, voidaan todeta, että toimintaa kuvaavia graafeja oli aineistossa toiseksi eniten. Toimintagraafien yleisyys vastaa oletusta sidosryhmien odotuksista, eli myös se tukee legitimaatioteorian selityskykyä. Sen sijaan agenttiteorian selityskyvyn kannalta havainto on monitulkintaisempi: koska päämiehen voidaan olettaa olevan ensisijaisesti kiinnostunut tilinpäätösGraafeista, toimintagraafien käytön yleisyys on yllättävää. Toisaalta, toimintagraafit sisältävät tietoa yrityksen toimintaympäristöstä ja

tulevaisuusnäköymistä, minkä vuoksi ne saattavat heijastella yrityksen tulevaa tulontuottokykyä ja siten olla päämiehelle arvokkaita.

Tutkimusaineiston kohdalla piti paikkansa myös oletus siitä, että osakkeeseen liittyviä graafeja on hieman enemmän kuin tasegraafeja. Isan (2006, 48) tutkimuksen mukaan osakkeeseen liittyviä tärkeinä pidettyjä graafiaihteita olivat osakekurssi, osakekohtainen tulos ja osakekohtainen osinko, jotka myös tässä tutkimuksessa olivat kuvatuimpien graafiaihteiden joukossa. Isan (2006, 48) tutkimuksessa taseen varallisuus oli tärkeänä pidetty graafiaihe; tässä tutkimuksessa omavaraisuusaste, vieras pääoma sekä velkaantuneisuusaste olivat kuvatuimmat taseperusteiset tunnusluvut. Lisäksi sijoitetun ja oman pääoman tuottoa kuvaavat graafit luokiteltiin tässä tutkimuksessa taseperusteisiksi graafeiksi, ja myös niitä käytettiin usein. Osake- ja tasegraafien yleisyys tukee legitimaatioteorian ohella myös agenttiteoriaa graafikäytön selittäjänä, sillä molemmat graafiaiheluokat kuuluvat tilinpäätösgraafeihin, jotka oletettavasti ovat omistajille tärkeitä.

Tässä tutkimuksessa rahoituslaskelmagraafeja oli vähiten, vaikka rahoituslaskelmagraafeiksi luokiteltiin kassavirta- ja rahavirtagraafien ohella myös sellaiset graafiaiheet, joita rahoitusalan yritykset tyypillisesti kuvaavat taseessaan (mm. hallinnoidut pääomat, sijoitukset sekä luotot ja lainaus). Isan (2006, 48) tutkimuksessa sijoittajat pitivät kassavirtagraafeja viidenneksi tärkeimpänä aiheena, kun taas Bartlettin ja Chandlerin (1997) tutkimukseen perustuva oletus on, että näitä graafeja odotetaan vuosikertomuksiin vähäisesti. Bartlett ja Chandler (1997, 259) epäilevät, että rahoituslaskelmagraafien vähäinen merkitys voi johtua siitä, että sidosryhmät eivät vielä ole ehtineet tottua uudentyyppiseen laskelmaan. Koska Bartlettin ja Chandlerin tutkimuksesta on jo kulunut aikaa ja sidosryhmien voisi olettaa tottuneen rahoituslaskelmaan, jää epäselväksi heijasteleeko tässä tutkimuksessa havaittu rahoituslaskelmagraafien kuvausasteen alhaisuus suomalaisyritysten sidosryhmien tottumattomuutta kyseisiin graafeihin vai rahoituslaskelmagraafien vähämerkityksellisyyttä. Bartlettin ja Chandlerin tuloksista johdettuun oletukseen verrattuna havainto rahoituslaskelmagraafien vähäisyydestä näyttäisi kuitenkin tukevan legitimaatioteoriaa. Sen sijaan saatu tulos ei tue agenttiteorian selityskykyä, sillä rahoituslaskelmagraafien voisi olettaa olevan tärkeitä omistajille ja sen vuoksi myös käytettyjä.

Eri muutostrendien osalta on vaikeaa todeta mitään legitimaatio- tai agenttiteorian toimivuuteen liittyen. Mikäli havaitut muutokset heijastelevat yritysten johdon käsityksiä sidosryhmien tietotarpeiden muuttumisesta, ne voivat tukea legitimaatioteoriaa. Sen sijaan, jos muutokset johtuvat jostakin muusta tekijästä kuin sidosryhmien odotuksista, ne eivät tue legitimaatioteoriaa. Kuten taulukosta 9 näkyy, enimmäns osan tutkimuksen havainnoista voidaan perustellusti katsoa tukevan legitimaatioteorian selityskykyä yritysten vapaaehtoista graafista vuosikertomusraportointia tutkittaessa. Koska legitimaatioteorian selityskykyyn liittyviä tutkimushavaintoja ei voitu tilastollisesti testata, vaatii aihe kuitenkin lisää tutkimusta. Osa tämän tutkimuksen havainnoista on tulkittavissa sekä legitimaatioteoriaa puoltavasti että sitä vastustavasti, mikä myös osaltaan korostaa tarvetta lisätutkimukselle. Havaintojen monitulkintaisuus pitää paikkansa myös agenttiteorian suhteen. Lisäksi yksittäinen havainto voi tukea sekä legitimaatio- että agenttiteoriaa.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

5.1 Keskeisimmät tulokset tiivistettynä

Tässä tutkimuksessa tutkittiin graafien käyttöä suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomuksissa analysoimalla 55 Nasdaq OMX Helsingissä listatun pörssiyrityksen pdf-muotoisia vuosikertomuksia vuosilta 2000, 2005, 2010 ja 2015, jolloin aineiston kokonaissuuruudeksi muodostui 4280 graafia. Graafien yleisyyteen, graafityyppeihin, graafiaiheisiin ja graafisen vuosikertomusraportoinnin muutoksiin liittyvän tiedon kartuttamisen ohella tutkimuksen toisena keskeisenä tavoitteena oli tutkia sitä, vastaavatko tutkimusaineiston pohjalta tehdyt havainnot käsitystä sidosryhmien tietotarpeista, ja voidaanko tältä pohjalta tehdä päätelmiä legitimaatioteorian ja agenttiteorian selityskyvystä graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkimisessa. Tutkimusongelmiin haettiin vastausta viiden tutkimuskysymyksen avulla. Tutkimuksen keskeisimmistä havainnoista kerrotaan lyhyesti alla, minkä lisäksi havainnot on tiivistetty taulukkoon 10.

Tutkimuksessa havaittiin ennakko-odotusten mukaisesti, että myös Suomessa graafien käyttöaste on erittäin korkea, sillä käyttöaste on tutkimusajanjaksolla vaihdellut 96,4–100 %:n välillä. Koska tutkimusajanjakso oli melko lyhyt ja 2000-luvulle sijoittuva, ei graafien käyttöasteessa havaittu kasvua, koska käyttöaste oli jo suurin mahdollinen (100 %) vuosina 2000, 2005 ja 2010. Oletettavaa onkin, että graafien käyttöasteen kasvu on tapahtunut jo 1970–1990-luvuilla, kuten useissa aiemmissa tutkimuksissa on todettu. Saatujen tulosten perusteella kuitenkin näyttää siltä, että Suomessakin graafien käytöstä on muodostunut jo normi, jota enin osa pörssiyrityksistä näyttää lähes poikkeuksetta noudattavan. Vuonna 2015 tapahtuneesta graafien käyttöasteen laskusta 96,4 %:iin ei vielä voida ilman kattavampaa tutkimusta tehdä päätelmiä mahdollisesta muutostrendistä, sillä kyseessä on yksittäinen havainto. Käytettyjen graafien määrä vuosikertomusta kohden on hieman laskenut vuoden 2005 jälkeen, mitä voitaneen selittää muun muassa yhdistelmä- ja monimuuttujagraafien yleistymisellä, IFRS-siirtymällä tai mahdollisella taulukkomuotoisen esitystavan yleistymisellä. Keskimääräinen graafimäärä

vuosikertomuksessa (19,5 graafia) on myös huomattavasti pienempi kuin Eurooppalaisilla pörssiyrityksillä keskimäärin (Falschlunger ym., 2015).

Graafityyppien osalta saadut tulokset ovat liki identtisiä Falschlungerin ym. (2015) Euroopasta saamien tuloksien kanssa: lähes kolme viidesosaa käytetyistä graafeista on pylväsgraafeja (58 %) ja toiseksi eniten käytetään ympyrämuotoisia graafeja (23 %). Kolmanneksi käytetyimmän graafityypin eli yhdistelmägraafien osuus kaikista graafeista oli noin 11 %, mikä on huomattavasti enemmän kuin Euroopassa keskimäärin (3 %). Yhdistelmägraafien korkea osuus näyttääkin olevan suomalaisyritysten graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyvä erityispiirre, mikä saattaa osin selittyä sillä, että suomalaiset pörssiyritykset ovat melko pieniä kansainvälisesti verrattaessa. Viivagraafeja suomalaiset pörssiyritykset puolestaan käyttävät hieman vähemmän (7 %) kuin Euroopassa, mutta myös Falschlunger ym. ovat havainneet viivagraafien osuuden vähenneen tasaisesti. Voikin olla, että viivagraafeja korvataan osin yhdistelmä- ja pylväsgraafeilla. Graafityyppeihin liittyviä muutoshavaintoja ovat myös rengasmaisten ympyräkuvioiden osuuden kasvu ja vastaava kokoympyrägraafien osuuden väheneminen sekä yhdistelmägraafien osuuden kasvu tutkimusajanjaksolla 9,4 %:sta 15,9 %:iin. Pylväsgraafit näyttävät vakiintuneen käytetyimmäksi graafityypiksi, ja lisäksi eri graafityyppien käytön suhteen on havaittavissa vankkaa yhdenmukaistumista ainakin Euroopan alueella. Tulosten valossa näyttää myös siltä, että tietyt graafityypit ovat tasaisesti kasvattaneet osuuttaan, ja esimerkiksi rengasmaiset ympyrägraafit saattavat vähitellen syrjäyttää kokoympyrägraafit esitystapana.

Kuvatuimpia graafiaiheita jokaisena tutkimusvuonna olivat liikevaihto, liiketulos, henkilöstö sekä osakekurssi. Edellä mainitut muuttujat näyttäisivät vakiintuneen kuvatuimmiksi muuttujiksi, joita kutakin keskimäärin 80 % yrityksistä sisällyttää vuosikertomuksiinsa. Kaikista tutkimusajanjakson graafeista noin 19 % käsitteli liikevaihtoa, 13 % henkilöstöä, 9 % liiketulosta ja 5 % osakekurssia. Tutkimuksessa löydettiin tilastollisesti merkitseviä muutoksia eri graafiaiheiden kuvaamisessa. Muun muassa osakekohtaiseen osinkoon, rahavirtoihin, omistukseen ja velkaantumisasteeseen liittyvien graafien käyttö on yleistynyt, kun taas osakevaihtoa, markkina-arvoa ja tulosta kuvataan graafein yhä harvemmin. Voidaan myös todeta, että suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomuksissa taseperusteisten sekä osakekohtaisten muuttujien kuvaaminen on yleisempää kuin muualla maailmassa. Epäselväksi jää kuitenkin vielä se,

johtuvatko havaitut graafisen raportoinnin tunnuspiirteet ja muutokset graafiaiheiden kuvaamisessa pikemminkin pörssiyritysten koosta kuin suomalaisesta kulttuurikontekstista sinänsä.

Tutkimuksessa havaittiin suuriakin toimialaeroja varsinkin graafien käyttömäärien suhteen. Vuosikertomuskohtaista graafimäärää (GPAR) verrattaessa tunnusluvun arvon havaittiin vaihtelevan 4 ja 34,7 graafin välillä. Lisäksi toimialaeroja havaittiin graafiaiheiden suhteen, ja eniten toimialojen keskimääräisistä arvoista poikkesivat perusteollisuus-, rahoitus- ja tietoliikennepalvelutoimiala. Vaikka havaittuja toimialaeroja ei tutkimustavoitteista johtuen analysoitu tai pyritty tarkemmin selittämään, toimialoittainen tarkastelu syvensi käsitystä suomalaisten pörssiyritysten graafisen vuosikertomusraportoinnin moniulotteisuudesta ja graafisten käytänteiden suurestakin vaihtelusta eri yritysten välillä.

Yksi tutkimuksen merkittävimmistä havainnoista liittyi legitimaatioteorian selityskyvyn vahvistumiseen graafikäytön selittäjänä. Vaikkakaan saatuja tuloksia ei pystytty tilastollisesti testaamaan, havaittiin tutkimuksessa vahvoja viitteitä siitä, että yksi yritysten graafiseen vuosikertomusraportointiin vaikuttava tekijä on legitimointi eli toiminnan oikeutuksen tavoittelu ympäröivältä yhteisöltä. Etenkin graafien käytön yleisyys ja graafiaiheiden kuvaaminen tukivat legitimaatioteorian selityskykyä, mutta graafityyppihin liittyen legitimaatioteorian toimivuutta ei voitu todentaa. Tämä tutkimus oli ensimmäinen legitimaatioteoriaa graafikäytön tutkimiseen sellaisenaan soveltanut tutkimus, ja sen mukaan legitimaatioteoria näyttäisi soveltuvan hyvin graafikäytön tutkimiseen ja tarjoavan uudenlaisen näkökulman. Myös agenttiteorian havaittiin selittävän graafien käyttöä varsinkin graafiaiheiden suhteen. Agenttiteoria ja legitimaatioteoria täydentävätkin hyvin toisiaan graafisen vuosikertomusraportoinnin selittäjinä.

Taulukko 10 Tutkimuksen keskeisimmät tulokset

Tutkimuskysymys	Havainnot
1. Graafien käyttö ja yleisyys	<ul style="list-style-type: none"> - Korkea graafien käyttöaste, graafien käyttö ”normi” - Graafimäärän nousu 2005, minkä jälkeen kääntyminen laskuun - Vuosikertomusten graafimäärän vaihtelu välillä 0–47 - Noin 19,5 graafia per vuosikertomus, vaihtelu vuosittain ja toimialoittain - Sivukohtainen graafimäärä tasaisesti pienentynyt, keskimäärin 0,23 graafia/sivu
2. Graafityypit	<ul style="list-style-type: none"> - Lähes 3/5 graafeista pylväsgraafeja, osuus vakiintunut - Ympyrägraafeja hieman alle ¼ kaikista graafeista - Rengasmaisten donitsigraafien osuus kaikista ympyrägraafeista noussut tutkimusajanjaksolla 0 %:sta 78 %:iin - Yhdistelmägraafeja noin 1/10 kaikista graafeista (suomalaisyriyten/pienien pörssiyritysten erityispiirre?), osuus kasvanut tasaisesti - Viivagraafien osuus kaikista graafeista pienentynyt tasaisesti 8 %:sta 6 %:iin - Muiden graafien osuus marginaalinen, noin 1 % - Graafityyppien käyttö aiempien tutkimusten tuloksia noudattelevaa
3. Graafiaiheet	<ul style="list-style-type: none"> - Liikevaihto on eniten kuvattu muuttuja sekä graafimäärien (n.19 % graafeista) että kuvausasteen (n. 89 % yrityksistä kuvannut) perusteella - 4 kuvatuinta muuttujaa sekä graafimäärien että kuvausasteen perusteella: liikevaihto, liiketulos, osakekurssi, henkilöstö - Osakekohtaista osinkoa (DPS), omistusta, rahavirtaa sekä suhteellista velkaantuneisuutta (gearing) kuvaavien graafien käyttö on yleistynyt - Tulosta, liikevaihtoa, osakekohtaista omaa pääomaa, osakkeen vaihtoa, osakekurssia ja omavaraisuusastetta kuvaavien graafien käyttö vähentynyt - Osakkeeseen liittyviä ja taseperusteisia graafiaiheita melko paljon - Enin osa graafeista tuloslaskelma-aiheisia (n. 37 %) ja toimintaan liittyviä (n. 32 %) - Rahoitukseen liittyviä graafeja vähiten (n. 3,5 %)
4. Toimialaerot graafien käytössä	<ul style="list-style-type: none"> - Vuosikertomuskohtainen graafimäärä (GPAR) vaihtelee toimialoittain - Eniten graafeja käyttävät perusteellisuustoimialan yritykset ja vähiten terveydenhuolto- ja kulutuspalvelutoimialojen yritykset - Toimialoittain vaihtelua myös graafiaiheiden kuvaamisessa: eniten muista toimialoista poikkeavat perusteellisuus-, rahoitus- ja tietoliikennepalvelutoimialat
5. Legitimaatioteoria ja agenttiteoria graafisen vuosikertomusraportoinnin selittäjinä	<ul style="list-style-type: none"> - Legitimaatioteorian selityskykyä graafien käyttöön liittyen tukevat graafien käytön yleisyys sekä se, että kuvatut graafiaiheet vastaavat melko pitkälti sidosryhmien graafien käyttöön liittyviä odotuksia - Graafimäärien väheneminen vuoden 2005 jälkeen sekä rahoitusaiheisten graafien vähäisyys voivat olla joko legitimaatioteoriaa tukevia tai sen kanssa ristiriidassa olevia havaintoja → lisätutkimuksen tarve - Eri graafityyppien käytöstä ei voida suoraan päätellä mitään legitimaation suhteen, sillä graafityyppi on sidoksissa kuvattavaan aiheeseen (yhdistelmä- ja monimuuttujagraafien käytön yleistymisen kuitenkin tukenee legitimaatioteoriaa?) - Legitimaatioteoria näyttäisi selittävän hyvin graafien käyttöä: käytännön selityskyvyn lisäksi teoria tarjoaa selityksen graafien käytön perimmäiselle syyille (vapaaehtoisesta graafien käytöstä saatava vastike, legitimiteetti, ylittänee aina arvoltaan raportoinnista aiheutuvat lisäkustannukset, jolloin graafein legitimointi kannattaa) - Myös agenttiteoria selittää graafien käyttöä etenkin graafiaiheiden suhteen ja soveltuu legitimaatioteorian täydentäjäksi graafisten käytänteiden tutkimisessa

5.2 Tutkimuksen rajoitteet ja aiheita jatkotutkimukselle

Tutkimustuloksiin liittyy rajoitteita, jotka vaikuttavat tulosten tulkintaan. Osa rajoitteista johtuu tehdyistä rajauksista ja osa puolestaan muista tekijöistä. Ensinnäkin se, että tässä tutkimuksessa graafien käyttöä selitetään legitimaatio- ja agenttiteorioiden avulla, ei vähennä muiden mahdollisten teorioiden selityskykyä. Se, että graafien käyttö näyttää vastaavan sidosryhmien odotuksia, voidaan selittää myös muilla laskentatoimen teorioilla. Lisäksi on huomattava, että mikäli vuosikertomuksia käytetään legitimoinnissa, voidaan legitimointia suorittaa muutoinkin kuin graafien avulla, esimerkiksi kuvilla tai vuosikertomuksen pituudella. Vuosikertomuksella ja vuosikertomusgraafeilla on myös muita tehtäviä kuin legitimointi: legitimiteetin saavuttaminen tai ylläpitäminen ei liene koskaan graafien käytön ainoa päämäärä. Lisäksi graafien käyttöön vaikuttavat moninaiset sisäiset sekä ulkoiset tekijät, joista tässä tutkimuksessa käsiteltiin vain sidosryhmien odotuksia (ulkoinen tekijä) ja toimialaeroja (sisäinen tekijä).

Toisen keskeisen rajoitteen tutkimukseen tuo se, että sidosryhmien odotuksia tai yritysten käsityksiä näistä odotuksista ei ole lähiaikoina tutkittu. Tästä johtuen oletukset sidosryhmien odotuksista graafien käyttöön liittyen on johdettu aiemmista tutkimuksista, jotka ovat koskeneet sijoittajien odotuksia vuosikertomusaiheiden suhteen. Näin ollen on mahdollista, että oletukset eivät täysin edusta sidosryhmien odotuksia nimenomaan graafien suhteen. Ongelmana on myös se, että sidosryhmien odotukset voivat muuttua suhteellisen nopeasti, ja johdon käsitykset voivat poiketa sidosryhmien todellisista odotuksista. Lisäksi heterogeenisen sidosryhmien joukon odotukset saattavat olla hyvinkin erilaiset ryhmittäin. Jotta legitimaatioteorian selityskykyä voitaisiin paremmin arvioida, tarvitaan lisää ajantasaista tutkimusta sidosryhmien odotuksista, johdon näkemyksistä odotuksiin liittyen sekä mahdollisen legitimaatiokuilun olemassaolosta ja suuruudesta. Sidosryhmien odotusten kartoittaminen auttaisi myös sen selvittämisessä, ovatko esimerkiksi tässä tutkimuksessa havaitut graafisten käytänteiden muutokset sidosryhmien todellisia odotuksia heijastelevia.

Tulosten liiallista yleistämistä on varottava, sillä populaatiossa eli suomalaisten pörssiyritysten joukossa on myös yrityksiä, jotka eivät ole olleet kauaa pörssissä. Sen

sijaan kaikki tutkimusotoksen yritykset ovat aineistorajauksesta johtuen olleet pörssissä yli 15 vuotta. Lisäksi on huomattava, että tulokset liittyvät siihen, onko viitteitä graafien käytöstä legitimaatiotarkoituksissa. Näin ollen, tutkimuksen tavoitteena ei ole ollut arvioida sitä, miten hyvin mahdollinen legitimointi tosiasiallisesti toimii ja vaikuttaa. Legitimaatio- ja agenttiteorioiden soveltuvuudesta graafikäytön selittäjiksi ei myöskään ole tilastollisesti merkitsevää näyttöä, vaan pelkästään vahvoja viitteitä.

Koska kyseessä oli ensimmäinen tutkimus liittyen siihen, voiko graafien käyttö itsessään olla legitimoinnin väline, tarvitaan lisää tutkimusta, jossa tarkastellaan legitimaatioteorian selityskykyä yritysten graafisten käytänteiden selittäjänä. Paitsi legitimointiin itsessään, tulevat tutkimukset voisivat ulottua myös legitimoinnin toimivuuden ja vaikuttavuuden tutkimiseen sekä sen selvittämiseen, miten legitimointia kohdennetaan eri sidosryhmille ja vaihtelevatko legitimoinnin keinot tällöin. Myös agenttiteorian selitystasetta graafikäytön tutkimisessa tulisi tarkastella laajemmin. Muunlaisista teoreettisista näkökulmista laaditut tutkimukset olisivat kaivattuja, sillä kuten Beattie, Dhanani ja Jones (2008) ovat todenneet, vaikutelmajohtamisen teoria on ollut vallitseva tutkimusparadigma graafikäyttöä tutkittaessa. Legitimaatio- ja agenttiteorian ohella myös esimerkiksi signaalointiteoria voisi soveltua graafikäytön selittäjiksi.

Legitimaatioteorian toimivuuden ohella toinen teema, jota tulisi tutkia lisää, on suomalaisten yritysten graafien käyttö. Tämän tutkimuksen tulokset luovat vasta pohjaa syvällisemmälle suomalaisten yritysten graafisten käytäntöjen ja niihin vaikuttavien seikkojen tutkimiselle. Uutuusarvoa tulevaan tutkimukseen toisi esimerkiksi yhtenäisempi tutkimusajanjakso, tai vaihtoehtoisesti pidempi ajanjakso (aineiston saatavuudesta riippuen jopa 1980-luvulle ulottuva aikasarja). Mikäli graafien käyttö todella on kääntymässä laskuun, mahdollisia syitä sille olisi hyvä selvittää esimerkiksi ottamalla taulukkojen määrä mukaan tarkasteluun. Suomalaisyriyten graafien käyttöä ei myöskään ole vielä tutkittu vaikutelmajohtamisen näkökulmasta, jolloin yksi hedelmällinen tutkimusaihe voisi olla graafien vääristävyiden tutkiminen. Vaikka tässä tutkimuksessa ei tutkittukaan graafien vääristävyttä, aineiston käsittelyn yhteydessä havaittiin, että ainakin tutkimusajanjakson alkupuolella monen yrityksen vuosikertomuksissa oli graafisten peruseriänteiden vastaisesti laadittuja graafeja, mikä saattaa olla yksi osoitus graafien käytöstä manipulaatiotarkoituksissa. Suomalaisten

yri­tysten graafikäyttöön liittyvän tietämyksen syventäminen on keskeistä, mutta kenties vieläkin tärkeämpää olisi laajentaa graafisen vuosikertomusraportoinnin tutkiminen ulottumaan pieniin pörssiyrityksiin.

Kiinnostavan tutkimusaiheen tarjoaa myös se, miten erilaiset yrityksen sisäiset sekä ulkoiset tekijät vaikuttavat siihen, miten graafeja käytetään. Ulkoisista tekijöistä voisi tutkia esimerkiksi kulttuurin vaikutusta graafiseen raportointiin, ja sisäisistä tekijöistä ainakin yrityksen koon, tasearvon, osakemäärän, hallituksen sukupuolirakenteen, kaupankäyntivolyymien, tuloksen sekä muiden vastaavien tekijöiden vaikutusta graafimääriin, graafityyppeihin ja graafein kuvattuihin aiheisiin. Yritysten sisäisten tekijöiden vaikutuksia on toki huomattavasti haastavampaa tutkia, mutta esimerkiksi haastattelututkimus vuosikertomusten laatijoiden motiiveista ja näkemyksistä graafikäyttöön liittyen olisi varmasti melko helposti toteutettavissa. Jännitettä tutkimusasetelmaan saisi tällöin myös selvittämällä eri sidosryhmien näkemyksiä graafikäyttöön liittyen sekä vertaamalla sidosryhmien ja yritysten näkemyksiä keskenään.

Meek ym. (1995, 557) toteavat, että vapaaehtoinen raportointi yleensä ennakoii myös pakolliseksi muuttuvia kansainvälisen taloudellisen raportoinnin trendejä. Tulevaisuudessa onkin kiinnostavaa tutkia sitä, selittyvätkö tulevaisuuden raportointikäytännöt esimerkiksi tässä tutkimuksessa havaituilla graafikäyttöön liittyvillä seikoilla. Lisäksi Beattie ja Jones (2008, 15) ovat todenneet, että muissa yrityksen taloudellisissa dokumenteissa graafien käyttö on suhteellisesti alhaisempaa kuin vuosikertomuksissa. Nähtäväksi jääkin, tuleeko graafisissa käytänteissä havaittu normalisaatio ulottumaan tulevaisuudessa myös muihin yrityksen taloudellisiin dokumentteihin, eli yleistyykö ja yhdenmukaistuuko graafien käyttö myös niissä vastaamaan enemmän vuosikertomusten graafien käyttöä. Lisäksi tulevaisuuden tutkimusaiheen tarjoaa se, muuttuuko muiden kuin pörssiyritysten graafinen raportointi tämän tutkimuksen tulosten suuntaiseksi vai onko se tutkimustulosten mukaista jo tälläkin hetkellä. Koska graafien käyttöä osana vuosikertomusraportointia on tutkittu vasta niin vähän, kiinnostavia jatkotutkimusaiheita on runsaasti tarjolla. Edellä on pohdittu lähinnä suomalaiseseen kontekstiin liittyviä jatkotutkimusaiheita, mutta niiden lisäksi esimerkiksi Beattie ja Jones (2008) sekä Penrose (2008) ovat listanneet lukuisia mahdollisia jatkotutkimusaiheita graafeihin liittyen.

5.3 Johtopäätökset

Tutkimuksessa saavutettiin hyvin alussa esitetyt tutkimustavoitteet, sillä tutkimus tuotti paljon tietoa suomalaisten pörssiyrityiden graafisen vuosikertomusraportoinnin yleisyydestä, tunnuspiirteistä ja kehitymisestä 2000-luvun aikana. Suomalaisten pörssiyritysten graafien käytöstä saatiin kerrytettyä varsin yksityiskohtaista ja tarkkaa tietoa, minkä lisäksi pystyttiin muodostamaan kattava yleiskuva graafisen raportoinnin nykytilasta ja kehityksestä. Etenkin graafityyppien käytön muuttumisesta ja kuvattujen graafiaiheiden muutoksista saatiin tilastollisesti merkitsevääkin tietoa. Tutkimustulokset myös vahvistivat käsitystä siitä, että suomalaisten pörssiyritysten graafinen vuosikertomusraportointi on pääpiirteittäin varsin samanlaista kuin muissa maissa, ja etenkin graafityyppien osalta raportoinnin huomattiin olevan eurooppalaisyritysten raportoinnin kaltaista. Tutkimuksessa saatujen tulosten yhdenmukaisuus aiempien tutkimustulosten kanssa heijastelee tutkimuksen ja tulosten korkeaa kokonaisluotettavuutta, vaikka kokonaisluotettavuutta toki nostavat myös tutkimusmenetelmien ja aineistonkäsittelyn korkea reliabiliteetti ja validiteetti.

Tutkimuksessa havaittiin myös eroavaisuuksia aiempiin tutkimuksiin verrattuna niin graafityyppeihin kuin graafeilla kuvattuihin aiheisiin liittyen. Osa eroavaisuuksista selittyy todennäköisesti kulttuurillisilla ja laskentajärjestelmiin liittyvillä ominaispiirteillä, mutta oletettavasti yrityskoko on yksi ratkaisevimmista tekijöistä, jotka vaikuttavat tulosten poikkeavuuteen. Aiemmissä tutkimuksissa tarkastelu on kohdentunut suuriin pörssiyrityksiin, kun taas tässä tutkimuksessa analysoidut suomalaisyritykset ovat kansainvälisessä mittakaavassa pieniä. Näin ollen, tutkimus ulottaa graafien käytön tutkimisen koskemaan myös pienempiä pörssiyrityksiä ja korostaa lisätutkimustarvetta erityisesti pienten pörssiyritysten graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen.

Tutkimus saavutti hyvin myös toisen päätavoitteensa eli legitimaatioteorian selityskyvyn tutkimisen graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen. Suomalaisten pörssiyritysten graafisen vuosikertomusraportoinnin havaittiin suurilta osin vastaavan sidosryhmien eli ympäröivän yhteisön graafikäyttöön liittyviä odotuksia, joten näyttäisi vahvasti siltä, että sidosryhmien odotukset vaikuttavat yritysten graafiseen vuosikertomusraportointiin. Teoreettisen viitekehysten muodostamisen yhteydessä luotu kehämainen viitekehysmalli

toimii siis myös käytännössä, eli sidosryhmien odotukset näyttävät muovaavan yritysten graafista vuosikertomusraportointia. Näin ollen, tutkimuksessa saatiin vahvoja viitteitä siitä, että vuosikertomusten graafeja voidaan käyttää yritystoiminnan oikeutuksen eli legitimizeetin tavoittelemiseksi. Legitimaatioteoriaa voidaan siis käyttää vapaaehtoisen graafien käytön selittämiseen.

Legitimaatioteorian rinnalla graafien käytön tutkimisessa sovellettiin agenttiteoriaa, jonka myös havaittiin osaltaan selittävän graafista vuosikertomusraportointia ja sen muotoja. Koska agenttiteorian mukainen yrityksen johdon ja omistajien välillä vallitseva agenttisuhte voidaan nähdä eräänä yrityksen ja yhteisön välisen suhteen muotona, lähtökohtaisesti legitimaatioteorian selityskykyä vahvistavat havainnot voidaan tulkita myös agenttiteorian selityskykyä vahvistaviksi. Agenttiteorian selityskyky kuitenkin korostuu graafiaiheisiin liittyvässä tarkastelussa. Valtaosa graafein kuvatuista aiheista on tilinpäätösaiheita, joiden merkityksen voidaan arvella olevan korostunut nimenomaan omistajille, jotka päämiehinä ovat kiinnostuneita tietämään, toimiiko agentti eli johto heidän etuaan ajaen eli yrityksen voittoa ja kannattavuutta maksimoiden. Toisaalta, myös toimintaan liittyvien graafien merkitys voi olla omistajille suuri, vaikkakaan ei ehkä yhtä keskeinen kuin tilinpäätösaiheisten graafien. Lisäksi tulee huomata, että edellä todetusta teorioiden päällekkäisyydestä johtuen agenttiteoriaa vahvistavat havainnot vahvistavat välillisesti myös legitimaatioteorian selityskykyä. Teorioiden erona on kuitenkin niiden käsitys raportoinnin perusluonteesta: legitimaatioteorian mukaan raportointi on välttämätöntä oikeutuksen saamiseksi ympäröivältä yhteisöltä, kun taas agenttiteoriassa korostuu agenttisuhteen osapuolten välisen informaation epäsymmetrian pienentäminen.

Tutkimuksen kolmantena keskeisenä tavoitteena oli pohdiskella teoreettisella tasolla sitä, mikä on graafisen vuosikertomusraportoinnin perimmäinen syy, eli miksi graafeja käytetään vuosikertomuksissa ilman lainsäädännöllistä pakkoa. Toisin kuin graafien käytön tutkimisessa aiemmin sovellettu vaikutelmajohtamisen teoria, legitimaatioteoria tarjoaa selkeän vastauksen siihen, mitä vapaaehtoisen raportoinnin kustannukset ylittävää hyötyä yritykselle koituu graafien käytöstä. Legitimaatioteorian näkökulmasta yrityksen graafikäytöstä saama hyöty on sidosryhmiltä saatava legitimizeetti eli oikeutus toiminnalle ja olemassaololle. Koska legitimizeetti on välttämätön yrityksen olemassaolon kannalta, legitimizeetin arvon voitaneen aina katsoa ylittävän legitimoinnista aiheutuneet lisäkustannukset. Agenttiteoreettisesta näkökulmasta

katsottuna graafisella vuosikertomusraportoinnilla taas voidaan pienentää agenttisuhteen osapuolten välillä vallitsevaa informaation epäsymmetriaa, ja raportoinnin avulla agentti voi vakuuttaa päämiehensä siitä, että on toiminut tämän edun mukaisesti ja on tämän luottamuksen arvoinen.

Yhteenvetona voidaan todeta, että legitimaatioteoria näyttäisi olevan vahva graafista vuosikertomusraportointia selittävä tekijä, mutta myös agenttiteorialla on selityskykyä graafien käyttöön liittyen. Tutkimuksessa ei saatu tilastollisesti merkitsevää tietoa agentti- ja legitimaatioteorian selityskyvystä, mutta suuntaa-antavilla tuloksilla on silti arvoa, sillä kyseessä oli ensimmäinen graafista vuosikertomusraportointia näistä teorianäkökuilmista arvioinut tutkimus. Liiallista tulosten yleistämistä tulee kuitenkin varoa, sillä graafinen raportointi on luonteeltaan hyvin yritys kohtaista, jolloin tämän tutkimuksen tulokset eivät välttämättä ole suoraan verrannolliset esimerkiksi yksittäisen pörssiyrityksen raportointiin. Muut aiemmin mainitut yleistettävyyden rajoitukset huomioiden tulokset ovat kuitenkin käyttökelpoisia.

Vaikka legitimaatio- ja agenttiteorian selityskyvyn ja graafisen vuosikertomusraportoinnin selvittäminen vaatii vielä lisää tutkimusta sekä Suomen kontekstissa että laajemminkin, tämä tutkimus onnistui jo lisäämään tietämystä graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen varsin monessa suhteessa. Tutkimus toi uutta tietoa legitimaatio- ja agenttiteorian selityskyvystä ja soveltuvuudesta graafikäytön tutkimiseen, ja nosti samalla esille lukuisia lisäkysymyksiä aiheeseen liittyen. Tutkimus korostaakin tutkimustarvetta graafiseen vuosikertomusraportointiin liittyen, ja samalla myös esimerkillään kannustaa graafien käytön tutkimiseen. Yhdessä aikaisempien tutkimusten kanssa tämä tutkimus muodostaa pohjan, jolta on hyvä lähteä kasvattamaan laajempaa tietämystä ja ymmärrystä erikokoisten yritysten graafisen vuosikertomusraportoinnin käytänteistä eri maissa.

LÄHDELUETTELO

- Adams, C., Hill, W.-Y. & Roberts, C. 1998. Corporate social reporting practices in Western Europe: Legitimizing corporate behaviour? *British Accounting Review*, 30, 1–21.
- Anderson, R. & Epstein, M. 1995. The usefulness of annual reports. *Australian Accountant*, april, 25–28.
- Aresu, S. 2015. Graphical reporting in Italian annual reports during the final crisis: impression management or incremental information. *Financial Reporting*, 1, 77–106.
- Arunachalam, V., Pei, B. K. & Steinbart, P. J. 2002. Impression management with graphs: effects on choices. *Journal of Information Systems*, 16 (2), 183–202.
- Asforth, B. & Gibbs, B. 1990. The double-edged of organizational legitimation. *Organization Science*, 1 (2), 177–194.
- Bannister, J. W. & Newman, H. A. 2006. Disclosure biases in proxy performance graphs. *Review Accounting and Finance*, 5 (1), 30–44.
- Bartlett, S. A. & Chandler, R. A. 1997. The corporate report and the private shareholder: Lee and Tweedie twenty years on. *British Accounting Review*, 29, 245–261.
- Beattie, V. 2005. Moving the financial accounting research front forward: the UK contribution. *British Accounting Review*, 37 (1), 85–114.
- Beattie, V., Dhanani, A. & Jones, M. J. 2008. Investigating presentational change in U.K. annual reports: a longitudinal perspective. *Journal of Business Communication*, 45 (2), 181–222.
- Beattie, V. & Jones, M. J. 1992. The use and abuse of graphs in annual reports: theoretical framework and empirical study. *Accounting and Business Research*, 22 (88), 291–303.
- Beattie, V. & Jones, M. 1993. Graphs in annual reports: benefits and pitfalls. *Management Accounting*, 71 (6), 38–39.
- Beattie, V. & Jones, M. 1994. An empirical study of graphical format choices in charity annual reports. *Financial Accountability and Management*, 10 (3), 215–236.
- Beattie, V. & Jones, M. J. 1997. A comparative study of the use of financial graphs in the corporate annual reports of major U.S. and U.K. companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 8 (1), 33–68.
- Beattie, V. & Jones, M. J. 1999. Australian financial graphs: an empirical study. *Abacus*, 35 (1), 46–76.

- Beattie, V. & Jones, M. 2000a. Changing graph use in corporate annual reports: a time-series analysis. *Contemporary Accounting Research*, 17 (2), 213–226.
- Beattie, V. & Jones, M. 2000b. Impression management: the case of inter-country financial graphs. *International Accounting, Auditing and Taxation*, 9 (2), 158–183.
- Beattie, V. & Jones, M. J. 2001. A six-country comparison of the use of graphs in annual reports. *The International Journal of Accounting*, 36, 195–222.
- Beattie, V. & Jones, M. J. 2002. Measurement distortion of graphs in corporate reports: an experimental study. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (4), 546–564.
- Beattie, V. & Jones, M. 2008. Corporate reporting using graphs: a review and synthesis. *Journal of Accounting Literature*, 27, 71–110. Lähdeviitteissä: final draft version 11/2008, 1-59.
- Bryman, A. & Bell, E. 2015. *Business Research Methods*. 4. painos. Oxford: Oxford University Press.
- Buhr, N. 1998. Environmental performance, legislation and annual report disclosure: the case of acid rain and Falconbridge. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11 (2), 163–190.
- Campbell, J. 2006. Institutional analysis and the paradox of corporate social responsibility. *American Behavioral Scientist*, 49 (7), 925–938.
- Canniffe, M. 2003. Annual reports. *Accountancy Ireland*, 35 (1), 7–9.
- Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) 1993. *Using ratios and graphics in financial reporting*. Toronto, Ontario, Canada.
- Cook, M. & Sutton M. 1995. Summary annual reporting: A cure for information overload. *Financial Executive*, 11 (1), 12–15.
- Courtis, J. K. 1987. Fry, Smog, Lix and Rix: Insinuations about corporate business communications. *The Journal of Business Communication*, 24 (2), 19–27.
- Courtis, J. K. 1997. Corporate annual report graphical communication in Hong Kong: effective or misleading? *The Journal of Business Communication*, 34 (3), 269–288.
- Davis, L. R. 1989. Report format and the decision maker's task: an experimental investigation. *Accounting, Organizations and Society*, 14 (5–6), 495–508.
- Deegan, C. 2002. Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), 282–311.

- Deegan, C., Rankin, M. & Tobin, J. 2002. An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983–1997. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), 312–343.
- Deegan, C., Rankin, M. & Voght, P. 2000. Firms' disclosure reactions to major social incidents: Australian evidence. *Accounting Forum*, 24 (1), 101–130.
- DeSanctis, G. & Järvenpää, S. 1989. Graphical presentation of accounting data for financial forecasting: An experimental investigation. *Accounting, Organizations and Society*, 14 (5–6), 509–525.
- Dilla, W. N. & Janvrin, D. J. 2010. Voluntary disclosure in annual reports: the association between magnitude and direction of change in corporate financial performance and graph use. *Accounting Horizons*, 24 (2), 257–278.
- Dowling, J. & Pfeffer, J. 1975. Organizational legitimacy: societal values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18 (1), 122–136.
- Dumay, J., Frost, G. & Beck, C. 2015. Material legitimacy: Blending organizational and stakeholder concerns through non-financial information disclosures. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 11 (1), 2–23.
- Eisenhardt, K. 1989. Agency theory: An assessment and review. *Academy of management review*, 14 (1), 57–74.
- Falschlunger, L. M., Eisl, C., Losbichler, H. & Greil, A. M. 2015. Impression management in annual reports of the largest European companies: A longitudinal study on graphical representations. *Journal of Applied Accounting Research*, 16 (3), 383–399.
- Frost, C. A. & Pownall, G. 1994. Accounting disclosure practices in the United States and the United Kingdom. *Journal of Accounting Research*, 32, 75–102.
- Frownfelter-Lohrke, C. & Fulkerson, C. L. 2001. The incidence and quality of graphics in annual reports: An international comparison. *The Journal of Business Communication*, 38 (3), 337–358.
- Fulkerson, C. L., Pitman, M. K. & Frownfelter-Lohrke, C. 1999. Preparing financial graphics: Principles to make your presentations more effective. *CPA Journal*, 69 (6), 28–33.
- Godfrey, J., Mather, P. & Ramsay, A. 2003. Earnings and impression management in financial reports: The case of CEO changes. *Abacus*, 39 (1), 95–123.
- Guthrie, J. & Parker, L. 1989. Corporate social reporting: A rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 19 (76), 343–352.
- Hawkins, D. & Hawkins, B. 1986. *The effectiveness of the annual report as a communication vehicle*. Morristown, NJ: Financial Executives Research Foundation.

- Hill, W. Y. & Milner, M. M. 2003. Guidelines for graphical displays in financial reporting. *Accounting Education*, 12 (2), 135–157.
- Hines, R. 1982. The usefulness of annual reports: The anomaly between the efficient markets hypothesis and shareholder surveys. *Accounting and Business Research*, autumn, 296–309.
- Holmes, G. 1984. How to present your message graphically. *Accountancy*, 95, 64–71.
- Hooghiemstra, R. 2000. Corporate communication and impression management – new perspectives why companies engage in corporate social reporting. *Journal of Business Ethics*, 27, 55–68.
- Hooks, J., Coy, D. & Davey, H. 2002. The information gap in annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (4), 501–522.
- Hrasky, S. 2012. Visual disclosure strategies adopted by more and less sustainability-driven companies. *Accounting Forum*, 36 (3), 154–165.
- Isa, R. M. 2006. Graphical Information in Corporate Annual Report: A Survey of Users and Preparers Perceptions. *Journal of Financial Reporting and Accounting*. 4 (1), 39–59.
- Johnson, J. R., Rice, R. R. & Roemmich, R. A. 1980. Pictures that lie: the abuse of graphs in annual reports. *Management Accounting*, 62, 50–56.
- Kaplan, S. & Ruland, R. 1991. Positive theory, rationality and accounting regulation. *Critical Perspectives on Accounting*, 2 (4), 361–374.
- Karreman, J., DeJong, M. & Hofmans, S. 2014. The effects of different parts of the annual report on potential investors' attitude towards the company and on the corporate reputation. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 57 (2), 78–97.
- Kasanen, E., Lukka, K. & Siitonen, A. 1991. Konstruktiivinen tutkimusote liiketaloustieteessä. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, 3, 301–329.
- Kotonen, U. 2009. Formal corporate social responsibility reporting in Finnish listed companies. *Journal of Applied Accounting Research*, 10 (3), 176–207.
- Laine, M. 2005. Meanings of the term 'sustainable development' in Finnish corporate disclosures. *Accounting Forum*, 29, 395–413.
- 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.
- Leach, R. 1988. Let the message dictate the medium. *Accountancy*, 93–94.

- Lee, T. & Tweedie, D. 1975. Accounting information: An investigation of private shareholder usage. *Accounting and Business Research*, autumn, 280–291.
- Lindblom, C. 1993. The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. *Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, NY*.
- Mather, P., Ramsay, A. & Serry, A. 1996. The use and representational faithfulness of graphs in annual reports: Australian evidence. *Australian Accounting Review*, 6 (2), 56–63.
- Mathews, M. 1993. *Socially Responsible Accounting*, Chapman Hall, Lontoo.
- Maurer, J. 1971. *Readings in Organization Theory: Open-System Approaches*. New York: Random House.
- McKinstry, S. 1996. Designing the annual reports of Burton Plc from 1930 to 1994. *Accounting, Organizations and Society*, 21 (1), 89–111.
- Meek, G., Roberts, C. & Gray, S. 1995. Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and continental European multinational corporations. *Journal of International Business Studies*, 26 (3), 555–572.
- Neilimo, K. & Näsi, J. 1980. *Nomoteettinen tutkimusote ja suomalainen yrityksen taloustiede: tutkimus positivismiin soveltamisesta*. Tampereen Yliopisto.
- Neilson, W. & Lind, G. 1972. *The reluctant marriage*. New York: Georgeson & Co. and Lind Brothers.
- Nobes, C. & Parker, R. (eds) *Comparative International Accounting*, Prentice Hall, 1995.
- O'Donovan, G. 2002. Environmental disclosures in the annual report. Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), 344–371.
- O'Dwyer, B. 2002. Managerial perceptions of corporate social disclosure: An Irish story. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), 406–436.
- Parker, L. 1982. Corporate annual reporting: A mass communication perspective. *Accounting and Business Research*, 12 (48), 279–286.
- Parker, L. 2005. Social and environmental accountability research: a view from the commentary box. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18 (6), 842–860.
- Parsons, T. 1960. *Structure and Process in Modern Societies*. Free Press, New York.

- Peek, E., Cuipers, R. & Buijink, W. 2010. Creditors' and shareholders' reporting demands in public versus private firms: Evidence from Europe. *Contemporary Accounting Research*, 27 (1), 49–91.
- Penrose, J. M. 2008. Annual report graphic use: A review of the literature. *Journal of Business Communication*, 45 (2), 158–180.
- Rahman, A. A., Hamdan, M. D. & Ibrahim, M. A. 2014. The use of graphs in Malaysian companies' corporate reports: A longitudinal study. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 164, 653–666.
- Reich, R. B. 1998. The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 40 (2), 8–17.
- Revsine, L., Collins, D., Johnson, B. & Mittelstaedt, F. 2012. *Financial Reporting and Analysis*. 5. painos. New York: Mc Graw-Hill/Irwin.
- Richards, G. & vanStaden, C. 2015. The readability impact of international financial reporting standards. *Pacific Accounting Review*, 27 (3), 282–303.
- Ross, S. 1973. The economic theory of agency: the principal's problem. *The American Economic Review*, 63 (2), 134–139.
- Salancik, G. & Meindl, J. 1984. Corporate attributions as strategic illusions of management control. *Administrative Science Quarterly*, 29 (2), 238–254.
- Scott, W. 2015. *Financial Accounting Theory*. 7. painos. Toronto: Pearson Canada Inc.
- Sethi, S. 1978. Advocacy advertising – the American experience. *California Management Review*, 11, 55–67.
- Shocker, A. & Sethi, S. 1974. An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies. *California Management Review*, summer, 97–105.
- Smith, L. M. & Bain, C. E. 1987. Computer graphics for today's accountant [2]. *The CPA Journal*, 57 (2), 18–35.
- Squiers, C. 1989. The corporate year in pictures. Teoksessa Bolton, R. (ed.) *The Contest of Meaning*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, 207–218.
- Stanton, P. & Stanton, J. 2002. Corporate annual reports: research perspectives used. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (4), 478–500.
- Steinbart, P. J. 1989. The auditor's responsibility for the accuracy of graphs in annual reports: some evidence of the need for additional guidance. *Accounting Horizons*, 3 (3), 60–70.

- Stock, D. & Watson, C. J. 1984. Human judgement accuracy, multidimensional graphics and human versus models. *Journal of Accounting Research*, 22 (1), 192–206.
- Suchman, M. C. 1995. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20 (3), 571–610.
- Taylor, B. G. & Anderson, L. K. 1986. Misleading graphs: guidelines for the accountant: How pictures can make the company performance look rosier than it is. *Journal of Accountancy*, October, 126–135.
- Uusitalo, H. 1997. *Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan*. 1.–4. painos. Juva: WSOY.
- Uyar, A. 2009. An analysis of graphic disclosure in annual reports: the case of Turkey. *Managerial Auditing Journal*, 24 (5), 423–444.
- Vergoossen, R. 1993. The use and perceived importance of annual reports by investment analysts in the Netherlands. *European Accounting Review*, 2, 219–244.
- Volkov, A. & Laing, G. 2012. Assessing the value of graphical presentations in financial reports. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 6 (3), 85–108.
- Watson, A., Shrives, P. & Marston, C. 2002. Voluntary disclosure of accounting ratios in the UK. *British Accounting Review*, 34, 289–313.
- Woodward, D., Edwards, P. & Birkin, F. 1996. Organizational legitimacy and stakeholder information provision. *British Journal of Management*, 7, 329–347.
- Zweig, J. 2000. Chart burn. *Money*, April, 67–69.

LIITE 1: Bartlettin ja Chandlerin (1997) tulokset

Vuosikertomusosio	Tärkeys (1–5)*	Luetaan huolella	Silmäilläään	Ei lueta
1. Taloudelliset avainluvut	1,68	44,9 %	37,7 %	17,4 %
2. Hallituksen puheenjohtajan katsaus	2,16	47,8 %	36,2 %	16,0 %
3. Tuloslaskelma	2,48	27,5 %	40,6 %	31,9 %
4. Toimitusjohtajan katsaus	2,49	34,8 %	31,9 %	33,3 %
5. Taloudellinen katsaus	2,56	20,3 %	42,0 %	37,7 %
6. Toimintakatsaus	2,59	30,4 %	36,2 %	33,4 %
7. Osakkeenomistajatiedot	2,61	24,6 %	46,4 %	29,0 %
8. Tase	2,69	17,4 %	42,0 %	40,6 %
9. Tappiolaskelma	2,98	14,5 %	30,4 %	44,9 %
10. Rahoituslaskelma	3,00	10,1 %	34,8 %	55,1 %
11. Liitetiedot	3,13	13,1 %	33,3 %	53,6 %
12. Tilintarkastajan raportti	3,18	4,3 %	33,3 %	62,4 %
13. Taloudelliset lisätiedot	3,30	7,3 %	30,4 %	62,3 %
14. Konsernitietoja	3,34	10,1 %	31,9 %	58,0 %
15. Vastuulauselma	3,49	5,8 %	26,1 %	68,1 %
16. Hallitus	3,53	8,7 %	31,9 %	59,4 %
17. Corporate governance	3,74	8,8 %	14,7 %	76,5 %

*Asteikko 1–5: 1=erittäin tärkeä, 5=ei lainkaan tärkeä

LIITE 2: Tutkimusotoksen yritykset

	Yrityksen nimi	ICB-koodi	Toimiala	Graafimäärä
1.	Afarak Group Oyj	1700	Perusteollisuus	18
2.	Ahlström Oyj	1700	Perusteollisuus	107
3.	Aktia Pankki Oyj	8300	Rahoitus (pankit)	77
4.	Amer Sports Oyj	3700	Kulutustavarat (kotitaloustarvikkeet)	117
5.	Apetit Oyj	3500	Kulutustavarat (ruoka ja juoma)	112
6.	Aspocomp Group Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	30
7.	Atria Oyj	3500	Kulutustavarat (ruoka ja juoma)	124
8.	Basware Oyj	9500	Teknologia	30
9.	Biohit Oyj	4500	Terveystieteet	16
10.	Bittium Oyj	9500	Teknologia	51
11.	Capman Oyj	8700	Rahoitus (rahoituspalvelut)	66
12.	Citycon Oyj	8600	Rahoitus (kiinteistöyhtiöt)	114
13.	Componenta Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	56
14.	Comptel Oyj	9500	Teknologia	67
15.	Cramo Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	120
16.	Efore Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	61
17.	Elisa Oyj	6500	Tietoliikenne	79
18.	eQ Oyj	8700	Rahoitus (rahoituspalvelut)	27
19.	Etteplan Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	32
20.	Fiskars Oyj	3700	Kulutustavarat (kotitaloustarvikkeet)	58
21.	F-Secure Oyj	9500	Teknologia	26
22.	Glaston Oyj	2300	Teollisuus (rakennus)	70
23.	HK Scan Oyj	3500	Kulutustavarat (ruoka ja juoma)	78
24.	Ilkka-Yhtymä Oyj	5500	Kulutuspalvelut (viestintä)	58
25.	Incap Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	60
26.	Keskisuomalainen Oyj	5500	Kulutuspalvelut (viestintä)	21
27.	KONE Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	55
28.	Konecranes Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	90
29.	Lemminkäinen Oyj	2300	Teollisuus (rakennus)	104
30.	Marimekko Oyj	3700	Kulutustavarat (kotitaloustarvikkeet)	77
31.	Metsä Board Oyj	1700	Perusteollisuus	178
32.	Nokian Renkaat Oyj	3300	Kulutustavarat (autoteollisuus)	107
33.	Norvestia Oyj	8700	Rahoitus (rahoituspalvelut)	35
34.	Okmetic Oyj	9500	Teknologia	47
35.	Outokumpu Oyj	1700	Perusteollisuus	143
36.	Panostaja Oyj	8700	Rahoitus (rahoituspalvelut)	92
37.	PKC Group Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	38
38.	Ponsse Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	61
39.	Pöyry Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	83
40.	Raisio Oyj	3500	Kulutustavarat (ruoka ja juoma)	195
41.	Ramirent Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	73
42.	Raute Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	94
43.	Takoma Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	43
44.	Technopolis Oyj	8600	Rahoitus (kiinteistöyhtiöt)	22
45.	Tecnotree Oyj	9500	Teknologia	32
46.	Teleste Oyj	9500	Teknologia	61
47.	Tieto Oyj	9500	Teknologia	124
48.	Tulikivi Oyj	2300	Teollisuus (rakennus)	78
49.	UPM Kymmene Oyj	1700	Perusteollisuus	247
50.	Uponor Oyj	2300	Teollisuus (rakennus)	81
51.	Uutechnic Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	25
52.	Vaisala Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	57
53.	Wulff-Yhtiöt Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	41
54.	Wärtsilä Oyj	2700	Teollisuus (hyödykkeet ja palvelut)	153
55.	YIT Oyj	2300	Teollisuus (rakennus)	169

LIITE 3: Aineiston toimialajakauma ja edustavuus

Toimiala	Perusjoukko		Tutkimusotos		Erotus	
	kpl	%	kpl	%	etumerkki [†]	%-yks.
Öljy ja kaasu	1	0,8	0	0,0	-	0,8
Perusteollisuus	12	9,4	5	9,1	-	0,3
Teollisuustuotteet ja -palvelut	44	34,6	23	41,8	+	7,2
Terveydenhuolto	5	3,9	1	1,8	-	2,1
Kulutustavarat	14	11,0	8	14,5	+	3,5
Kulutuspalvelut	12	9,4	2	3,6	-	5,8
Tietoliikennepalvelut	2	1,6	1	1,8	+	0,2
Yleishyödylliset palvelut	1	0,8	0	0,0	-	0,8
Rahoitus	17	13,4	7	12,7	-	0,7
Teknologia	19	15,0	8	14,5	-	0,5
Yhteensä	127	100,0	55	100,0		

[†] Etumerkki kertoo, onko tietty toimiala otoksessa yliedustettu (+) vai aliedustettu (-) suhteessa perusjoukkoon

Toimiala	Perusjoukko		Tutkimusotos		Erotus	
	kpl	%	kpl	%	etumerkki [†]	%-yks.
Öljy ja kaasu	1	0,8	0	0,0	-	0,8
Kemianteollisuus	1	0,8	0	0,0	-	0,8
Peruluonnonvarat	11	8,7	5	9,1	+	0,4
Rakennustoiminta ja materiaalit	8	6,3	5	9,1	+	2,8
Teollisuushyödykkeet ja -palvelut	36	28,3	18	32,7	+	4,4
Autoteollisuus ja -tarvikkeet	1	0,8	1	1,8	+	1,0
Ruoka- ja juomateollisuus	5	3,9	4	7,3	+	3,4
Kotitaloustarvikkeet	8	6,3	3	5,5	-	0,8
Terveydenhuolto	5	3,9	1	1,8	-	2,1
Vähittäiskauppa	3	2,4	0	0,0	-	2,4
Viestintä	5	3,9	2	3,6	-	0,3
Matkustus ja vapaa-aika	4	3,1	0	0,0	-	3,1
Tietoliikennepalvelut	2	1,6	1	1,8	+	0,2
Yleishyödylliset palvelut	1	0,8	0	0,0	-	0,8
Pankit	4	3,1	1	1,8	-	1,3
Vakuutus	1	0,8	0	0,0	-	0,8
Kiinteistöyhtiöt	5	3,9	2	3,6	-	0,3
Rahoituspalvelut	7	5,5	4	7,3	+	1,8
Teknologia	19	15	8	14,5	-	0,5
Yhteensä	127	100,0	55	100,0		

[†] Etumerkki kertoo, onko tietty toimiala otoksessa yliedustettu (+) vai aliedustettu (-) suhteessa perusjoukkoon

LIITE 4: Muuttujien luokat ja luokittelun perusteet

Tässä tutkimuksessa graafit luokiteltiin aiheensa perusteella kuuteenkymmeneen (60) eri aihepiiriin. Luokittelu tehtiin pääasiassa graafin otsikoinnin mukaan, eli otsikointi ohjasi vahvasti sitä, mihin aihepiiriin yksittäinen graafi katsottiin kuuluvaksi. Koska eri graafiaihepiirejä oli noinkin monta, otsikoinnin mukainen luokittelu piti luokittelun melko yksiselitteisenä ja johdonmukaisena. Jonkin verran tulkinnanvaraisuutta kuitenkin liittyy muun muassa siihen, että jotkin yksittäiset graafit ovat aiheeltaan ja otsikoinniltaan sellaisia, että ne olisivat voineet sopia useampaankin luokkaan. Esimerkiksi vientiä kuvaava graafi olisi periaatteessa voitu luokitella liikevaihtoa kuvaavaksi graafiksi, mutta se kohdistettiin vientigraafeihin. Luokittelun tulkinnallisuus johtuukin osin graafiaiheiden yksityiskohtaisuudesta, mutta toisaalta tulkinnanvaraisuutta taas on pyritty vähentämään sillä, että yksittäinen graafi on luokiteltu mahdollisimman tarkkarajaiseen ryhmään.

Tutkimuksessa myös muodostettiin viisi eri graafiaiheluokkaa: tuloslaskelmagraafit, tasegraafit, rahoitusgraafit, osakegraafit sekä toimintagraafit. Luokat muodostettiin siten, että luokitteluun päätyivät tilinpäätöksen keskeisiin osiin eli tuloslaskelmaan, taseeseen ja rahoituslaskelmaan liittyvät luokat sekä näiden lisäksi osakeluokka ja toimintagraafiluokka. Luokittelu näihin viiteen luokkaan tehtiin sen perusteella, mihin luokkaan graafiaihe loogisimmin liittyy - ei siis sen mukaan, missä tilinpäätöksen osassa kyseinen graafi on esitetty. Esimerkiksi tuloslaskelman muuttujiin liittyvät graafiaiheet luokiteltiin tuloslaskelmagraafiaiheluokkaan, kun taas taseeseen liittyviä aiheita sivuavat graafiaiheet luokiteltiin tasegraafiluokkaan. Rahoitusgraafeihin luokiteltiin paitsi rahoituslaskelman eriin liittyviä graafiaiheita (kuten rahavirta), myös rahoitusalan yrityksille tyypillisiä graafiaiheita. Tästä johtuen rahoitusgraafiaiheluokkaan kuuluu myös sellaisia graafiaiheita, joita rahoitusalan yritykset tyypillisesti esittävät taseessaan. Nämä kuitenkin päätettiin luokitella rahoitusgraafiaiheiksi, sillä muilla yrityksillä näiden muuttujien (esimerkiksi hallinnoidut pääomat) kuvaaminen on usein epätavallista. Osakegraafiaiheluokkaan puolestaan luokiteltiin sellaiset graafiaiheet, joissa on kuvattu osakkeeseen keskeisesti liittyviä tietoja tai osakekohtaisia tunnuslukuja (mm. osakekohtainen oma pääoma tai osakkeen vaihto pörssissä). Toimintagraafien luokkaan katsottiin kuuluvaksi kaikki ne loput graafiaiheet, joita ei voitu loogisesti sisällyttää mihinkään neljästä edellä mainitusta luokasta. Toimintagraafiluokkaan kohdistettujen graafien aiheet liittyvät tyypillisesti tietoihin, joita yritykset julkistavat tilinpäätöksen liitetiedoissa tai hallituksen puheenjohtajan toimintakatsauksessa. Graafiaiheluokittelun perusteita on kuvattu seuraavassa taulukossa, jossa on myös annettu esimerkkejä siitä, millaisia graafiaiheita kussakin luokassa on.

Edellä kuvattujen perusluokittelujen lisäksi graafit uudelleenluokiteltiin myös sillä perusteella, onko graafin kuvaama muuttuja tilinpäätösmuuttuja vai ei. Tilinpäätösmuuttujiksi tutkimuksessa katsottiin paitsi tuloslaskelma-, tase- ja rahoituslaskelmamuuttujat, myös osakkeeseen liittyvät muuttujat. Näin ollen tilinpäätösmuuttujiksi katsottiin kaikki sellaiset graafiaiheet, joissa kuvastetaan yleensä lakisääteisten tilinpäätösasiakirjojen tietosisältöä. Sen sijaan, tyypillisesti tilinpäätöksen vapaaehtoisissa osioissa ilmaistua tietoa kuvaavien toimintagraafien ei katsottu olevan tilinpäätösgraafeja. Toinen uudelleenluokittelu taas tehtiin sen pohjalta, onko graafilla kuvattu muuttuja yksi tutkimuksen mukaan neljästä kuvatuimmasta muuttujasta (liikevaihto, liiketulos, henkilöstö tai vaihto).

Graafiaiheiden luokittelu

	Graafiaihe	Graafiaiheluokka	Onko TP-muuttuja	Onko 4 kuvatuinta
1.	Liikevaihto	Tuloslaskelma	kyllä	kyllä
2.	Liiketulos	Tuloslaskelma	kyllä	kyllä
3.	Tulos	Tuloslaskelma	kyllä	ei
4.	Tk	Tuloslaskelma	kyllä	ei
5.	Poistot	Tuloslaskelma	kyllä	ei
6.	Myynti	Tuloslaskelma	kyllä	ei
7.	Investoinnit	Tuloslaskelma	kyllä	ei
8.	Kustannukset	Tuloslaskelma	kyllä	ei
9.	Tuotot	Tuloslaskelma	kyllä	ei
10.	Vienti	Tuloslaskelma	kyllä	ei
11.	Tuet	Tuloslaskelma	kyllä	ei
12.	Verot	Tuloslaskelma	kyllä	ei
13.	Kannattavuus	Tuloslaskelma	kyllä	ei
14.	Kasvu	Tuloslaskelma	kyllä	ei
15.	Kate	Tuloslaskelma	kyllä	ei
16.	OVA	Tase	kyllä	ei
17.	ROI	Tase	kyllä	ei
18.	ROE	Tase	kyllä	ei
19.	OPO	Tase	kyllä	ei
20.	VPO	Tase	kyllä	ei
21.	Gearing	Tase	kyllä	ei
22.	Tase	Tase	kyllä	ei
23.	Käyttöpääoma	Tase	kyllä	ei
24.	Vakavaraisuus	Tase	kyllä	ei
25.	Osinko	Tase	kyllä	ei
26.	Rahavirta	Rahoitus	kyllä	ei
27.	Kassavirta	Rahoitus	kyllä	ei
28.	Sijoitukset	Rahoitus	kyllä	ei
29.	Luotot ja lainaus	Rahoitus	kyllä	ei
30.	Rahoitus	Rahoitus	kyllä	ei
31.	Talletukset	Rahoitus	kyllä	ei
32.	Hallinnoidut pääomat	Rahoitus	kyllä	ei
33.	Rahastot	Rahoitus	kyllä	ei
34.	EPS	Osake	kyllä	ei
35.	DPS	Osake	kyllä	ei
36.	OPO/osake	Osake	kyllä	ei
37.	Osakekurssi	Osake	kyllä	ei
38.	Vaihto	Osake	kyllä	kyllä
39.	Markkina-arvo	Osake	kyllä	ei
40.	P/E	Osake	kyllä	ei
41.	Osake	Osake	kyllä	ei
42.	Markkinat	Toiminta	ei	ei
43.	Toimintaympäristö	Toiminta	ei	ei
44.	Tilaukset	Toiminta	ei	ei
45.	Kilpailijat	Toiminta	ei	ei
46.	Asiakkaat	Toiminta	ei	ei
47.	Tuotanto	Toiminta	ei	ei
48.	Omistus	Toiminta	ei	ei
49.	Henkilöstö	Toiminta	ei	kyllä
50.	Ympäristö	Toiminta	ei	ei
51.	Indeksit	Toiminta	ei	ei
52.	Materiaalit	Toiminta	ei	ei
53.	Valuuttakurssi	Toiminta	ei	ei
54.	Toimitukset	Toiminta	ei	ei
55.	Markkinaosuus	Toiminta	ei	ei
56.	Toimialatrendi	Toiminta	ei	ei
57.	Muu	Toiminta	ei	ei
58.	Taloussympäristö	Toiminta	ei	ei
59.	Arvo	Toiminta	ei	ei
60.	Riskit	Toiminta	ei	ei

Graafiaiheiluokkiin jaottelun perusteet

Graafiaiheuluokka	Luokittelun peruste	Esimerkkejä luokkaan kuuluvista graafiaiheista
Tuloslaskelmagraafit	Tuloslaskelman aiheisiin/eriin liittyvät graafit	liikevaihto, investoinnit, kustannukset
Tasegraafit	Taseen aiheisiin/eriin tai taseperusteisiin tunnuslukuihin liittyvät graafit	omavaraisuusaste, oma ja vieras pääoma, ROI
Rahoitusgraafit	Rahoituslaskelman aiheisiin/ eriin liittyvät graafit sekä rahoitusalan yritysten tyypillisesti kuvaamat graafit	rahavirta, kassavirta, luotot ja lainaus, rahastot
Osakegraafit	Osakkeisiin liittyviä tietoja tai osakekohtaisia tunnuslukuja kuvaavat graafit	EPS, DPS, osakekurssi, osakekohtainen oma pääoma
Toimintagraafit	Graafiaiheet, joita ei voitu sisällyttää muihin yllä oleviin graafiaiheiluokkiin. Tyypillisesti graafeja, joiden aiheet liittyvät tilinpäätöksen liitetiedoissa tai hallituksen/ toimitusjohtajan katsauksessa julkaistuihin tietoihin	henkilöstö, ympäristö, riskit, asiakkaat, kilpailijat, muut, markkinaosuus, tilaukset, talousympäristö