

Julia Peltonen

**VASTUULLISUUSRAPORTOINTI:  
TODELLISTA TILIVELVOLLISUUTTA VAI  
SYMBOLINEN KÄYTÄNTÖ?**

Johtamisen ja talouden tiedekunta  
Pro gradu -tutkielma  
Heinäkuu 2023

# TIIVISTELMÄ

Julia Peltonen: Vastuullisuusraportointi: Todellista tilivelvollisuutta vai symbolinen käytäntö?

Pro gradu -tutkielma

Tampereen yliopisto

Kauppatieteiden tutkinto-ohjelma

Ohjaaja: Kihn, Lili-Anne

Heinäkuu 2023

---

Yritysten vastuullisuusraportointi on vakiinnuttanut asemansa kansainvälisesti monien suurien yritysten keskuudessa. Vastuullisuusraportointi oli pitkään vapaaehtoista, mutta viime vuosina useat talousalueet ovat säättäneet velvoitteita vastuullisuusraportin julkaisemiselle. Myös Euroopan unionissa on tällä hetkellä voimassa direktiivi muita kuin taloudellisia tietoja koskevasta selvityksestä (2014/95/EU) ja niin kutsuttu taksonomia-asetus (2020/852/EU), jotka velvoittavat suuria yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä raportoimaan vastuullisuustiedoistaan. Raportointivelvoitteiden tavoitteina on erityisesti läpinäkyvyyden ja julkaistavan vastuullisuusinformaation vertailukelpoisuuden lisääminen.

Yritysten vastuullisuusraportointikäyttäytymistä on tutkittu erityisesti legitimizeetti- ja sidosryhmäteorian avulla. Teoriat ehdottavat, että yritykset raportoivat vastuullisuudestaan esimerkiksi parantaakseen mainettaan, saavuttaakseen kilpailuetua sekä vahvistaakseen legitimizeettiään. Legitimizeettiteorian mukaan yhteiskunta arvioi yrityksen legitimiiksi, kun yritys toimii yhteiskunnassa yleisesti hyväksytyjen normien, arvojen ja uskomusten mukaisesti. Legitimizeetin yhteiskunnalta ansainneet sekä vastuullisesti toimivat yritykset raportoivat usein noudattaen 'todellista tilivelvollisuutta' – ne raportoivat läpinäkyvästi ja avoimesti viestien siitä, että yritys pyrkii toiminnassaan konkreettisesti kohti yhteiskunnassa vallitsevia arvoja ja normeja. Useissa tutkimuksissa on kuitenkin esitetty sekä huolta että näyttöä siitä, että yritykset käyttävät vastuullisuusraporttia symbolisena vastauksena yhteiskunnan kasvaviin vaatimuksiin. Symbolisella vastuullisuusraportilla pyritään muokkaamaan yrityksen sidosryhmien käsityksiä organisaation vastuullisuudesta positiiviseen suuntaan, ilman että yritys todellisuudessa muuttaa tai parantaa toimintansa luonnetta. Symbolista vastuullisuusraportointia voi luonnehtia muun muassa huonolaatuiseksi, yksipuoliseksi ja oman edun tavoitteluksi, joidenkin kutsuessa sitä synonyymiksi viherpesulle tai jopa sidosryhmien manipuloinniksi.

Tämän tutkielman tavoitteina oli lisätä ymmärrystä siitä, millaisia näkökulmia vastuullisuusraportointivelvoillisilla yrityksillä on vastuullisuusraportoinnin merkityksistä ja sisältyykö näihin merkityksiin vastuullisuusraportin symbolista käyttöä. Tutkielmassa haluttiin syventyä nimenomaan yritysten omiin näkökulmiin ja lisätä ymmärrystä siitä, onko väitteille ja huolille vastuullisuusraportoinnin keinoin toteutettavasta viherpesusta aiheutta. Tutkielma toteutettiin laadullisena haastattelututkimuksena, ja haastattelumenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua teemahaastattelua. Haastateltavaksi valittiin viisi eri henkilöä, jotka olivat töissä tutkielman aikana vastuullisuusraportointivelvoillisessa yrityksessä. Haastattelut toteutettiin keväällä 2023. Tutkielman teemahaastattelurunko pohjautui teoreettisessa viitekehyksessä esiteltyihin agentti-, sidosryhmä- ja legitimizeettiteoriaan.

Tutkielman empiirisinä tuloksina vastuullisuusraportoinnin merkityksiksi nousi muun muassa sen avulla saavutettavat hyödyt. Näistä keskeisimpiä olivat brändiarvon lisääntyminen ja työnantajamielikuvan paraneminen sekä oman toiminnan seuranta ja kehittäminen. Lisäksi sidosryhmien tietotarpeiden täyttäminen nousi keskeiseen rooliin asiakkaiden korostuessa hyvin tärkeänä sidosryhmänä. Aineistosta nousi esiin olennaisen tiedon raportointi keskeisenä seikkana. Yritykset kokivat läpinäkyvän viestinnän olevan tärkeää ja toivoivat saavansa todelliset yrityksissä tehdyt vastuullisuustoimenpiteet näkyväksi eri sidosryhmille. Haastateltavien edustamien yritysten legitimizeetti arvioitiin hyväksi ja vastuullisuusraportoinnin merkitykseksi tulkittiin siten legitimizeetin säilyttäminen. Vastuullisuusraportointia koskevista merkityksistä ei noussut esiin symboliseen vastuullisuusraportointiin viittaavia seikkoja. Haastateltavat yritykset tunnistivat symbolisen vastuullisuusraportoinnin ilmiönä viitaten siihen muun muassa markkinointitempauksena sekä julkisuuskuvaan kiillottamisena. Haastateltavat korostivat kuitenkin oman raportointinsa luotettavuutta, rehellisyyttä ja avoimuutta.

Avainsanat: *Vastuullisuusraportointi, yritysvastuu, legitimizeettiteoria, symbolinen raportointi*

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

# SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO .....	1
1.1 Aihealueen esittely ja merkitys .....	1
1.2 Tutkielman tavoitteet ja rajaukset .....	4
1.3 Tutkimusmetodologia.....	5
1.4 Tutkielman kulku .....	8
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS .....	10
2.1 Yritysvastuu .....	10
2.1.1 Käsitteen historia ja määritelmä .....	10
2.1.2 Yritysvastuun ulottuvuudet.....	13
2.1.3 Yritysvastuun arviointia koskevat haasteet .....	16
2.2 Vastuullisuusraportointi ja siihen liittyvä sääntely .....	18
2.2.1 Vastuullisuusraportointi.....	18
2.2.2 Raportointia koskeva sääntely .....	20
2.3 Teoreettinen tausta .....	25
2.3.1 Taloustieteelliset teoriat.....	26
2.3.2 Sidosryhmäteoria .....	30
2.3.3 Legitimiteettiteoria .....	34
2.4 Yritysvastuuraportin symbolinen käyttö .....	38
2.5 Yhteenveto teoreettisesta viitekehystä.....	41
3 EMPIIRISEN OSUUDEN TOTEUTUS .....	45
3.1 Aineiston keruu, käsittely ja analysointi .....	45
3.2 Empiirisen aineiston lähteet .....	50
3.3 Tutkielman luotettavuus .....	52
4 TUTKIELMAN TULOKSET .....	55
4.1 Empiirisen aineiston kuvaus ja analyysi .....	55
4.1.1 Yritysten näkemyksiä vastuullisuudesta ja vastuullisuusraportoinnista.....	55
4.1.2 Vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat .....	59
4.1.3 Sidosryhmäsuhteet.....	65
4.1.4 Legitimiteetin hallinta.....	70
4.2 Keskeiset tulokset.....	75
4.2.1 Vastuullisuusraportoinnin merkitykset.....	75
4.2.2 Vastuullisuusraportin symbolinen käyttö .....	78
5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	80
LÄHDELUETTELO.....	84
LIITTEET .....	90
LIITE 1 Haastattelurunko.....	90

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Aihealueen esittely ja merkitys

Vastuullisuus on erityisesti lähivuosina kerännyt merkittävää huomiota globaalissa yhteiskunnallisessa keskustelussa. Esimerkiksi ilmastonmuutos ja erilaiset ihmisoikeuskysymykset ovat jatkuvasti esillä keskustelussa myös Suomessa. Yhteiskunnallisen keskustelun myötä myös yritysten toimintaympäristö ja eri sidosryhmien vaatimukset yrityksii kohtaan muuttuvat – monet yritykset kiinnittävätkin entistä enemmän huomiota oman toimintaympäristönsä muutoksiin, ja tarkastelevat vastuullisuutta niin riskienhallinnan kuin strategiankin näkökulmasta (Niskala, Pajunen, Tarna-Mani & Puroila 2019).

Yrityksille vastuullisuusraportointi on tärkeä väylä vastata eri sidosryhmien kasvaviin vaatimuksiin (Hahn & Kühnen 2013, 5). KPMG:n (2022) tekemien tutkimuksien perusteella on nähtävissä, että yritysraportointi on viimeisen kolmen vuosikymmenen aikana kansainvälisesti vakiinnuttanut asemansa monissa suurissa yrityksissä. Myös vastuullisuusraportointia koskeva sääntely ja erilaiset raportointistandardit kehittyvät hurjaa vauhtia (Niskala ym. 2019). Useat talousalueet ovatkin viime vuosina säätäneet velvoitteita vastuullisuusraportin julkaisemiselle (Haji, Coram & Troshani 2023, 177). Myös EU:ssa tuli voimaan tilikaudesta 2017 alkaen direktiivi muiden kuin taloudellisten tietojen raportoinnista (Non-Financial Reporting Directive, NFR-Direktiivi, 2014/95/EU), joka on implementoitu Suomessa kirjanpitolakiin (KPL 1336/1997 3a §). Direktiivin tarkoituksena on ollut lisätä yritysten toiminnan läpinäkyvyyttä ja julkaistun informaation vertailukelpoisuutta. Tarkoituksena on ollut myös kannustaa yrityksiä lisäämään todellisia vastuullisuutta edistäviä toimenpiteitään (Fiechter, Hitz & Lehmann 2022, 1500). Lisäksi EU:ssa tuli voimaan tilikaudesta 2021 alkaen niin kutsuttu taksonomia-asetus, jonka mukaan yritysten on raportoitava oman liiketoimintansa ympäristökestävyydestä asetuksessa määritellyn luokituksen mukaisesti (Taksonomia-asetus 2020/852/EU).

Vastuullisuusraportointiin liitetään paljon positiivisia seikkoja niin yrityksen kuin yhteiskunnankin näkökulmasta. Vastuullisuusraportoinnin avulla yritykset voivat muun muassa lisätä toimintansa läpinäkyvyyttä, edistää brändiarvoa ja mainetta, motivoida

työntekijöitä (Hahn & Kühnen 2013, 5), tukea yrityksen johtamisjärjestelmiä ja integroida yritys vastuuta paremmin liiketoimintaan (Niskala ym. 2019). Positiivisista vaikutuksistaan huolimatta vastuullisuusraportoinnin nykytila on saanut myös kritiikkiä. Kriitikkojen mukaan monet yritykset sitoutuvat vastuuraportointiin itsekkäistä syistä (Laine, Tregidga & Unerman 2022, 85). Raportoinnilla voidaan muun muassa pyrkiä kiinnittämään yhteiskunnan huomiota (yksittäisiin) positiivisiin vastuullisuusseikkoihin, ja kääntämään huomiota pois kenties olennaisemmista ja kriittisemmistä yrityksen toiminnan vastuullisuuskysymyksistä (Deegan 2002, 297). Erään yleisesti käytetyn teorian – legitimizeettiteorian – mukaan yritys vastuuraportti voi toimia niin kutsuttuna symbolisena vastauksena yhteiskunnan kasvaviin vaatimuksiin. Symbolisella yritys vastuuraportoinnilla pyritään vaikuttamaan yleiseen mielipiteeseen yrityksen toiminnan hyväksyttävyydestä ja oikeuttamaan yrityksen (kenties vastuuttomiakin) toimia (Deegan 2019), joidenkin kutsumassa sitä synonyymiksi muun muassa viherpesulle tai viitaten siihen sidosryhmien manipulointina (Shabana & Ravlin 2016).

Esimerkiksi Pucker (2021) kommentoi aihetta Harvard Business Reviewin artikkelissaan. Hänen mukaansa usein vallitsee oletus, että lisäämällä vastuullisuuden mittaamista ja siitä raportoimista: 1) yritysten vastuullisuus paranisi, 2) vastuullisuuden ja taloudellisen suoriutumisen välinen linkki vahvistuisi ja 3) sijoittajat palkitsisivat vastuullisesti toimivia yrityksiä. Pucker kuitenkin huomauttaa, että vaikka vastuullisuusraportointi ja vastuullinen sijoittaminen ovat kasvaneet merkittävästi vuosituhaten vaihteesta, on samaan aikaan myös hiilidioksidipäästöt jatkaneet kasvuaan ja ympäristö tuhoutuu kiihtyvää vauhtia. Kriittisimpien kannanottojen mukaan yritys vastuuraportointi loisi illuusion kehityksestä kohti parempaa vastuullisuutta. Lisäksi se synnyttäisi valheellisia uskomuksia siitä, että organisaatiot voisivat perustavanlaatuisesti muuttaa liiketoimintaansa kestäviksi. (Laine ym. 2022, 85.)

Raportointivelvoitteiden vaikutuksia yritysten raportointikäyttäytymiseen on ehditty jo tutkia jonkin verran, ja velvoitteiden on joissakin tutkimuksissa todettu lisäävän yritysten todellisia vastuullisuustoimia. Fiechter ym. (2022, 1542) toteavat tutkimuksessaan, että EU:n NFR-direktiivin voimaantulon myötä todelliset vastuullisuustoimet kasvoivat yrityksissä, joita kyseinen direktiivi koskee. Myös Haji ym. (2023, 15–16) toteavat, että useissa tutkimuksissa on todettu yritysten vastuullisuuden parantuneen sen jälkeen, kun niiden on lainsäädännön mukaan täytynyt raportoida vastuullisuudestaan. Tämä viittaisi

siihen, että raportointivelvoitteet kannustavat parantamaan vastuullisuutta ja vähentäisivät yritysvastuuraportin symbolista käyttöä. Siten yritykset raportoisivat entistä enemmän 'todellisen tilivelvollisuuden' mukaisesti, jossa raportoinnilla halutaan kertoa avoimesti ja läpinäkyvästi niistä konkreettisista vastuullisuustoimista, joilla yrityksissä pyritään kohti yhteiskunnassa yleisesti hyväksytyjä normeja (Shabana & Ravlin 2016, 303).

Toisaalta esimerkiksi Haji ym. (2023) toteavat tutkimuksensa kirjallisuuskatsauksessaan seuraavaa: raportointivelvoitteet lisäävät julkaistun vastuullisuusinformaation määrää, mutta julkaistun informaation laatu pysyi matalana. Informaation huonon laadun he yhdistävät vastuullisuusraportoinnin symboliseen käyttämiseen. Myös Euroopan unioni on tunnistanut puutteita nykyisissä raportointikäytänteissä. Euroopan komission (2021) mukaan on olemassa vankkaa näyttöä siitä, että yritysten julkaisema ei-taloudellinen informaatio NFR-direktiivin myötä ei ole riittävää. Informaatio on usein puutteellista ja raporttien vertailukelpoisuus on huono. Lisäksi tiedon käyttäjät ovat esittäneet huolensa julkaistun informaation luotettavuudesta (Euroopan komissio 2021). EU onkin hyväksynyt uuden kestävyysraportointidirektiivin marraskuussa 2022, joka tulee voimaan astuessaan vuonna 2024 laajentamaan nykyisen NFR-direktiivin velvoitteita. Kestävyysraportointidirektiivin, eli niin kutsutun CSRD:n (Corporate Sustainability Reporting Directive 2022/2464/EU) myötä yrityksille annetaan entistä tarkemmat raamit raportoinnille. Kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464/EU) tavoitteiksi mainitaan muun muassa yhteisen raportointikehyksen rakentaminen, jolla varmistetaan tietojen luotettavuus ja estetään viherpesua.

Pakollinen vastuullisuustietojen raportointi on kuitenkin verraten uusi asia; siten myös pakollisen vastuullisuusraportin mahdollinen symbolinen käyttö on hyvin uusi tutkimusalue. Lisää tietoa siis tarvitaan siitä, miten pakottavan lainsäädännön muodossa tuleva paine yritysvastuuraportoinnin kehittämiseen muokkaa yritysten asenteita vastuullisuusraportointia kohtaan (Aureli, Salvatori & Magnaghi 2020, 5).

Vaikka keskustelua vastuullisuudesta on käyty jo pitkään, on sille kenties enemmän tarvetta kuin koskaan. Jos tavoitteenamme on maailmanlaajuisesti kestävä ja terveellinen elinympäristö sekä varallisuuden ja mahdollisuuksien tasapuolinen jakautuminen, nykyinen todellisuus poikkeaa yhä tavoitteista (Laine ym. 2022, 1). Yritysvastuuraportoinnin tutkiminen on tärkeää, sillä vastuullisemman ja kestävämmän yhteiskunnan luominen

ilman yritysten osallistamista on epätodennäköistä (Silva 2021, 1). Yritysvastuuraportoinnin voidaan ajatella olevan yksi työkalu kohti kestävämpää liiketoimintaa.

## 1.2 Tutkielman tavoitteet ja rajaukset

Tämän tutkielman tavoitteina on lisätä ymmärrystä siitä, millaisia näkökulmia vastuullisuusraportointivelvollisilla yrityksillä on vastuullisuusraportoinnin merkityksistä, ja sisältyykö näihin merkityksiin vastuullisuusraportin symbolista käyttöä. Tutkielman tavoitteet tiivistetään seuraavien tutkimuskysymyksiä muodossa:

1. Millaisia merkityksiä yritykset liittävät vastuullisuusraportointiin?
2. Onko yritysten näkökulmissa havaittavissa viitteitä vastuullisuusraportin symbolisesta käytöstä?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla tarkastellaan, mitä erilaisia merkityksiä on havaittavissa yritysten näkökulmista vastuullisuusraportointia kohtaan. Tutkimuskysymyksen avulla on tarkoituksena syventyä erityisesti sellaisiin näkökulmiin, joita on vaikea havaita ainoastaan julkisesti saatavilla olevia vastuullisuusraportteja tarkastelemalla.

Toisen tutkimuskysymyksen avulla pyritään ymmärtämään, onko raportointivelvollisten yritysten vastuullisuusraportointia koskevista näkökulmista löydettävissä viitteitä vastuullisuusraportin symbolisesta käyttämisestä. Tutkimuskysymyksen avulla syvennytään nimenomaan yritysten omiin näkökulmiin ja tarkastellaan, onko väitteille ja huolille vastuullisuusraportoinnin keinoin toteutettavasta viherpesusta aiheutta. Legitimiteettiteoriaan ja aihepiiriä koskevaan tutkimukseen syvennytään tutkielman teoreettisessa viitekehyksessä. Teoreettisessa viitekehyksessä käydään läpi myös kaksi muuta teoriaa, joihin yritysten näkökulmia vastuullisuusraportoinnista voidaan peilata. Nämä kaksi teoriaa ovat agentti- ja sidosryhmäteoria.

Tutkielma sisältää rajauksia koskien tutkimuskohdetta. Koska tutkimus keskittyy yritysten näkökulmiin vastuullisuusraportoinnista, tutkimuskohde on rajattu sellaisiin yrityksiin, jotka ovat tällä hetkellä raportointivelvollisia. Suomessa raportointivelvollisia ovat

vuonna 2023 voimassa olevan lainsäädännön nojalla suuret yleisen edun kannalta merkittävät yhteisöt, joiden palveluksessa on ollut päätyneellä tilikaudella vähintään 500 henkilöä. Tutkielmassa ei siten tarkastella tämän määritelmän ulkopuolisia yrityksiä. Vaikka tulevaisuudessa raportointivelvoitteet laajenevat koskemaan suurempaa yritysjoukkoa, ei näillä kaikilla yrityksillä ole vielä välttämättä omakohtaista kokemusta raportoinnista. Moni yritys toki julkaisee raportteja myös vapaaehtoisesti, mutta tutkimusaiheen perustelujen kautta mielenkiinto kohdistuu erityisesti EU:n lainsäädännön myötä raportointivelvollisiin yrityksiin.

Tutkielmassa ei keskitytä tarkastelemaan julkaistuja vastuullisuusraportteja tai niiden määrää, laajuutta tai sisältöä. Tutkimuksessa ei myöskään syvennytä tarkemmin voimassa olevien tai valmistelussa olevien säädöksen sisältöön tai esimerkiksi vastuullisuusraportoinnin tueksi kehitettyihin raportointistandardeihin.

Tutkittavien yritysten osalta ei tehdä toimialarajoituksia. Tavoitteena on itseasiassa löytää haastateltavia yrityksiä mahdollisimman monelta eri toimialalta, jotta tutkimusaineistosta saataisiin mahdollisimman monipuolisia näkökulmia tutkittavaan ilmiöön. Toimialarajoitusta ei ole mielekästä tehdä senkään vuoksi, että EU:n raportointidirektiivit (sekä NFRD, että uusi kestävyysraportointidirektiivi CSRD) koskevat kaikkia toimialoja. Yksittäiseen toimialaan keskityttäessä eteen voisi tulla myös toimialakohtaista kansallista tai EU-tasoisista sääntelyä raportoinnin tai vastuullisuusteemojen suhteen, ja tällaisten näkökulmien tutkiminen ei ole tämän tutkimuksen tavoitteena.

### **1.3 Tutkimusmetodologia**

Tutkimusmetodologialla tarkoitetaan yleistä lähestymistapaa, jolla valittua aihetta tutkitaan (Metsämuuronen 2009, 215). Tarkemmin sanottuna sillä tarkoitetaan tutkimustyötä ohjaavia menettelytapoja, jotka ohjaavat tutkimustyön eri vaiheita. Tutkimusmetodologia ohjaa tutkimuksen kulkua askel askeleelta laajoista oletuksista kohti yksityiskohtaisia menetelmiä koskien aineiston keruuta, analyysia ja tulkintaa. (Creswell 2023, 25.) Tuomen & Sarajärven (2018) mukaan tutkimusmetodologiaa voidaan tarkastella laajassa ja suppeassa merkityksessä. Metodologian laaja merkitys käsittelee todellisuutta koskevan



tiedon lähtökohtia, maailmankatsomusta ja tieteellisiä perusnäkökantoja. Metodologian suppea merkitys viittaa metodiikkaan ja metodien käyttöön – tapoihin, joilla tutkimuskäytännössä tuotetaan uutta tietoa todellisuudesta. (Tuomi & Sarajärvi 2018.) Eräs tapa tarkastella tutkimusmetodologioita on jakaa ne kolmeen vaihtoehtoiseen metodologiaan: kvantitatiivinen (määrällinen), kvalitatiivinen (laadullinen) ja monimenetelmätutkimus. (Creswell 2023, 25).

Tässä tutkielmassa tutkimusmetodologiaksi on valittu kvalitatiivinen eli laadullinen lähestymistapa. Laadulliselle tutkimukselle on ominaista etsiä ja ymmärtää yksilöiden tai ryhmien erilaisille inhimillisille ja yhteiskunnallisille kysymyksille antamia merkityksiä. Lisäksi siihen yhdistetään usein induktiivisuus, jossa aineiston analyysi etenee yksittäisistä havainnoista yleisempiin teemoihin. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijalla on rooli aineiston sisällön ja merkityksien tulkitsejana. (Creswell 2023, 26–27.) Laadullinen lähestymistapa valittiin tutkielman tavoitteiden perusteella – tutkielman tavoitteina on lisätä syvällistä ymmärrystä valitusta ilmiöstä. On kuitenkin syytä muistaa, ettei laadullinen tutkimus ole yksi yhtenäinen tapa tehdä tutkimusta, eikä erot laadullisen ja määrällisen tutkimuksen välillä ole aina yksiselitteisiä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 118). Keskeinen laadulliseen tutkimukseen yhdistettävä periaate on kuitenkin juuri sen ymmärtävä luonne (Tuomi & Sarajärvi 2018).

Koskisen, Alasuutarin & Peltosen (2005, 16) mukaan laadullisen lähestymistavan tarkoituksena kauppatieteellisessä tutkimuksessa onkin lisätä ymmärrystä yritysten toiminnasta erittelemällä laadullista aineistoa – ei selittää tai kontrolloida yritysten toimintaa. Mollin, Majorin & Hoquen (2006, 376–378) mukaan laadullinen lähestymistapa laskentatoimen tutkimuksissa on hyödyllinen, kun tutkija haluaa tietää miten laskentatoimen informaatiota tuotetaan, miten se koetaan ja miten sitä tulkitaan sosiaalisessa maailmassa. Myös vastuullisuusraporteissa esitettävää informaatiota voidaan pitää laskentatoimen informaationa – vastuullisuusraportoinnilla ja laskentatoimella on luonnollinen yhteys. Laskentatoimen tehtävänä on mitata, julkaista ja varmentaa tietoa; sisältäen myös vastuullisuusinformaation (Huang & Watson 2015). Kun tutkielman tavoitteina on lisätä syvällistä ymmärrystä niistä merkityksistä, joita raportointivelvolliset yritykset liittävät vastuullisuusraportin julkaisemiseen, on laadullisen lähestymistapa perusteltu valinta tutkielman toteuttamiselle.

Laadullinen tutkimus erotetaan yleensä kvantitatiivisesta tutkimuksesta kuvailemalla eroavaisuuksia kerätyssä aineistossa; kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineisto on usein numeerista, kun taas kvalitatiivinen tutkimusaineisto on usein sanallista (Bryman & Bell 2015, 392). Tämän tutkielman empiirinen aineisto kerätään haastattelujen avulla, joten aineisto on litteroinnin myötä sanallista. Aineistonkeruumenetelmän valinnalla täydennetään vastuullisuusraportointia koskevan tutkimuksen melko vähäistä haastattelututkimuksien määrää. Khan, Hassan, Harrison & Tarbert 2020, 1403) toteavat artikkelissaan, että 80 % yritys vastuuraportointia koskevista tutkimuksista käytti aineistonaan julkaistuja vastuullisuusraportteja ja tarkasteli niitä käyttäen sisällönanalyysiä. Haastattelututkimuksia oli vain noin 20 % analysoiduista yli 200 tutkimuksesta. Myös Fifka (2013, 27) peräänkuuluttaa tarvetta haastattelututkimuksille vastuullisuusraportoinnin kontekstissa.

Metodologiaa valitessa tutkijan on Mollin ym. (2006, 379) mukaan oltava tietoinen omista filosofisista olettamuksistaan ja periaatteistaan, jotta voi valita itselleen sopivimman lähestymistavan tutkimuksen tekemiseen. Laadullinen tutkimus saa vaikutteita monista eri tutkimustraditioista ja ajattelusuunnista, ja sen taustalla vaikuttaa muun muassa hermeneutiikka ja fenomenologia (Eskola & Suoranta 1998, 20). Tässäkin tutkielmassa vaikuttaa taustalla hermeneutiikka, joka yhteiskuntatieteisiin sovellettuna käsittelee inhimillisen toiminnan tulkintaa. Hermeneutiikka korostaa pyrkimystä yksilön näkökulman ymmärtämiseen tarkasteltavan ilmiön kontekstissa. (Bryman & Bell 2015, 724.) Ymmärrys voidaan saavuttaa niin kutsutun hermeneuttisen kehän avulla, jossa tulkitsija käy vuoropuhelua tulkinnan kohteen kanssa (Tieteen termipankki 2023). Tutkielman kontekstissa tällä tarkoitetaan tutkijan käymää vuoropuhelua aineiston kanssa. Hermeneuttisen ymmärtämisen prosessissa aineiston ymmärrys syvenee toistuvien tulkintakierroksien kautta (Gadamer 2004; Tieteen termipankki 2023). Gadamerin (2004, 268–270) mukaan tekstin tulkitsijalla on ennakkokäsityksiä tulkinnan kohteesta. Ymmärryksen prosessissa tulkitsija arvioi ja kehittää käsityksiään uusien merkityksien noustessa esiin tekstistä.

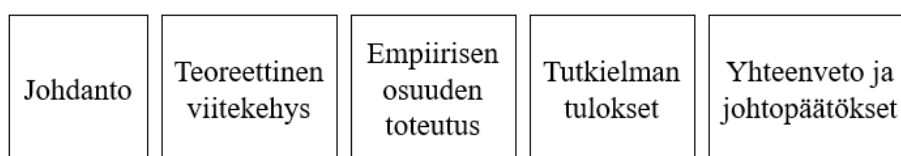
Tutkimusmetodologioita voi jäsenellä monin eri tavoin, ja eräs tapa on tarkastella erilaisia tutkimusotteita. Tässä tutkielmassa tarkastellaan Kihnin & Näsin (2011) esittämää tutkimusotejaottelua. Jaottelussa tutkimusotteita on viisi: käsiteanalyttinen, nomoteettinen, päätöksentekometodologinen, toiminta-analyttinen ja konstruktiiivinen tutkimusote. Tutkimusotteet on luokiteltu muun muassa tieteenfilosofisten taustaoletuksien ja tavoitteiden mukaan. Tieteenfilosofisten taustaoletuksien keskeinen ero tutkimusotteiden

välillä on jako kausaaliseen selittämiseen ja ymmärryksen lisäämiseen. (Kihn & Näsi 2011.)

Tässä tutkielmassa tutkimusote on lähimpänä Kihnin & Näsin (2011, 64–65) esittämää toiminta-analyyttistä tutkimusotetta. Toiminta-analyyttinen tutkimusote on ihmistiedelähtöinen, ja se pyrkii tutkittavien asioiden tai ilmiöiden erittelemiseen, ymmärtämiseen ja tulkitsemiseen (Kihn & Näsi 2011, 65). Toiminta-analyyttinen tutkimusote pohjautuu niin kutsuttuun ymmärtävään perinteeseen (Kihn & Näsi 2011, 64). Tutkimuksessa ei siten tavoitella kausaalisten suhteiden selittämistä. Toiminta-analyttisissä tutkimuksissa vastataan *miten* ja *miksi* -tyyppisiin kysymyksiin, ja empiria on mukana usein yhden tai muutaman kohdeyksikön tai tapauksen kautta. Aineisto on usein laadullista, ja sen pieni määrä mahdollistaa aineiston rikkauden. Aineiston avulla pyritään tutkittavan ilmiön syvälliseen ymmärtämiseen. (Kihn & Näsi 2011, 65.) Toiminta-analyttisessä tutkimusotteessa ei ole vakiintunutta metodologista säännöstöä, vaan tutkimuksessa on mahdollista käyttää useita vaihtoehtoisia metodeja (Kihn & Näsi 2011, 64). Tutkimusotteen avulla saavutetaan ymmärryksen lisäksi myös käsitejärjestelmiä ja 'kieliä' (Kihn & Näsi 2017, 137).

## 1.4 Tutkielman kulku

Tutkielman kulku on esitetty kuviossa 1. Tutkielma koostuu viidestä pääluvusta. Johdantoluvussa käsiteltiin tutkielman aihetta ja sen merkitystä, tutkimuksen tavoitteita, rajoituksia ja tutkimusmetodologiaa.



Kuvio 1 Tutkielman kulku

Toisessa pääluvussa esitellään tutkielman teoreettinen viitekehys. Teoreettinen viitekehys jakautuu viiteen alalukuun. Ensimmäisessä alaluvussa käsitellään yritysvastuuta – käsitteen historiaa sekä tutkielmassa käytettävää yritysvastuun määritelmää. Lisäksi

ensimmäisessä alaluvussa tarkastellaan yritysvastuun eri osa-alueita, joita ovat taloudellinen, ympäristö- ja sosiaalinen vastuu. Lisäksi tarkastellaan vielä yritysvastuun eri osa-alueiden linkitystä toisiinsa ja yritysvastuun arvioinnin haasteita. Teoreettisen viitekehyksen toinen alaluku käsittelee yritysvastuuraportointia; raportointia ilmiönä sekä sitä koskevaa lainsäädäntöä.

Teoreettisen viitekehyksen kolmannessa alaluvussa esitellään tutkielmassa hyödynnettävät kolme keskeistä teoriaa, joiden pohjalta tarkastellaan mahdollisia vastuullisuusraportoinnin merkityksiä. Nämä teoriat ovat agentti-, sidosryhmä- ja legitimizeeriteoria. Teoreettisen viitekehyksen neljännessä alaluvussa syvennyttään vielä tarkemmin vastuullisuusraportoinnin symboliseen käyttämiseen ja aihetta koskeviin tutkimuksiin. Viides alaluku vetää yhteen teoreettisen viitekehyksen keskeisimmät teemat, joiden pohjalta on laadittu myös tutkielman haastattelurunko. Teoreettinen viitekehys toimii myös aineiston teoriaohjaavan sisällönanalyysin pohjana.

Tutkielman kolmas pääluke käsittelee empiirisen osuuden toteuttamista. Luvussa esitellään tutkimuskohde sekä aineiston keruu-, käsittely- ja analysointimenetelmät. Lisäksi tarkastellaan laadullisen tutkimuksen luotettavuutta sekä yleisesti että tämän tutkielman kontekstissa. Neljännessä pääluvussa esitellään tutkielman tuloksia. Tuloksia esitellään jaoteltuina eri osa-alueisiin siten, että niitä peilataan myös teoreettisessa viitekehyksessä esiin nostettuihin seikkoihin. Neljännen pääluvun toisessa alaluvussa esitellään yhteenveto tutkielman keskeisistä tuloksista jaoteltuina tutkielman tutkimuskysymyksien mukaan. Viidennessä pääluvussa esitetään tutkielman yhteenveto ja johtopäätökset.

## 2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tutkielman teoreettinen viitekehys rakentuu viidestä alaluvusta. Ensimmäinen alaluku käsittelee yritysvastuuta: sen määritelmää sekä ulottuvuuksia. Toisessa alaluvussa käsitellään vastuullisuusraportointia ja siihen liittyvää lainsäädäntöä. Kolmannessa alaluvussa esitellään kolme erilaista teoriaa, joista saadaan näkökulmia siihen, millaisia merkityksiä vastuullisuusraportointiin voidaan liittää. Nämä teoriat ovat taloustieteelliset teoriat (agenttiteoria) sekä sidosryhmä- ja legitimizeettiteoria. Neljäs alaluku käsittelee vastuullisuusraportin symbolista käyttöä. Viimeisessä alaluvussa esitetään yhteenveto teoreettisen viitekehysten keskeisimmästä sisällöstä.

### 2.1 Yritysvastuu

Tässä luvussa tarkastellaan yritysvastuun käsitettä, yritysvastuun ulottuvuuksia sekä yritysvastuun arvioimisen haasteita. Ensimmäisessä alaluvussa käsitellään lyhyesti käsitteen kehitystä erityisesti kansainvälisessä tutkimuskirjallisuudessa, sillä näillä määritelmillä on yhtymäkohtia tutkielman teoreettisessa taustassa esitettäviin agentti-, sidosryhmä- ja legitimizeettiteoriaan. Ensimmäisen alaluvun lopussa esitetään tässä tutkielmassa käytetty Euroopan komission (2011) antama määritelmä yritysvastuulle.

#### 2.1.1 Käsitteen historia ja määritelmä

Yritysvastuun käsite ei ole uusi, ja sen erilaisia muotoja on havaittavissa jo kaukaa historiassa. Erilaiset yhteiskunnassa ja liiketoimintamaailmassa vallinneet ideologiat ovat ajan saatossa muokanneet niitä ajatuksia ja toimintatapoja, joita on kulloinkin liitetty yritysvastuun käsitteeseen. Kuluneen vuosisadan aikana yritysvastuu konseptina on saanut erityistä huomiota – käsitykset siitä, minkälaista yritysten toimintaa voidaan pitää vastuullisena, ovat kehittyneet merkittävästi. 1900-luvun alkua ajoista yritysvastuu on muovaantunut abstraktista käsitteestä kohti hyvin tunnistettua toimintaa, jota yritysten odotetaan noudattavan. (Amin-Chaudhry 2016, 190–191.)

Yritysvastuu on kiinnostanut tutkijoita jo vuosikymmeniä, ja sitä on tutkittu useista eri näkökulmista. Huolimatta tutkijoiden laajasta kiinnostuksesta yritysvastuuseen, on sen tutkimus paljolti sirpaleista. Tämä johtuu muun muassa siitä, että yritysvastuuta tutkitaan useilla eri tieteenaloilla ja sitä käsitteellistetään eri tavoin. (Aguinis & Glavas 2012, 933.) Tämä yritysvastuuta koskevien tutkimuksien sirpaleisuus ja määritelmien moninaisuus vaikeuttaa aiheen teoreettista ja käsitteellistä kehittämistä (Amin-Chaudhry 2016, 190). Usein katsotaan, että ensimmäisiä jäsenneltyjä määritelmiä yritysvastuu sai 1950-luvulla (Secchi 2007, 347). Tutkimuksissa viitataan usein erityisesti Bowenin (1953, 6) määritelmään, jonka mukaan yritysvastuu tarkoittaa yritysjohdon velvollisuuksia ”tavoitella niitä toimintaperiaatteita, tehdä niitä päätöksiä tai seurata niitä menettelytapoja, jotka ovat suotavia suhteessa yhteiskunnan tavoitteisiin ja arvoihin.”

Useissa varhaisissa kannanotoissa ja määritelmissä koskien yritysvastuuta korostettiin sen luonnetta vapaaehtoisena toimintana, joka sisälsi lain vaatimuksia ja yritysten omia (taloudellisia) etuja laajempia pyrkimyksiä ympäröivän yhteiskunnan hyväksi (Carrol 1979). Myös esimerkiksi Frederickin (1960, 60) mukaan liiketoiminnassa ”resursseja tulisi käyttää laajempien yhteiskunnallisten tavoitteiden hyväksi kapeasti rajoittuneiden yksilön tai yrityksen etujen sijaan.” Näkemykset yritysten yhteiskunnallisista velvoitteista pohjautuivat ajatukseen, jossa yritykset toimivat osana yhteiskuntaa hyödyntäen sen tarjoamia resursseja. Siten yritysten tekemien taloudellisten voittojen tulisi hyödyttää laajemmin myös niitä tahoja, jotka tarjoavat resursseja yritysten käyttöön. (Amin-Chaudhry 2016, 192).

Näkökulmat yritysten yhteiskunnallisista velvollisuuksista saivat myös vastakkaisia näkemyksiä, joista kenties voimakkainta kritiikkiä yritysvastuun konseptia kohtaan esitti Friedman (1962; 1970). Friedmanin mukaan yritysvastuun konsepti oli ”pohjimmiltaan tuhoisa” ja että ”harva trendi voisi niin perusteellisesti horjuttaa vapaan yhteiskuntamme perustuksia kuin se, että yritysjohtajat antavat hyväksyntänsä muunlaisille yhteiskuntavastuullisille toimille, kuin mahdollisimman suurien voittojen tuottamiselle osakkeenomistajille” (Carrol 1979). Friedman julkaisi myös kuuluisan artikkelin vuonna 1970, jossa hän painotti yrityksen vastuuna olevan maksimoida osakkeenomistajien tuotto lain ja yleisten sosiaalisten normien rajoissa (Friedman 1970). Friedmanin näkemykset

voidaan tulkita olevan linjassa erityisesti taloustieteellisten teorioiden näkemysten kanssa, jotka korostavat yritysten osakkeenomistajien hyötyjen maksimointia.

Carrol (1979) sen sijaan tasapainoili osakkeenomistajien voiton maksimoinnin ja yritysten yhteiskunnallisen vastuun välillä. Hänen mukaan yritys vastuun määritelmään tulee sisällyttää taloudellinen suoriutuminen, lainsäädännön noudattaminen, eettinen ulottuvuus sekä vapaaehtoiset toimet (Carrol 1979, 499). Esimerkkeinä vapaaehtoisista toimista Carrol mainitsee muun muassa pitkäaikaistyöttömien kouluttamisen ja päi- vähoitomahdollisuuksien tarjoamisen, joista on huomattavissa, että taloudellisen vastuun lisäksi tulevat muut vastuut ajateltiin tuohon aikaan liiketoiminnasta irrallisiksi, ehkäpä hyväntekeväisyyteen verrattavaksi toiminnaksi.

Kuten yritys vastuun varhaisista määritelmistä on tulkittavissa, yritys vastuun jäseneltiin alussa usein juuri yrityksen liiketoimintaan kuulumattomaksi toiminnaksi, jolla autettiin tai osallistuttiin ympäröivien yhteisöjen toimintaan. Seuraava askel yritys vastuun saralla alkoi ottamaan huomioon mahdolliset taloudelliset hyödyt, joita yritys voisi saada sitoutumalla vastuulliseksi miellettyyn toimintaan (Amin-Chaudhry 2016, 196). Tämä keskustelu alkoi kasvaa erityisesti 1980-luvulla (Carrol & Shabana 2010, 88), sen jatkuessa yhä tänäkin päivänä. Nykyään monissa tutkimuksissa on todettu, että eri sidosryhmät palkitsevat niitä yrityksiä, jotka implementoivat yritys vastuun asioita toimintaansa (Bhattacharya, Korschun, & Sen 2009).

Nyky päivänä yritys vastuun määritellään usein laaja-alaiseksi käsitteeksi, joka kattaa taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun. Määritelmässä korostetaan usein yrityksen ryhtymistä lain vaatimukset ylittäviin ja vapaaehtoisiin, laajemmin yhteiskuntaa hyödyttäviin toimiin (ks. McWilliams & Siegel 2001; Huang & Watson 2015; Amin-Chaudhry 2016; Jackson, Bartosch, Avetisyan, Kinderman & Knudsen 2020; Christensen, Hail & Leuz 2021). Nämä elementit on nähtävissä myös Euroopan komission (2011) tiedonannon mukaisessa yritys vastuun määritelmässä, jota käytetään myös tässä tutkielmassa.

#### *Tutkielmassa käytettävä yritys vastuun määritelmä*

Tässä tutkielmassa yritys vastuun raportointi määritellään Euroopan komission tiedonannon (2011) mukaisesti. Kyseisen tiedonannon mukaan yritysten yhteiskuntavastuu

(yritysvastuu) määritellään organisaation vastuuksi omista yhteiskunnallisista vaikutuksistaan. Ennakoedellytyksenä vastuun täyttymiseksi on lainsäädännön ja työehtosopimusten noudattaminen. Täysimääräisesti vastuunsa täyttävä organisaatio integroi esimerkiksi sosiaaliset, ympäristö-, eettiset ja ihmisoikeusvastuukysymykset sekä kuluttajasoihiin liittyvät näkökohdat liiketoimintaansa ja ydinstrategiaansa. (Euroopan komissio, 2011.)

Euroopan komission (2011) määritelmässä on nähtävillä samoja elementtejä kuin jo varhaisissa tutkijoiden esittämissä määritelmissä. Yritysvastuu ei toteudu ainoastaan toimimalla lain säädösten ja sopimusten mukaisesti, vaan se edellyttää proaktiivista toimintaa yritykseltä itseltään. Yrityksen on siten tarkasteltava yritysvastuun eri osa-alueita jatkuvasti ja sisällytettävä ne strategian lisäksi jokapäiväiseen toimintaan. Yritysvastuu ei ole vain reagoimista erilaisiin tilanteisiin eettiset näkökulmat huomioiden, vaan ennakkoivaa oman toiminnan tarkastelua ja pyrkimystä vastuuasioden parempaan huomiointiin ja toteuttamiseen kaikessa toiminnassa. Tutkielmassa käytetään Euroopan komission antamaa määritelmää, sillä Euroopan unioni on keskeisin vastuullisuusraportointia koskevan sääntelyn tuottaja myös Suomessa. Kun halutaan tutkia yritysten vastuullisuusraportoinnille antamia merkityksiä, on luonnollista käyttää yritysvastuun määritelmänä sääntelyä tuottavan tahon, eli Euroopan unionin, määritelmää.

### **2.1.2 Yritysvastuun ulottuvuudet**

Seuraavaksi tarkastellaan yritysvastuuta sen eri ulottuvuuksien avulla. Yritysvastuu voidaan jakaa useampiin eri osa-alueisiin. Usein sitä jaotellaan Elkingtonin (1998) esittämän kolmoistilinpäätösmallin (triple bottom line) avulla. Kolmoistilinpäätösmallin ajatuksena on yrityksen vastuullisuussuoriutumisen arviointi kolmella eri osa-alueella, joita ovat taloudellinen, ympäristö- ja sosiaalinen vastuu (kuvio 2). Sosiaaliseen vastuuseen viitataan joskus myös termillä yhteiskunnallinen vastuu. Kolmoistilinpäätösmallin englannin kielisessä termissä esiintyvä *bottom line* viittaa tuloslaskelman viimeiseen riviin, eli tilikauden tulokseen. Mallissa kannustetaan tarkastelemaan yrityksen toimintaa taloudellisen suoriutumisen lisäksi myös ympäristöön ja sosiaalisen ulottuvuuteen liittyvien 'tilinpäätöksien' perusteella.



Yritysvastuun ulottuvuudet		
<b>Talous</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kannattavuus, kilpailukyky, tehokkuus</li> <li>• Omistajien tuotto-odotuksiin vastaaminen</li> <li>• Yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin tuottaminen</li> </ul>	<b>Ympäristö</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vesien, ilman ja maaperän suojele</li> <li>• Ilmastonmuutoksen torjunta</li> <li>• Luonnon monimuotoisuuden turvaaminen</li> <li>• Tehokas ja säästävä luonnonvarojen käyttö</li> <li>• Vastuu tuotteen elinkaaren ja toiminnan arvoketjusta</li> </ul>	<b>Sosiaalinen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ihmisoikeudet</li> <li>• Henkilöstön hyvinvointi ja osaaminen</li> <li>• Tuotevastuu ja kuluttajansuoja</li> <li>• Hyvät toimintatavat sidosryhmäsuhteissa</li> </ul>

Kuvio 2 Yritysvastuun ulottuvuudet (mukaillen Koipijärvi & Kuvaja 2017, 18 (malli kuvattu alun perin kirjassessa: Yrityksen yhteiskuntavastuu – Mistä on kysymys. TT, 2000); Kuvion tekstit myös Niskala ym. 2019)

Taloudellinen vastuu tarkoittaa erityisesti yrityksen osakkeenomistajien etujen huomiointia, jota myös Friedman (1970) korosti. Taloudellinen vastuu sisältää myös yrityksen kannattavuuden, kilpailukyvyn ja tehokkuuden mittareiden arvioinnin. Yritystoiminnan taloudellinen kannattavuus on perusedellytys yrityksen olemassaololle, jota ilman se ei kykene tuottamaan taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle tai toimimaan vastuullisin keinoin paikallisesti ja globaalisti (Harmaala & Jallinoja 2013, 18). Taloudellinen vastuu sisältää ajatuksen yrityksen pitkän aikavälin kannattavuudesta. Lisäksi keskeistä yritysvastuun kontekstissa on tapa, jolla yritys tuottaa taloudellista hyvinvointia. Vastuullinen yritys luo taloudellista hyvinvointia huomioiden tasapuolisesti omat sidosryhmänsä ja ympäröivän yhteiskunnan. (Harmaala & Jallinoja 2013, 18–19.) Yritysvastuun perusedellytys on lakien ja sopimusten noudattaminen, johon pohjautuu myös taloudellinen vastuu. Keskeistä yritysten toiminnassa on muun muassa verolainsäädännön ja työnantajamaksujen huolellinen noudattaminen. Lisäksi globaali yritys voi vaikuttaa vastuullisuuteensa muun muassa valitsemalla, minkä maan lainsäädäntöä se noudattaa. (Harmaala & Jallinoja 2013, 18–19.)

Yrityksen sosiaalinen vastuu sen sijaan kohdistuu niihin ihmisiin, joihin yritys toiminnallaan vaikuttaa. Keskeisin näistä sidosryhmistä on henkilöstö, mutta yrityksen vaikutuspiirissä ovat myös asiakkaat ja lähialueen asukkaat (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 128). Länsimaissa sosiaalisen vastuun ajatellaan usein sisältävän henkilöstön hyvinvoinnin edistämistä ja osaamisen kehittämistä, sillä työntekijöiden perus- ja ihmisoikeudet ovat lainsäädännön ja sopimuksien myötä usein varsin hyvät (Harmaala & Jallinoja 2013, 20). Yrityksen vastuu ihmisoikeuksista muodostaakin perustan sosiaaliselle vastuulle (Liappis ym. 2019, 128).

Kansainvälisesti tarkasteltuna sosiaalisen vastuun kysymykset nousevat hyvin tärkeiksi erityisesti yrityksissä, jotka toimivat kehittyvässä maissa. Länsimaissa ihmis- ja työoikeudet, työturvallisuus ja -hyvinvointi on tarkasti säädetty lailla. Lisäksi erityisesti Pohjoismaissa ammattiyhdistyilyllä on paljon vaikutusvaltaa työelämän pelisääntöihin ja moniin työntekijöille tarjottaviin, usein pakottavaa lainsäädäntöä parempiin etuuksiin. Monissa kehittyvässä maissa sen sijaan lainsäädännön tarjoamat työntekijän perusoikeudet voivat olla heikolla tasolla, jolloin yritykset voivat omalla toiminnallaan vaikuttaa sosiaalisen vastuun toteutumiseen pitämällä huolta ihmis- ja työoikeuksista. Kehittyvässä maissa toimivien yritysten sosiaalisen vastuun painopisteenä voikin olla muun muassa palkkatason turvaaminen sekä lapsi- ja orjatyövoiman ehkäisy. (Harmaala & Jallinoja 2013, 20–21.) Liappiksen ym. (2019, 130–132) mukaan muita tärkeitä seikkoja sosiaalisen vastuun saralla ovat esimerkiksi yksityisyydensuojasta huolehtiminen, työyhteisön moninaisuuden huomioiminen sekä kaikenlaisen epäasiallisen toiminnan, muun muassa kiusaamisen ja häirinnän kitkeminen pois työyhteisöstä.

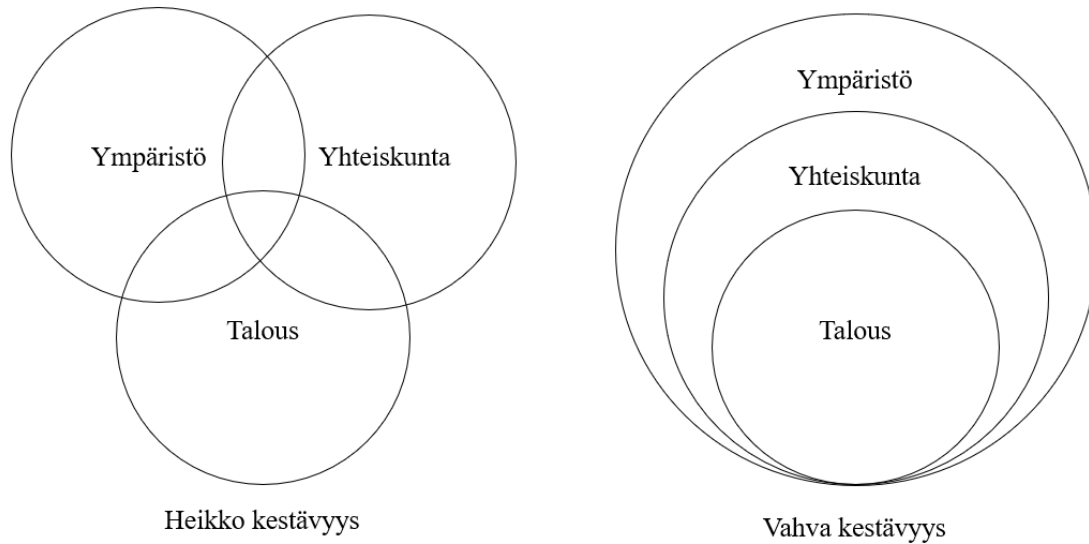
Taloudellisen ja sosiaalisen vastuun lisäksi kolmoistilinpäätösmallin mukaan yritys vastuuseen kuuluu myös ympäristövastuu. Elkingtonin (1998) mukaan yrityksen tulisi tarkastella ympäristövastuuta sen kautta, miten yrityksen toiminta vaikuttaa ympäristöön: mihin luonnonvaroihin yrityksen nykyinen ja tulevaisuuden toiminta vaikuttaa? Harmaalan & Jallinojan (2013, 22) mukaan ympäristövastuu tarkoittaa pyrkimystä ympäristön kannalta parhaaseen mahdolliseen toimintaan. Heidän mukaansa ympäristövastuu kattaa esimerkiksi vesien, ilman ja maaperän suojelun, kasvihuonepäästöjen vähentämisen, luonnon monimuotoisuuden turvaamisen ja säästävän luonnonvarojen käytön.

Liappis ym. (2019, 99) toteavat, että Suomen perustuslain 20 §:n mukaan ”vastuu luonnosta ja sen monimuotoisuudesta, ympäristöstä ja kulttuuriperinnöstä kuuluu kaikille.” Tämän niin kutsutun ympäristöperusoikeuden toteutuminen taataan muulla lainsäädännöllä. Liappis ym. (2019, 99) toteavat kuitenkin, että yrityksen ympäristövastuun laaja käsite sisältää myös muiden kuin lainsäätäjän asettamien odotuksien ja velvoitteiden tavoittelemista. Ympäristövastuuseen liittyy myös läheisesti kestävä kehitys, jonka useat yritykset myös mainitsevat viestinnässään yritys vastuun yhteydessä.

Alun perin kestävä kehitys määriteltiin jo vuonna 1987 YK:n teettämässä raportissa, jonka laati Ympäristön ja kehityksen maailmankomissio. Tässä niin kutsutussa Brundtlandin raportissa (Our Common Future, Brundtland report 1987) kestävä kehitys määritellään: ”sellaiseksi kehitykseksi, joka vastaa nykypäivän tarpeisiin vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta vastata omiin tarpeisiinsa.” (Euroopan unioni 2022). Muun muassa Brundtlandin raportin myötä ympäristöä ja ilmastonmuutosta tutkineet tutkijat raivasivat tietä aiheen huomioimiseksi kansainvälisessä yhteiskunnallisessa keskustelussa (Howe 2017, 209).

### 2.1.3 Yritysvastuun arviointia koskevat haasteet

Elkingtonin kehittämässä kolmoistilinpäätösmallissa on myös haasteita. Koipijärven & Kuvajan (2017) mukaan haasteena on ympäristö- ja sosiaalisen vastuullisuuden erillisyys taloudellisesta vastuusta. Heidän mukaansa malli on kuitenkin helppo tapa hahmottaa eri osa-alueita, joiden mukaan vastuullisuutta voidaan ryhmitellä. Myös Laine ym. (2022, 15–18) viittaavat Elkingtonin kolmoistilinpäätösmalliin eritellessään vastuullisuuden ja kestävyuden eri osa-alueita. Heidän mukaansa mallin ongelmana on, miten vastuullisuuden eri osa-alueiden suhteita toisiinsa voidaan tulkita monella tavalla. Tulkintaerot vastuullisuuden eri ulottuvuuksien suhteista toisiinsa johtavat myös erilaisiin tulkintoihin siitä, miten vastuulliseksi mielletty toiminta voidaan saavuttaa. Tämän ongelman hahmottamiseksi Laine ym. (2022, 15–18) esittävät vastuullisuuden (tai kestävyuden) kolmen eri ulottuvuuden tarkastelun *vahvan ja heikon* vastuullisuuden kautta (kuvio 3).



Kuvio 3 Heikko ja vahva vastuullisuus/kestävyys (vapaa suomennos kuvioista Laine ym. 2022, 15–18)

Keskeisin ero heikon ja vahvan vastuullisuuden välillä on eri osa-alueiden yhteensovittamisessa. Heikossa vastuullisuudessa (kuvio 3, vasen puoli) vastuullisuuden eri osa-alueet ovat yhteydessä toisiinsa vain osittain. Kuvion keskellä on havaittavissa alue, jossa jokainen kolmesta osa-alueesta risteää toistensa kanssa. Tähän pisteeseen sijoittuva toiminta on vastuullista sekä ympäristön, yhteiskunnan (sosiaalisen ulottuvuuden) että talouden kannalta. (Laine ym. 2022, 15–18.) Heikko vastuullisuus auttaa hahmottamaan niitä mahdollisia tilanteita, joissa yritys voi toimia esimerkiksi taloudellisesti ja sosiaalisesti vastuullisella tavalla, mutta sen toimintaa ympäristön näkökulmasta ei voida pitää vastuullisena. Myös Harmaala & Jallinoja (2013, 28) tarttuvat tähän vastuullisuuden arvioinnin hankaluuteen. He antavat esimerkin, jossa globaalisti toimiva yritys saattaa saada länsimaissa vastuullisesti toimivan yrityksen maineen huomioimalla hyvin esimerkiksi ympäristön, mutta samalla jättää huomioimatta toimintansa epäedulliset sosiaaliset vaikutukset kehittyvissä maissa.

Laine ym. (2022, 15–18) esittelevätkin vaihtoehtoisena tarkastelutapana vahvan vastuullisuuden (kuvio 3, oikea puoli). Ajatuksena on, että talous on riippuvainen yhteiskunnasta, ja yhteiskunta on riippuvainen ympäristöstä. Ympäristö asettaa siten raamit kaikelle toiminnalle, jonka sisällä sekä sosiaalisen että taloudellisen vastuullisuuden tulisi tapahtua. Vahvan vastuullisuuden mallissa vastuullisuuden eri osa-alueita ei siten tarkastella toisistaan erillisinä, vaan ne nivoutuvat kaikki yhteen kokonaisuuteen. (Laine ym. 2022, 15–18.) Nämä erilaiset tarkastelutavat auttavat hahmottamaan, miksi myös

yritysten vastuullisuuden arviointi voi olla hankalaa. Lisäksi yritysten suoriutuminen vastuullisuuden osa-alueilla riippuu varmasti paljon siitä, miten yrityksen johtavissa elimissä toimivat henkilöt hahmottavat ja tarkastelevat yritysvastuun kokonaisuutta ja sen eri osa-alueita. Vahvan vastuullisuuden mallissa ympäristö asettaa raamit kaikelle muulle toiminnalle, mutta yritysten toimiessa usein kapitalistisissa talousjärjestelmissä, on muistettava sen yrityksille asettamien normien ja rakenteiden vaikutus niiden toimintaympäristöön ja mahdollisuuksiin (Laine ym. 2022, 19). Länsimaisissa talouksissa saattaakin olla todennäköisempää, että ympäristön sijaan raamit liiketoiminnalle antaa nimenomaan taloudellinen näkökulma; lähtökohtaisesti yrityksen toiminnan on oltava taloudellisesti kannattavaa, jotta se voi jatkaa toimintaansa.

Yritysvastuu voidaan siis jakaa kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen. Näitä kolmea osa-aluetta voidaan arvioida sekä yhdessä että erikseen, mutta erityisesti näiden kolmen osa-alueen yhteensovittaminen voi tehdä yrityksen vastuullisuuden arvioimisesta hankalampaa. Mikäli yritysvastuuta peilataan vahvan vastuullisuuden malliin, asettaa se paljon tiukemmat raamit sille, millaisia toimintoja voidaan pitää kokonaisvastuullisuuden kannalta vastuullisina toimina.

## **2.2 Vastuullisuusraportointi ja siihen liittyvä sääntely**

Seuraavassa alaluvussa käsitellään vastuullisuusraportointia käsitteen määrittelyn kautta ja tarkastellaan syitä vastuullisuusraportoinnin sääntelylle. Tämän jälkeen seuraavassa alaluvussa esitetään tällä hetkellä Euroopan unionissa voimassa ja valmistelussa olevaa lainsäädäntöä.

### **2.2.1 Vastuullisuusraportointi**

Vastuullisuusraportointi alkoi lisääntyä voimakkaasti 1990-luvulla, jota ennen jotkin yritykset julkaisivat esimerkiksi ympäristöön liittyviä raportteja (Laine ym. 2022, 86–87; Niskala ym. 2019). Vastuullisuusraportoinnilla on siis hyvin lyhyt historia verrattuna taloudelliseen raportointiin, jonka juuret juontavat jo satojen vuosien taakse (Niskala ym.

2019). Laineen ym. (2022, 86–87) mukaan vastuullisuusraportoinnin alkuaikoina raportointi oli vapaaehtoista, eikä raportoinnin tueksi ollut kehitetty juurikaan ohjeistuksia, standardeja tai lainsäädäntöä. Nykyään vastuullisuusraportointi lähenee kirjanpito- ja tilinpäätöskäytäntöjä sekä vaatimusten että työkalujen kehittymisen myötä, mutta se on edelleen vielä kehityksensä alkuvaiheessa (Niskala ym. 2019). Vastuullisuusraportointi on vakiinnuttanut asemansa nykyään kansainvälisesti monissa suurissa yrityksissä (KPMG 2022).

Vastuullisuusraportoinnilla viitataan eri organisaatioiden laatimiin ja julkaisemiin raporteihin, joissa ne kertovat omasta vastuullisuudestaan. Yritysvastuuraportointia voidaan tarkastella lainsäädännön velvoittamana eli pakollisena, sekä vapaaehtoisena raportointina. Pakollinen yritysvastuuraportointi on menettelytapoja koskevaa sääntelyä, joka velvoittaa yritykset julkaisemaan läpinäkyvää ja ei-valikoivaa vastuullisuusinformaatiota (Ren, Huang, Liu & Yan 2023). Vapaaehtoinen raportointi on sen sijaan sellaisen tiedon julkaisemista, joka ylittää lainsäädännön vaatimukset julkaistavasta informaatiosta.

Yritys voi raportoinnin avulla muun muassa 1) jakaa informaatiota päätöksenteon tueksi, 2) lisätä oman toiminnan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä, 3) tukea yrityksen johtamisjärjestelmiä ja 4) integroida yritysvastuuta paremmin liiketoimintaan (Niskala ym. 2019). Lisäksi vastuullisuusraportointi voi muun muassa edistää yrityksen brändiarvoa ja mainetta sekä motivoida työntekijöitä (Hahn & Kühnen 2013, 5). Vastuullisuusraportoinnin avulla organisaatiot voivat kertoa laajemmin oman toimintansa yhteiskunnallisista vaikutuksista, joita ei perinteisen taloudellisen raportoinnin avulla pystytä riittävästi kuvaamaan. (Niskala ym. 2019.)

Yhä useammat talousalueet, kuten EU, Kiina ja USA ovat ottaneet käyttöön vastuullisuusraportointia ohjaavaa tai pakottavaa sääntelyä (Ren ym. 2023, 1), tavoitteenaan lisätä sidosryhmien saatavilla olevaa informaatiota. Muun muassa EU:n säätämän NFR-direktiivin (Selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista, Non-Financial Reporting Directive, NFRD [2014/95/EU]) tarkoituksena on ollut lisätä yritysten vastuullisuustoimien läpinäkyvyyttä. Lisäksi direktiivin tarkoituksena on kannustaa yrityksiä myös lisäämään todellisia vastuullisuutta edistäviä toimenpiteitä (Fiechter ym. 2022, 1500). Pakollisen vastuullisuusraportoinnin avulla voitaisiin siten muuttaa yritysten asenteita yritysvastuuta kohtaan positiivisella tavalla ja vähentää vastuutonta liiketoimintaa. Toisaalta on

mahdollista, että yritysten käyttäytyminen vastuullisuuden suhteen paranee vain, jos sidosryhmät tosiasiallisesti joko palkitsevat tai rankaisevat yrityksiä niiden vastuullisuuden perusteella. On myös mahdollista, että yritysraportointia koskevalla sääntelyllä ei saavuteta asetettuja tavoitteita informaation ja vastuullisuuden lisääntymisen suhteen. (Jackson ym. 2020.)

Eräs keskeinen tavoite yritysraportoinnin sääntelyssä on myös ollut parantaa raportoinnin laatua (Christensen ym. 2021; Haji ym. 2023). Erityisen tärkeää tämä on ollut sen vuoksi, että yritysraportit ovat olleet aikaisemmin hyvin yksipuolisia, raportoinnin keskittyessä lähinnä raportoivan yrityksen kannalta positiivisiksi miellettyihin seikkoihin. Lisäksi raporteissa on käytetty paljon vakio- tai muotoista tekstiä, sisältäen myös kopiointia edellisten vuosien raporteista. Nämä seikat yhdistetään usein raportoinnin huonon laatuun. Raportoinnin huono laatu on sen sijaan yhdistettävissä symboliseen vastuullisuusraportointiin, jonka tarkoituksena on luoda keinotekoisesti kuvaa yrityksestä vastuullisena toimijana. (Haji ym. 2023, 184.)

## 2.2.2 Raportointia koskeva sääntely

Tässä aluvuossa käsitellään vastuullisuusraportointia koskevaa sääntelyä. Keskeisin suomalaisten yritysten vastuullisuusraportointia sääntelevä tahon on Euroopan unioni. Tällä hetkellä pakottavia säädöksiä ovat Euroopan Unionin direktiivi muiden kuin taloudellisten tietojen raportoinnista (Non-Financial Reporting Directive, NFR-direktiivi, 2014/95/EU) sekä niin kutsuttu taksonomia-asetus (2020/852/EU). Lisäksi Euroopan unionissa tulee voimaan uusi kestävyysraportointidirektiivi, jota kutsutaan lyhenteellä CSR-direktiivi (Corporate Sustainability Reporting Directive, 2022/2464/EU). Vastuullisuusraportointia koskevan sääntelyn avulla on tarkoitus muun muassa lisätä yritysten julkaiseman vastuullisuusinformaation määrää ja laatua sekä parantaa yritysten todellista vastuullisuutta (Haji ym. 2023).

### *NFR-direktiivi (2014/95/EU)*

Suomessa yritysraportointi on ollut pakollista vuodesta 2017 alkaen suurille yleisen edun kannalta merkittävillä yhteisöillä. Raportointivelvollisuus perustuu Euroopan

Unionin direktiiviin muiden kuin taloudellisten tietojen raportoinnista (Non-Financial Reporting Directive, NFRD, 2014/95/EU), joka on implementoitu Suomessa kirjanpitolakiin (KPL 1336/1997 3a §). Yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä ovat pörssiyritykset, vakuutusyritykset sekä luottolaitokset (KPL 1:9 §). Suuryrityksen tunnusmerkistö täyttyy, kun päättäneellä ja sitä edeltävällä tilikaudella vähintään kaksi seuraavista raja-arvoista täyttyy: 1) taseen loppusumma 20 000 000 euroa; 2) liikevaihto 40 000 000 euroa; 3) tilikauden aikana palveluksessa keskimäärin 250 henkilöä (KPL 1:4 c §). Direktiivi muiden kuin taloudellisten tietojen raportoinnista (NFRD) koskee kuitenkin vain niitä suuria yrityksiä, joiden palveluksessa on ollut päättäneellä tilikaudella yli 500 henkilöä (KPL 3a:1 §).

Kirjanpitolain mukaan kyseisessä selvityksessä muista kuin taloudellisista tiedoista yrityksen on annettava tietoja vähintään ympäristöasioista, sosiaalisista ja työntekijöihin liittyvistä seikoista, ihmisoikeuksien kunnioittamisesta sekä korruption ja lahjonnan torjuntaan liittyvistä seikoista. Yrityksen on myös kuvattava ne toimintaperiaatteet, joiden avulla se huolehtii edellä luetelluista asioista. Toimintaperiaatteiden kuvaamisen lisäksi yrityksen täytyy myös kertoa, millaisia tuloksia toimintaperiaatteiden noudattamisella on saatu aikaan. (KPL 3a:1-5 §.) Lisäksi selvityksessä muista kuin taloudellisista tiedoista on oltava kuvaus riskeistä, joita säädöstekstissä esitetyt muut kuin taloudelliset seikat aiheuttavat yrityksen toiminnalle. Yrityksen on myös kerrottava, miten se hallitsee näitä riskejä. (KPL 3a:2 §.) Kirjanpitolakiin implementoitu NFR-direktiivi määrittelee melko laajasti niitä tietoja, joita yritysten on omasta toiminnastaan julkaistava.

NFR-direktiivissä ja sen implementoinnissa kirjanpitolakiin on nähtävissä niin kutsuttu kaksoisolennaisuuden periaate (double-materiality). Olennaisella informaatiolla tarkoitetaan sellaista tietoa, jonka ”pois jättämisen tai väärin ilmoittamisen voidaan kohtuullisesti odottaa vaikuttavan päätöksiin, joita tiedon käyttäjät tekevät yrityksen tilinpäätösten perusteella” (Tilinpäätösdirektiivi 2013/34/EU). Olennaisuuden periaate onkin hyvin keskeinen käsite niin kirjanpidon, laskentatoimen kuin tilintarkastuksenkin alalla. Vaikka NFR-direktiivin säädöstekstissä ei suoraan mainita olennaisuuden käsitettä, periaate on vahvasti mukana säädöstekstin sisällössä.

Kaksoisolennaisuudella viitataan raportoinnin ohjeisiin, joiden mukaan yhtiön on raportoitava vastuullisuuselementtien aiheuttamista vaikutuksista yrityksen liiketoiminnalle, ja



sen lisäksi yhtiön oman toiminnan vaikutuksista ympäristöön ja yhteiskuntaan (Groen, Alcidi & Simonelli 2021). Siten vastuullisuustekijöitä täytyy arvioida kahdella eri tavalla; toisaalta mahdollisten vastuullisuusriskien realisoitumisesta aiheutuvat seuraukset yritykselle itselleen, ja toisaalta yrityksen itsensä aiheuttamat vaikutukset ympäröivälle yhteiskunnalle, ympäristölle ja myös taloudellisille sidosryhmille. Yrityksen raportoimilla vaikutuksilla sen omaan liiketoimintaan on selkeä yhteys taloudelliseen suoriutumiseen – yhtiön ulkoisissa vaikutuksissa sen sijaan korostuu selvemmin ei-taloudellisten tekijöiden vaikutukset yrityksen ulkopuolelle (Groen ym. 2021).

Selvitys ei-taloudellisista tiedoista on sisällytettävä toimintakertomukseen, tai vaihtoehtoisesti on annettava erillinen selvitys viimeistään kuuden kuukauden kuluttua tilinpäätöspäivästä yrityksen verkkosivuilla. (KPL 3a:1-5 §.) Kirjanpitolain mukaan yritys voi myös halutessaan noudattaa raportoinnissaan kansallisia, kansainvälisiä tai Euroopan unionin laatimia toimintakehyksiä. Lainsäädännön mukaan yrityksen ei ole siis pakko noudattaa mitään tiettyä standardia tai raportointikehikkoa laatiessaan selvitystä ei-taloudellisista tiedoista. Siten NFR-direktiivi jättää paljon vapauksia raportoivalle yritykselle siitä, millaisessa laajuudessa ja mistä asioista yritys tarkemmin raportoi. Lisäksi kirjanpitolaissa (KPL 3a:2 §) mainitaan, että mikäli kirjanpitovelvollinen ei joiltain osin noudata säädöstekstissä tarkoitettuja toimintaperiaatteita, on selvityksessä perusteltava syy noudattamatta jättämiselle. Tältä osin on myös nähtävissä, että lainsäädäntö antaa paljon joustovaraa raportoinnille. Raportointia koskevan lainsäädännön joustavuus asettaa myös haasteensa raporttien informaation sisällön laadulle ja vertailukelpoisuudelle.

#### *Taksonomia-asetus (2020/852/EU)*

NFR-direktiivin lisäksi tietyt yritykset joutuvat raportoimaan vuodesta 2021 alkaen niin kutsutun taksonomia-asetuksen (2020/852/EU) mukaisesti, joka vaatii yrityksiä luokittelemaan oman toimintansa ympäristökestävyyden asetuksessa määriteltyjen ohjeiden perusteella. Asetuksen tarkoituksena on edistää kestävyystietojen läpinäkyvyyttä ja vertailukelpoisuutta ja auttaa suuntaamaan rahoitusta kestäviin sijoituskohteisiin (Taksonomia-asetus 2020/852/EU). Taksonomia-asetuksen mukaan sen avulla lisätään kestäviä sijoituksia ja torjutaan sellaisten rahoitustuotteiden viherpesua, joita väitetään perusteettomasti kestäviksi. Taksonomia-asetus koskee niitä yrityksiä, jotka kuuluvat NFR-

direktiivin soveltamisalaan sekä finanssimarkkinatoimijoita, jotka asettavat saataville rahoitustuotteita. (Taksonomia-asetus 2020/852/EU).

Taksonomia-asetuksessa on siis luotu EU:n alueelle yhdenmukainen luokitusjärjestelmä (taksonomia), jonka tavoite on helpottaa talouden toimijoiden rahoituksen hankintaa ympäristön kannalta kestäviin toimintoihinsa yli (valtion) rajojen. Ilman yhdenmukaista luokitusjärjestelmää EU toteaa antamassaan asetuksessa, että sijoittajien olisi ”suhteettoman raskasta arvioida ja verrata erilaisia rahoitustuotteita keskenään.” Yhtenäisyyden puuttumisen ympäristön kannalta kestävien rahoitustuotteiden arviointimenetelmissä on todettu aiheuttavan sijoittajien haluttomuutta sijoittaa ympäristön kannalta kestäviin rahoitustuotteisiin. (Taksonomia-asetus 2020/852/EU.)

Taksonomia-asetuksessa tunnistetut ympäristön kannalta kestävät toiminnot ovat sellaisia, jotka muun muassa edistävät merkittävästi yhtä tai useampaa asetuksessa nimettyä ympäristötavoitetta, eivätkä aiheuta näille nimetyille ympäristötavoitteille merkittävää haittaa. Asetuksessa nimetyt ympäristötavoitteet ovat: 1) ilmastonmuutoksen hillintä; 2) ilmastonmuutokseen sopeutuminen; 3) vesivarojen ja merten luonnonvarojen kestävä käyttö ja suojeleminen; 4) siirtyminen kiertotalouteen; 5) ympäristön pilaantumisen ehkäiseminen ja vähentäminen; 6) biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien suojeleminen ja ennallistaminen. (Taksonomia-asetus 2020/852/EU.)

#### *Kestävyysraportointidirektiivi (2022/2464/EU)*

Kestävyysraportointidirektiivi (Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) (2022/2464/EU) on uusi yritysten kestävyysraportointia koskeva direktiivi, joka astuu voimaan vaiheittain alkaen raportoinnista, joka koskee 1.1.2024 alkaneita tilivuotia. Direktiivin tarkoituksena on parantaa ja harmonisoida yritysten kestävyysraportointia. Euroopan komission (2021) mukaan on olemassa runsaasti näyttöä siitä, että NFRD:n myötä yritysten raportoima informaatio ei ole riittävää. Raporteista puuttuu usein sijoittajien ja muiden sidosryhmien kannalta olennaista tietoa, tietojen vertailukelpoisuus on usein huonoa, ja lisäksi tiedon käyttäjien voi olla vaikea luottaa raportoituun informaatioon. Informaation huonolla laadulla on myös heijastusvaikutuksia; kun sijoittajat eivät voi muodostaa riittävää kuvaa yritysten vastuullisuudesta, on heidän vaikeampaa täyttää omia vastuullisuustietoja koskevia raportointivelvoitteitaan. (Euroopan komissio 2021.) Lisäksi

kestävyysraportointidirektiivissä (2022/2464/EU) kerrotaan, että monilla yrityksillä, joilta sidosryhmät tarvitsisivat kestävyystietoja, ei ole tällä hetkellä velvoitetta raportoida niistä.

Kestävyysraportointi laajenee asteittain koskemaan nykyisen NFR-direktiivin nojalla raportoivia yrityksiä laajempaa yritysjoukkoa. Kestävyysraportointidirektiivin myötä kaikki yleisen edun kannalta merkittävät yhteisöt, pois lukien mikroyritykset, ovat velvollisia raportoimaan kestävyysseikoista toimintakertomuksessaan. (Kestävyysraportointidirektiivi 2022/2464/EU.) Velvoite laajenee siten koskemaan myös listattuja pk-yrityksiä vaiheittain siten, että 1.1.2024 alkavan tilivuoden kestävyysseikoista raportoivat kuitenkin vain ne yritykset, jotka ovat velvollisia raportoimaan jo nykyisen NFR-direktiivin mukaisesti. Pienet ja keskisuuret yritykset astuvat raportointivelvoitteen piiriin myöhemmin.

Lisäksi kestävyystietojen raportointivaatimus laajenee koskemaan myös kaikkia suuria yrityksiä huolimatta siitä, onko niiden arvopapereita otettu kaupankäynnin kohteeksi unionin säännellyllä markkinalla. Listaamattomien suuryritysten raportointivaatimuksia perustellaan huolella tällaisten yritysten tilivelvollisuudesta sekä vaikutuksista muun muassa niiden arvoketjun kautta. (Kestävyysraportointidirektiivi 2022/2464/EU.)

Direktiivin myötä yritysten on raportoinnissaan noudatettava myös raportointistandardeja. Yhtenäisiä standardeja, joita kutsutaan nimellä ESRS (European Sustainability Reporting Standards), valmistellaan EFRAG:in (tunnettu aiemmin nimellä European Financial Reporting Advisory Group) toimesta. (Euroopan komissio 2022.) Kestävyysraportointistandardeilla pyritään luomaan raportoinnille yhtenäinen perusta, joka auttaisi yrityksiä raportoimaan merkityksellisistä tiedoista riittäväällä tavalla. Näin vähennettäisiin myös eri sidosryhmien tahoilta tulevia tapauskohtaisia tietopyyntöjä koskien yritysten kestävyysseikkoja. (Kestävyysraportointidirektiivi 2022/2464/EU.) Direktiivin mukaan pienille ja keskisuurille yrityksille laaditaan omat raportointistandardit, joissa huomioidaan standardien oikeasuhtainen laajuus yrityksen koko huomioiden. Lisäksi jotakin standardia jo tällä hetkellä raportoinnissaan noudattavat yritykset huomioidaan siten, että muun muassa yleisesti tunnetut olemassa olevat vastuullisuusraportointia koskevat standardit, kuten esimerkiksi GRI (Global Reporting Initiative) huomioidaan ESRS:n laadinnassa. (Kestävyysraportointidirektiivi 2022/2464/EU.)

Kestävyysraportointidirektiivissä (2022/2464/EU) lakitekstiin nostetaan myös suoraan kaksoisolennaisuuden periaate. Direktiivin alkusanoissa todetaan kaksoisolennaisuuteen liittyen, että nykyisessä tilanteessa ”näitä kahta näkökulmaa ei useinkaan ymmärretä tai sovelleta hyvin”, jolla viitataan kaksoisolennaisuuden periaatteen puutteelliseen ymmärtämiseen tai soveltamiseen nykyisessä NFR-direktiivin mukaisessa raportoinnissa.

Kestävyysraportointidirektiivi tuo raportoinnin velvoittavaksi siten yhä suuremmalle yritysjoukolle. Lisäksi merkittävä muutos on pakolliset, yhtenäiset raportointistandardit. Näiden muutoksien lisäksi direktiivi sisältää lukuisia muita uudistuksia, joita ei ole tarpeen käydä tämän tutkielman laajuudessa yksityiskohtaisesti läpi. Merkittävimpinä voidaan kuitenkin mainita kestävyysraporttien ainakin osittainen varmennuspakko ulkopuolisen varmentajan toimesta sekä vaatimus yhtenäisestä sähköisestä raportointimuodosta. (Kestävyysraportointidirektiivi 2022/2464/EU).

### **2.3 Teoreettinen tausta**

Yritysvastuun saamasta laajasta akateemisesta ja yhteiskunnallisesta huomiosta huolimatta sen tutkimiseen ei ole muodostunut täysin vakiintunutta teoreettista kehystä (Reverte 2009, 352). Haji ym. (2023) luokittelee yritysvastuuraportointia koskevissa tutkimuksissa käytetyt teoriat taloustieteellisiin ja yhteiskuntapoliittisiin teorioihin. Yhteiskuntapoliittisilla teorioilla he viittaavat legitimizeetti- ja sidosryhmäteoriaan, kun taas taloustieteellisillä teorioilla tarkoitetaan teorioita, joissa korostuu osakkeenomistajien voiton maksimointi ja erilaiset informaation epäsymmetriaan liittyvät näkökulmat (Haji ym. 2023; McWilliams & Siegel 2001). Eräs esimerkki näistä taloustieteellisistä teorioista on agenttiteoria (Reverte 2009, 353). Tässä tutkimuksessa käsitelläänkin näitä kolmea teoriaa: agentti-, legitimizeetti- ja sidosryhmäteoriaa.

### 2.3.1 Taloustieteelliset teoriat

Taloustieteellisillä teorioilla viitataan yleisesti teorioihin, joissa keskeistä on oletus rationaalisista, hyötyä maksivoivista yksilöistä, jotka toimivat tehokkailla markkinoilla (Reverte 2009, 354). Muun muassa tutkijat Friedman, Porter ja Jensen käsittelevät liiketoimintaa juuri tästä näkökulmasta (Freeman, Harrison, Hicks, Parmar & de Colle 2010). Agenttiteoria on yksi näistä taloustieteellisistä teorioista, joista voidaan hakea näkökulmia yritysraportointiin. Seuraavaksi esitellään agenttiteoriaa esimerkkinä yhdestä taloustieteellisestä teoriasta, ja lisäksi sen rajoitteita yritysraportoinnin tutkimuksen kontekstissa. Lopuksi kerrotaan niistä relevanteista näkökulmista, joita taloustieteelliset teoriat tarjoavat yritysraportoinnin tutkimiselle.

Agenttiteorian mukaan niin kutsuttu agenttisuhde muodostuu, kun osapuoli (päämies) valtuuttaa toisen osapuolen (agentin) suorittamaan jotain tehtävää puolestaan. Valtuutuksen myötä agentille siirtyy myös päätöksentekovaltaa. Tyypillinen agenttisuhde muodostuu yhtiön omistajien ja johdon välille. (Subramaniam 2006, 55–56.) Keskeinen käsite agenttiteoriassa on päämies-agentti-ongelma, joka muodostuu päämiehen ja agentin erilaisista intresseistä. Teoria olettaa agenttisuhteen molempien osapuolien olevan hyödyn maksimoijia, joilla on molemmilla omat intressinsä. Agentti ei aina toimi päämiehen edun kannalta parhaalla tavalla, vaan hänellä on kannustimet toimia omien intressiensä mukaisesti. (Jensen & Meckling 1976.)

Agenttiteoriassa on myös keskeistä informaation epäsymmetria. Sillä tarkoitetaan tilannetta, jossa jollakin osapuolella on hallussaan enemmän informaatiota kuin toisella. Tyypillisesti nimenomaan agentilla on informaatiota enemmän kuin päämiehellä, joka usein johtuu agentin roolista lähempänä yrityksen päivittäistä operatiivista toimintaa. (Subramaniam 2006, 59.) Agenttiteorian mukaan päämiehet vaativatkin käyttöön mekanismeja, jonka avulla he voivat valvoa agentin toimintaa ja turvata omien intressiensä toteutumista (Jensen & Meckling 1976). Erilaisista valvontamekanismeista seuraa kuitenkin aina kustannuksia, joita agenttiteorian yhteydessä nimitetään agenttikustannuksiksi. Tyypillisimpiä mekanismeja vähentää informaation epäsymmetriaa päämiehen ja agentin välillä on erilaiset tarkastus- ja varmennusprosessit sekä johdon palkitsemisjärjestelmät. (Subramaniam 2006, 61.)

Agenttiteorian mukaan yrityksen johtajat (agentit) ovat ensisijaisesti tilivelvollisia yrityksen osakkeenomistajille (päämiehille), ja agenttien tulisi aina toimia osakkeenomistajien etua palvelevalla tavalla (Rezaee 2016, 62). Siten monien taloustieteellisiin teorioihin nojaavien tutkijoiden mukaan yritysten tulisi ryhtyä vastuullisiksi miellettyihin toimiin vain, jos ne tuottavat lisäarvoa osakkeenomistajille (Moser & Martin 2012, 797). Johdon palkitsemisjärjestelmät – yksi päämiehien keinoista motivoida agenteja toimimaan päämiehien intressien mukaisesti – keskittyvät usein lyhyen aikaikkunan tulostavoitteisiin, joka hankaloittaa pitkän aikavälin vastuullisuustavoitteisiin sitoutumista. Agenttiteorian mukaan vastuullisuustoimenpiteisiin suunnattuja resursseja saatetaankin tulkita niin, etteivät ne ole päämiehien intressien mukaisia, vaikka ne hyödyttäisivätkin muita sidosryhmiä. (Rezaee 2016, 62.) Moserin & Martinin (2012, 804) mukaan on kuitenkin mahdollista, että ”jotkut johtajat saattavat ryhtyä vastuullisiin toimenpiteisiin osakkeenomistajien kustannuksella”, jolla he viittaavat nimenomaan sellaisiin toimiin, jotka eivät taloudellisilta hyödyiltään ylitä niistä aiheutuvia kustannuksia. Myös Friedmanin (1970) mukaan yrityksen johdon sitoutuminen vastuullisiin toimenpiteisiin kielii nimenomaan agenttiteoreettisesta konfliktista yrityksen johtajien ja omistajien välillä. Hänen mukaansa johtajat käyttävät vastuullisia toimenpiteitä keinoina edistääkseen omia yhteiskunnallisia, poliittisia tai urakehityksellisiä tavoitteitaan. Tämän näkökulman mukaan vastuullisiin toimenpiteisiin kohdennetut resurssit voisi käyttää yhteiskunnan kannalta viisaammin, mikäli ne ohjattaisiin parantamaan liiketoiminnan tehokkuutta. (McWilliams & Siegel 2001, 118.)

Agenttiteoria ei siten tunnista tilannetta, jossa yritysten tulisi vastata osakkeenomistajien lisäksi myös muiden sidosryhmien tarpeisiin. Teoria keskittyy lähinnä taloudelliseen suoriutumiseen ja informaatioon (Rezaee 2016), ja yritysvastuun kontekstissa sen voisi sijoittaa tarkastelemaan lähinnä taloudellisen vastuun osa-aluetta. Lisäksi teoria keskittyy tehokkailla markkinoilla toimiviin taloudellisia intressejä omaaviin osapuoliin, jolloin vastuullisuusraportoinnin monet mahdolliset kohderyhmät (esimerkiksi erilaiset kansalaisjärjestöt) jäävät teorian soveltamisalan ulkopuolelle. Lisäksi vastuullisuusraportin luonne erityisesti ei-taloudellista informaatiota sisältävänä julkaisuna rajoittaa agenttiteorian soveltamisen mahdollisuuksia. (Reverte 2009, 353.)

Näin ollen agenttiteorian – tai yleisemmin taloustieteellisten teorioiden – soveltamisella yritysvastuun ja yritysvastuuraportoinnin kontekstiin on rajoitteensa. Toisaalta on olemassa näyttöä siitä, että vastuullisuustoimenpiteet parantavat yrityksen mainetta ja

brändiä, lisäävät luottamusta ja houkuttelevat sekä asiakkaita että työntekijöitä, jolloin positiivisia vaikutuksia myös yrityksen taloudelliseen suoriutumiseen ja arvoon on odotettavissa. Siten vastuullisuustoimenpiteisiin ryhtyminen ja osakkeenomistajien edun palveleminen eivät välttämättä ole toistensa vastakohtia. (Huang & Watson 2015, 7.) Voidaankin ajatella, että nykyään myös osakkeenomistajat ovat kiinnostuneita yrityksen vastuullisuudesta, sillä sen ajatellaan tukevan myös yrityksen taloudellista suoriutumista. Tällöin yritysraportti voidaan tulkita välineeksi viestiä yrityksen vastuullisuudesta, joka osaltansa vaikuttaa myös yrityksen taloudelliseen suoriutumiseen. On myös todettu, että institutionaaliset sijoittajat saattavat vaatia yrityksiä raportoimaan vastuullisuudestaan tavalla, joka heijastaisi institutionaalisten sijoittajien intressejä vastuullisuuden suhteen (Christensen ym. 2021, 1193). Tällöin ainakin yritysraportin julkaiseminen on keskeisesti omistajien intresseissä – ottamatta kantaa todellisiin yrityksissä toteutettaviin vastuullisuustoimenpiteisiin ja niiden kustannuksiin.

Haji ym. (2023) tutkivat artikkelissaan pakollista yritysraportointia. Heidän mukaansa taloustieteelliset teoriat olettavat, että yritysraportointivelvoitteet 1) lisäävät julkistettavan tiedon määrää, 2) vähentävät informaation epäsymmetriaa ja 3) saavat aikaan todellisia muutoksia yritysten vastuullisuuteen liittyvässä toiminnassa. Heidän mukaan todelliset muutokset yritysten vastuullisuustoimenpiteissä olisivat seurausta varojen käyttöön liittyvästä päätöksenteosta; muun muassa resurssien allokoinnista, kuluksista ja investoinneista. Pakollisen raportoinnin myötä sidosryhmillä (erityisesti sijoittajilla) on paremmat mahdollisuudet valvoa yritysten toimintaa, jolloin yrityksille syntyy painetta muuttaa toimintaansa (Cormier, Lapointe-antunes & Magnan 2015, 902). Jotta tämän näkökulman mukainen sijoittajien paine kohdistuisi nimenomaan yrityksen vastuullisuustoimien lisäämiseen, on niiden oltava luonnollisesti myös tiiviisti sijoittajien intresseissä.

Mion, Fasanin, Marconin & Panfilon (2020) mukaan tarjoamalla läpinäkyvää informaatiota omasta toiminnastaan muun muassa sijoittajille (ja rahoittajille) yritys pyrkii pienentämään osapuolien välillä vallitsevaa informaation epäsymmetriaa. Mion ym. (2020) mukaan nykypäivänä sijoittajat myös vaativat käyttöönsä informaatiota yrityksen taloudellisesta, sosiaalisesta ja ympäristövastuusta. Christensenin ym. (2021, 1187) mukaan markkinoilla lisääntyvän taloudellisen informaation myötä tapahtuva informaation epäsymmetrian ja haitallisen valikoitumisen vähentyminen johtaa myös usein pienempiin

sijoittajien tuottovaatimuksiin ja pienempiin vieraan pääoman kustannuksiin. Christensen ym. (2021) toteavatkin, että kun yritys vastuuta koskeva pakollinen raportointi parantaa sijoittajien saatavilla olevaa informaatiota, edellä esitetyt taloudellisen informaation julkaisemiseen liittyvät teoriat ja empiiriset havainnot pitäisi soveltua myös yritys vastuuraportoinnin taloudellisten vaikutusten tarkasteluun. Siten yritys vastuuraportoinnilla olisi mahdollista muun muassa pienentää pääoman kustannuksia ja sijoittajien tuottovaatimuksia.

<b>Vastuullisuusraportoinnin merkitykset taloustieteellisten teorioiden näkökulmasta: taloudelliset hyödyt</b>		
<b>Informaation epäsymmetrian vähentäminen</b> <b>Alhaisempi sijoittajien tuottovaatimus</b> <b>Alhaisempi vieraan pääoman kustannus</b>	<b>Maine ja brändi</b> <b>Asiakkaiden houkuttelu</b> <b>Työntekijöiden houkuttelu</b>	<b>Sääntely kannustaa vastuullisuustoimien parantamiseen</b> <b>Investoinnit ja kulutus kohdistuisi vastuullisena miellettyyn toimintaan</b>

Kuvio 4 Yritys vastuuraportoinnin merkitykset (taloustieteelliset teoriat)

Taloustieteellisten teorioiden (agenttiteorian) avulla löydettäviä merkityksiä yritys vastuuraportoinnille on havainnollistettu yllä olevassa kuviossa 4. Yritys voi ensinnäkin ajaa osakkeenomistajien etuja ja tavoitella taloudellisia hyötyjä yritys vastuuraportoinnin kautta. Nämä taloudelliset hyödyt aiheutuisivat parantuneen maineen ja luottamuksen kautta, joiden avulla yritys voisi houkuttaa niin asiakkaita kuin työntekijöitäkin. (Huang & Watson 2015, 7.) Toisaalta agenttisuhteen päämiehet voivat vaatia yritykseltä läpinäkyvää ja laadukasta vastuullisuusinformaatiota (Mio ym. 2020), jolloin yritys pyrkii raportoinnilla vähentämään markkinoilla olevaa informaation epäsymmetriaa (Mio ym. 2020; Haji ym. 2023). Siten yritykselle voi olla saatavilla hyötyjä myös alhaisempien pääoman kustannuksien muodossa (Christensen ym. 2021). Taloudelliset hyödyt yritys vastuuraportoinnista seuraisivat siten välillisesti.



Yritysvastuuraportointi voisi siten merkitä taloudellisia etuja esimerkiksi alhaisempien rahoituksen kustannuksien kautta. Erityisesti tämä seikka korostuisikin taksonomia-asetuksen mukaisen yrityksen toiminnan ympäristökestävyyden raportoinnissa. Esimerkiksi Valtioneuvoston (2021) tiedotteessa todetaan, että yritysten erilaisten hankkeiden ”ilmastomyönteisyys voi vaikuttaa hankkeen saaman rahoituksen hintaan”.

Toisaalta myös muun muassa Hajin ym. (2023) esittämä taloustieteellisten teorioiden seuraus yritysvastuuraportoinnista on huomionarvoinen. Yritysvastuuraportointivelvoitteet lisäisivät yritysten todellisia vastuullisuustoimia (Haji ym. 2023), sillä markkinoilla lisääntyneen informaation myötä kulutus ja investoinnit kohdistuisivat entistä enemmän vastuullisiin yrityksiin (Cormier ym. 2015). Siten yrityksillä olisi myös lisääntyvän sääntelyn myötä kannustin lisätä vastuullisuustoimiaan ja raportoida niistä.

### **2.3.2 Sidosryhmäteoria**

Sidosryhmäteorian (stakeholder theory) esitteli alun perin Freeman vuonna 1984. Se perustuu ajatukseen yrityksestä osana laajempaa yhteiskuntaa (Haji ym. 2023). Sidosryhmäteoriaa on usein tarjottu vaihtoehdoksi osakkeenomistajien etua painottaville taloustieteellisille teorioille (”shareholder theory”), joita on kritisoitu siitä, että ne usein jättävät huomiotta muut sidosryhmät kuin osakkeenomistajat. Sidosryhmäteoria keskittyykin seuraaviin kysymyksiin: ketkä kuuluvat yrityksen sidosryhmiin, millaisia intressejä heillä on yritystä kohtaan ja kuinka yrityksen johto voisi huomioida nämä ryhmät osana liiketoimintapäätöksiä. (Alam 2006, 207–208.) Sidosryhmäteorian tarkoituksena ei ole kuitenkaan hylätä osakkeenomistajien eduista huolehtimista – ennemminkin tarkoituksena on integroida myös muiden sidosryhmien tarpeet määritelmään yrityksen toiminnan tarkoituksesta. (Freeman ym. 2010.)

Yrityksen sidosryhmiä ovat ”tahot, joihin yritys vaikuttaa tai voi vaikuttaa omalla toiminnallaan, ja tahot, jotka omalla toiminnallaan vaikuttavat tai voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan joko suoraan tai epäsuorasti” (Harmaala & Jallinoja 2013, 65). Lisäksi sidosryhmiä voidaan jakaa riippuen niiden asemasta suhteessa yritykseen. Harmaalan & Jallinojan (2013, 65) esittämän erittelyn mukaan sidosryhmät voidaan jakaa yhteiskunnallisiin, taloudellisiin ja sisäisiin sidosryhmiin. Yrityksen sisäiset sidosryhmät muodostuvat

yrittäjien omistajista, johdosta ja henkilökunnasta, ja nämä ryhmät ovat kiinteässä suhteessa yrityksiin antamalla varallisuuttaan ja työpanostaan yrityksen käyttöön. Sisäisiä sidosryhmiä pidetäänkin usein yrityksen tärkeimpinä sidosryhminä. (Harmaala & Jallinoja 2013.)

Yrityksen taloudelliset eli liiketoimintasidosryhmät ovat sellaisia ryhmiä, joilla on jokin taloudellinen yhteys yritykseen. Näitä ovat muun muassa kumppanit, alihankkijat, asiakkaat ja luotonantajat. Myös näillä sidosryhmillä on tärkeä rooli yrityksen menestymisen kannalta – lopulta esimerkiksi asiakkaiden kysyntä ratkaisee yrityksen menestyksen, ja ilman luotettavia kumppaneita yrityksen toiminta voi muodostua hankalaksi. (Harmaala & Jallinoja 2013, 65.) Yrityksen yhteiskunnallisilla sidosryhmillä Harmaala & Jallinoja (2013, 65) viittaavat ryhmiin, joilla ei ole suoraa taloudellista sidettä yritykseen. Näillä ryhmillä on kuitenkin usein jokin intressi yrityksen suhteen, ja heitä ovat muun muassa julkishallinnon toimijat, kansalaisjärjestöt ja media. Lisäksi erityisesti valmistavan teollisuuden alalla tehtaiden lähialueen asukkaat ovat merkittävä sidosryhmä. Yhteiskunnallisilla sidosryhmillä voi olla myös paljon vaikutusvaltaa yrityksen toimintaympäristöön, kuten esimerkiksi ammattiliitoilla, kilpailijoilla ja toimialajärjestöillä. (Harmaala & Jallinoja 2013, 65.)

Sidosryhmäteoria ei ole yksi yhtenäinen teoria, vaan senkin sisältä on eroteltavissa eri suuntauksia. Teoriaa voidaan tarkastella kahtena pääsuuntauksena, joita voidaan kutsua instrumentaaliseksi ja normatiiviseksi suuntaukseksi. (Alam 2006, 210.) Instrumentaalinen sidosryhmäteoria pitää sidosryhmien huomioimista välineenä parantaa yrityksen suorituskykyä (Jones 1995, 422), kun taas normatiivinen sidosryhmäteoria tarkastelee eri sidosryhmien etujen tärkeyttä itsessään, riippumatta mistään saavutettavista hyödyistä. Normatiivisen suuntauksen mukaan jokaisella sidosryhmällä on luontainen arvo yritykselle huolimatta siitä, millaista valtaa tai vaikutusmahdollisuuksia kyseisellä ryhmällä on. (Alam 2006, 210.)

Weitznerin & Deutschin (2019, 695) mukaan sidosryhmäteorian instrumentaalinen suuntaus, jossa keskitytään yrityksen (taloudellisen) suorituskyvyn parantamiseen, kehitettiin vastaukseksi kysymyksiin taloudellisten etujen saavuttamisesta. Heidän mukaansa instrumentaalinen sidosryhmäteoria oli vastaus kompromissiongelmaan moraalisesti hyväksyttävien johtamistapojen ja taloudellisesti kannattavien toimenpiteiden välillä.

Weitznerin & Deutschin (2019, 695) mukaan aikaisemmin on esitetty, että mikäli sidosryhmien huomioiminen johtaisi yrityksen taloudellisen tuloksen kannalta epäsuotuisiin tilanteisiin, ei sidosryhmäteorian laajamittainen integrointi yritysten johtamiskäytäntöihin olisi mahdollista. Instrumentaalinen sidosryhmäteoria esittääkin, että yrityksen ja sen sidosryhmien välinen luottamus ja yhteistyö loisi yritykselle kestävästä kilpailuetua suhteessa niihin yrityksiin, jotka eivät integroi sidosryhmäajattelua johtamiskäytäntöihinsä (Alam 2006, 210; Jones, Harrison & Felps 2018, 372; Weitzner & Deutsch 2019.)

Weitznerin & Deutschin (2019) mukaan kaikkia sidosryhmäteorian versioita ja suuntauksia yhdistää halu muodostaa uudenlainen narratiivi, joka vastaisi kolmeen liiketoimintaa koskevaan ongelmaan: 1) miten liiketoiminnalla luodaan arvoa; 2) miten yhdistää eettiset toimintatavat ja kapitalismi; sekä 3) miten auttaa yritysjohtajia suhtautumaan johtamiseen siten, että kaksi edeltävää ongelmaa otetaan huomioon. Näihin kysymyksiin vastaamalla sidosryhmäteoria pyrkii arvioimaan uudelleen, miten meidän tulisi yhteiskuntana suhtautua kapitalismiin (Freeman ym. 2010, 280; Weitzner & Deutsch 2019, 695).

Vaikka sidosryhmäteoriaa ei ole varsinaisesti kehitetty tarkastelemaan yritysvastuun ilmiötä, on esimerkiksi yritysvastuun määritelmässä nähtävillä sidosryhmäteorian merkkejä; yrityksen tulisi huomioida toiminnassaan osakkeenomistajien taloudellisen edun lisäksi myös laajemmin yrityksen vaikutuksia muihin sidosryhmiin (Freeman ym. 2010). Eri sidosryhmillä on erilaisia odotuksia koskien organisaation vastuullisuutta. Sidosryhmät ottavat erilaisia rooleja ja sitoutuvat erilaisiin toimiin yrittäessään vaikuttaa organisaation vastuullisuuteen (Aguinis & Glavas 2012, 936). Yrityksen on kuitenkin hankalaa, ellei mahdotonta, täyttää kaikkien sidosryhmiensä tarpeita (Alam 2006, 212). Sidosryhmäteorian ajatuksena onkin, että yrityksen johtamisstrategian tulisi toimia tasapainottavana mekanismina eri sidosryhmien vaatimusten ja tarpeiden keskellä; yrityksen tulisi löytää keinoja ottaa huomioon tasaisesti eri sidosryhmien vaatimukset ja odotukset yritystä kohtaan. (Freeman ym. 2010, 237.)

Freeman ym. (2010) kritisoivat monia yritysvastuuta koskevia tutkimuksia erityisesti siitä, että heidän mielestään usein yritysvastuun konseptia tarkastellaan irrallisena yrityksen varsinaisesta liiketoiminnasta ja sen johtamisesta. Heidän mukaan yrityksen johtamista tulisikin tarkastella toimintona, joka itsessään sisältää eettisiä ja moraalisia ulottuvuuksia. Siten myös sidosryhmänäkökulman ja vastuullisuuden integroiminen osaksi

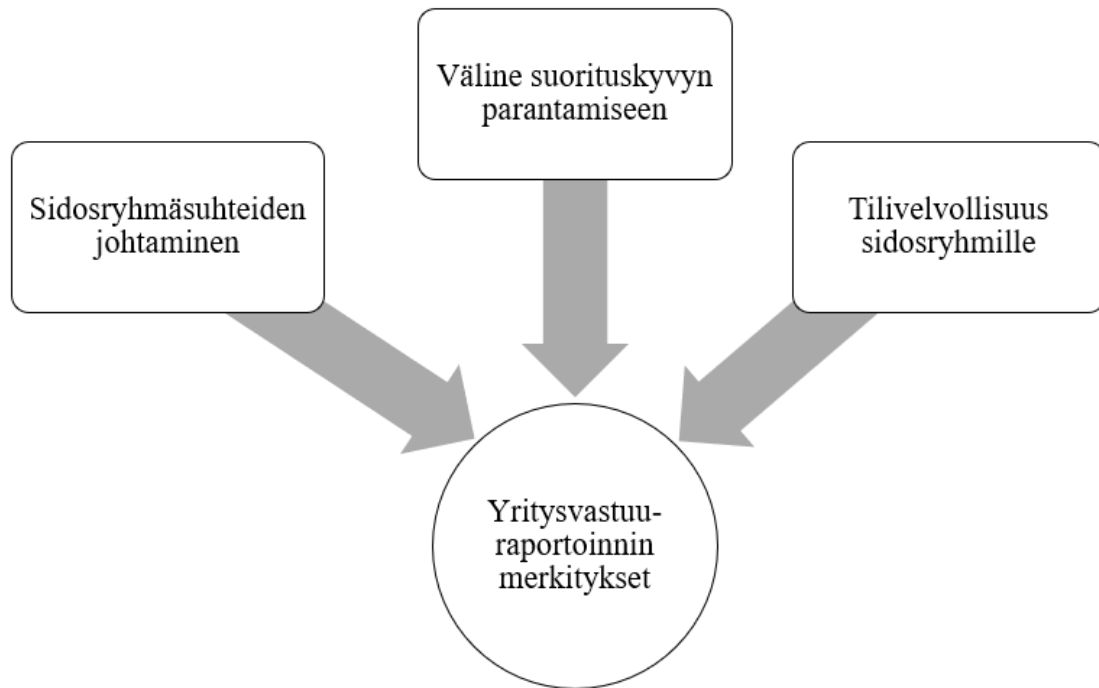
johtamisen funktiota on sidosryhmäteorian ytimessä. Sidosryhmäteoriaa voisikin pitää erityisesti johtamisen teoriana (Donaldson & Preston 1995, 87).

Yritysvastuu ja sidosryhmäteoria linkittyvät toisiinsa monessa kohdassa. Jo yritysvastuun varhaisissa määritelmässä nousee esille ajatus siitä, että osakkeenomistajien etujen lisäksi yrityksen tulisi tarkastella laajemmin vastuutaan yhteiskuntaa kohtaan (ks. esim. Frederick 1960, 60; Carrol 1979; Amin-Chaudhry 2016, 192). Myös sidosryhmäteorian tarkoituksena on ollut haastaa käsitystä osakkeenomistajien edun priorisoimisesta, ja keskittyä nimenomaan laajemman joukon intressien huomioimiseen (Freeman ym. 2010, 242). Sidosryhmäteorian linkittämistä vastuullisuusraportointiin Freeman ym. (2010) lähestyvät tilivelvollisuuden käsitteen kautta; Grayn (2001, 11) mukaan tilivelvollisuus on ”sen tunnistamista, mistä [yritys] on vastuussa. Tämän jälkeen näistä seikoista tulee raportoida niille, joilla on oikeus tähän informaatioon.” Tämän näkökulman mukaan vastuullisuusraportointi kumpuaa velvollisuudesta raportoida taloudellisen informaation lisäksi myös muista seikoista. Vastuullisuusraportin luonne usein julkisena ja vapaasti saatavilla olevana dokumenttina viestisi juurikin siitä, että oikeus tähän informaatioon on laajasti kaikilla yrityksen sidosryhmillä huolimatta esimerkiksi yksilön tai ryhmän taloudellisesta tai muunlaisesta panoksesta yrityksen toimintaan.

Sidosryhmäteorian tarjoamia näkökulmia vastuullisuusraportoinnin merkityksille on havainnollistettu tiivistetysti kuviossa 5. Yksi keskeinen sidosryhmäteorian ajatus on sidosryhmäsuhteiden johtaminen, jossa johtamisstrategia toimisi eri sidosryhmien tarpeita tasapainottavana mekanismina (Freeman ym. 2010). Vastuullisuusraportti voitaisiinkin nähdä keinona tasapainotella eri sidosryhmien – kuten esimerkiksi sijoittajien, asiakkaiden, kansalaisjärjestöjen ja ammattiliittojen – tarpeiden välillä.

Toisaalta esimerkiksi instrumentaalinen sidosryhmäteoria tarkastelee sidosryhmäajattelua välineenä parantaa yrityksen suorituskykyä (Jones 1995). Alamin (2006, 210) mukaan instrumentaalinen sidosryhmäteoria ehdottaa, että suorituskyvyn paraneminen juontaa keskinäisestä luottamuksesta ja yhteistyöstä yrityksen ja sen sidosryhmien välillä. Tätä luottamusta ja yhteistyötä voitaisiin tavoitella juuri vastuullisuusraportoinnilla. Kolmas sidosryhmäteorian antama merkitys vastuullisuusraportoinnille on tilivelvollisuuden täyttäminen, joka juontaa normatiivisen sidosryhmäteorian mukaisesta ajatuksesta, jossa

tunnistetaan kaikkien sidosryhmien arvokkuus (Alam 2006, 210), ja toisaalta näiden ryhmien oikeus saada informaatiota yrityksen toiminnasta (Gray 2001, 11).



Kuvio 5 Yritysvastuuraportoinnin merkitykset (sidosryhmäteoria)

Sidosryhmäteoriaa koskeva tutkimus ja kirjallisuus on erittäin laajaa ja sen ympärillä käytävästä keskustelusta on tässä tutkielmassa esitetty vain muutamia tutkielman kannalta mielenkiintoisimpia näkökulmia. Sidosryhmäteoria antaa useita eri näkökulmia yritysvastuun ja vastuullisuusraportoinnin tarkasteluun, ja se sijoittuu ajatuksiltaan taloustieteellisten teorioiden ja seuraavaksi esitettävän legitimizeettiteorian välimaastoon.

### 2.3.3 Legitimizeettiteoria

Khanin ym. (2020) artikkelin mukaan yleisimmin käytetty teoria vastuullisuusraportoinnin kontekstissa on legitimizeettiteoria. Legitimizeettiteoria tarjoaa mahdollisia motiiveja yritysvastuuraportin julkaisemiselle (Khan ym. 2020, 1406), ja sen käyttö onkin vakiintunut aikana, jolloin yritysvastuuraportointi oli pitkälti vapaaehtoista. Toisaalta sitä käytetään edelleen, vaikka raportointi on muuttunut monissa maissa velvoittavaksi (Haji ym. 2023, 6). Toisin kuin taloustieteelliset teoriat, legitimizeettiteoria ei tee oletusta rationaalisista, hyötyä maksivoivista yksilöistä, jotka toimivat tehokkailla markkinoilla (Reverte

2009, 354). Legitimiteettiteoria pohjautuu ajatukseen, jossa yritystä tarkastellaan suhteessa sitä ympäröivään yhteiskuntaan ja eri sidosryhmien suunnalta tuleviin odotuksiin (Haji ym. 2023). Toimiessaan osana yhteiskuntaa, organisaatio sekä saa vaikutteita että vaikuttaa itse ympäröivään maailmaan (Deegan 2006, 161).

Legitimiteettiteoria pohjautuu olennaisesti legitimitietin käsitteeseen. Lindblom (1994, 2) määrittelee legitimitietin olevan ”tila, joka on olemassa, kun yrityksen arvojärjestelmä on yhdenmukainen sen laajemman yhteiskunnan arvojärjestelmän kanssa, jonka osana se [yritys] toimii. Kun näiden kahden arvojärjestelmän välillä on todellinen tai potentiaalinen ero, yhteisön legitimitietti on uhattuna.” (Deegan 2006, 162.) Suchman (1995, 574) puolestaan määrittelee organisaation legitimitietin olevan ”yleistetty oletus siitä, että organisaation toimet ovat linjassa jonkin sosiaalisesti konstruoituneen järjestelmän normien, arvojen, uskomusten ja määritelmien kanssa.” Legitimiteetillä tarkoitetaan siis organisaation ansaitsemaa ’statusta’, jonka se voi saavuttaa toimimalla sitä ympäröivän yhteiskunnan määrittämien yleisesti hyväksytyjen periaatteiden mukaisesti.

Legitimiteetti on riippuvainen ajasta ja paikasta. Tietynä aikana legitimiiksi arvioitu toiminta ei välttämättä ole sitä esimerkiksi jollakin toisella vuosikymmenellä. Lisäksi legitimitietti on paikkasidonnainen, eli riippuvainen siitä yhteiskunnasta (esimerkiksi valtiosta), jossa organisaatio toimii. (Deegan 2006, 162–163.) Säilyttääkseen legitimitiettinsä yritysten on muutettava toimintaansa samalla kun yhteiskunnan normit, arvot ja uskomukset muuttuvat. Yritysvastuun määritelmässä nousee yleensä esiin yhteiskunnan odotukset siitä, että yritys integroi vastuullisuusteemoja omaan toimintaansa laajemmin, kuin mitä lainsäädäntö edellyttää (ks. esim. McWilliams & Siegel 2001; Huang & Watson 2015; Amin-Chaudhry 2016; Jackson ym. 2020; Christensen ym. 2021). Lainsäädäntö kehittyy usein jälkijunassa verrattuna yhteiskunnan muuttuviin arvoihin (Laine ym. 2022, 35), ja siksi yritysten tulisi sopeuttaa toimintaansa siten, että se säilyttäisi legitimitiettinsä yhteiskunnan odotuksien muuttuessa. Toisaalta oletus organisaation legitimitietistä nähdään joustavana; yksittäisten hyväksyttävistä poikkeavien toimien vuoksi organisaatio voi säilyttää legitimitiettinsä, mikäli yhteiskunta arvioi nämä toimet poikkeukselliseksi ja legitimitietin historiallisesti arvioiden hyväksi (Suchman 1995, 574).

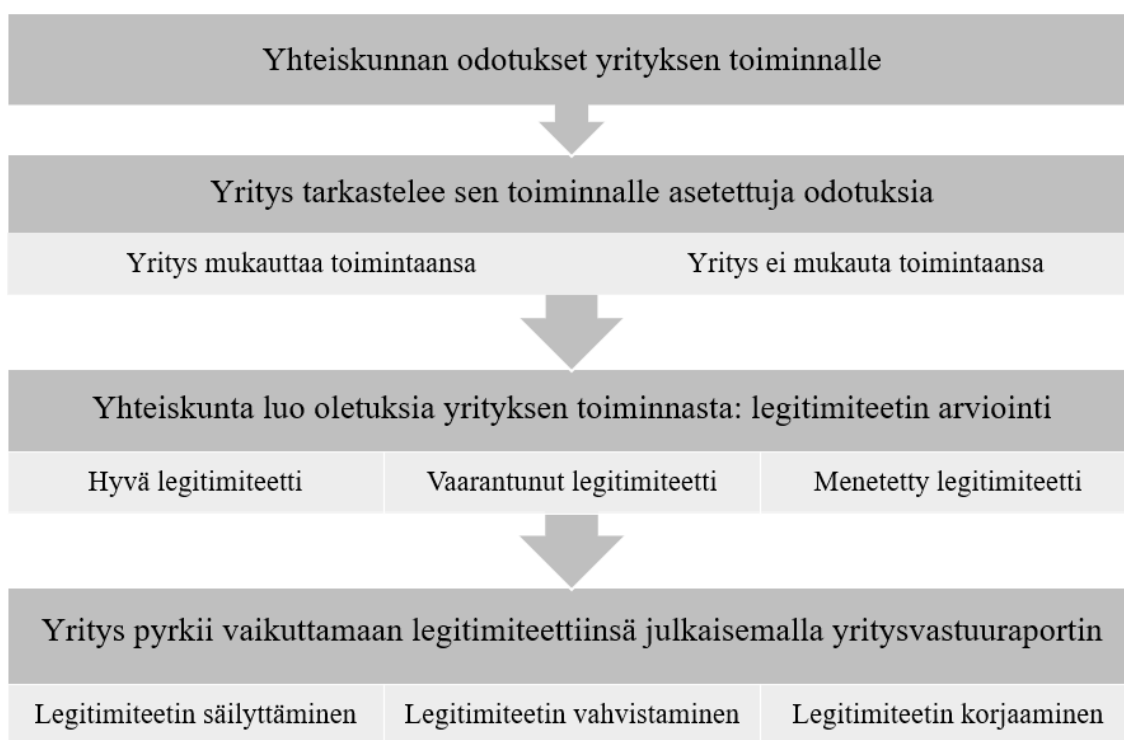
Legitimiteetin ollessa uhattuna on myös koko organisaation olemassaolo vaarassa; jos yhteiskunta kyseenalaistaa organisaation legitimitietin, silloin resurssien saaminen

vaikeutuu. Organisaation on tällöin haastavampaa saada käyttöönsä pääomaa, työntekijöitä, asiakkaita ja niin edelleen. (Deegan 2006, 163.) Parsonsin (1960) mukaan legitimizeetti ylläpitää liiketoiminnan jatkuvuutta, sillä yhteiskunta tarjoaa resursseja todennäköisimmin yrityksille, jotka näyttävät houkuttelevina, kunnollisina tai soveliaina (Suchman 1995, 574). Lisäksi legitimizeetin menetys tai vaarantuminen voi aiheuttaa esimerkiksi kuluttajien tai aktivistien boikotteja tai protesteja, yrityskumppaneiden kiinnostus yhteistyöhön voi laskea tai yritys voi saada negatiivista julkisuutta eri mediakanavissa (Laine ym. 2022, 37). Jo Sethi (1978) esitti artikkelissaan, että legitimizeettikuilun syntymiseen voi vaikuttaa mediassa julkaistavat tiedot yritysten toiminnasta. Nykypäivänä esimerkiksi sosiaalinen media onkin kanava, jossa monet aktivistit nostavat herkästi esille organisaatioiden toiminnassa havaitsemiaan epäkohtia. Lisäksi yhteiskunnassa voidaan alkaa vaatia esimerkiksi veroja tai lainsäädäntöä, joita kohdistetaan legitimizeettinsä vaarantaneeseen yritykseen, sen toimialaan tai toimintaan (Deegan 2002, 293). Siksi organisaation on tärkeää jatkuvasti tarkkailla yhteiskunnan asettamia odotuksia ja linjata omaa toimintaansa niiden mukaiseksi.

Legitimeettiteorian mukaan organisaatioilla ei ole välttämättä mitään synnynnäistä oikeutta erilaisiin resursseihin, kuten raaka-aineisiin ja työntekijöihin, tai edes olemassaoloonsa. Sen sijaan yrityksen toiminta pohjautuu niin kutsuttuun 'yhteiskunnalliseen sopimukseen' (social contract) organisaation ja yhteiskunnan välillä, joka määrittelee niitä yhteiskunnallisia odotuksia ja normeja, joiden mukaan organisaation on toimittava säilyttääkseen legitimizeettinsä. (Deegan 2006, 167.) Mathews (1993, 26) mukaan yhteiskunnallinen sopimus asettaa raamit organisaation toiminnalle, ja se muodostuu yrityksen ja yhteiskunnan yksilöllisten jäsenten välille. Hänen mukaansa yhteiskunta (yksilöiden muodostamana kollektiivina) tarjoaa yrityksille niiden oikeudellisen aseman, ominaisuudet ja valtuuden omistaa ja käyttää luonnonvaroja sekä palkata työntekijöitä. Yritykset käyttävät hyväkseen yhteiskunnan resursseja tuottaakseen hyödykkeitä, mutta samalla ne tuottavat myös päästöjä ja jätteitä yhteiseen ympäristöön. Yrityksillä ei ole synnynnäistä oikeutta näihin etuihin, ja salliakseen yritysten olemassaolon, yhteiskunta odottaa niiden toiminnan tuottamien hyötyjen ylittävän negatiiviset vaikutukset yhteiskuntaan. (Deegan 2002, 292.)

Lindblomin (1994, 3) mukaan legitimizeettikuilulla tarkoitetaan tilannetta, jossa yrityksen toiminta poikkeaa yhteiskunnan odotuksista. Vaikka yritysten toiminta pysyisi

muuttumattomana, voi legitimizeeritikuilu syntyä yhteiskunnan odotuksien muuttuessa. (Deegan, 2006, 163.) Legitimizeetti voi myös olla uhattuna, vaikka organisaation toiminta olisi hyvin linjassa yhteiskunnan odotuksien kanssa. Tämä voi johtua siitä, että organisaatio ei ole onnistunut viestimään oman toimintansa hyväksyttävyydestä tarpeeksi. Legitimizeetin oletetaan muodostuvan tiedon julkaisemisen kautta, koska legitimizeetti pohjautuu yhteiskunnan muodostamiin oletuksiin yrityksen toiminnasta. (Deegan 2006, 164.) Yrityksen toiminnan sekä toiminnassa tapahtuvien muutoksien tulee siis olla näkyviä niitä arvioivalle yleisölle. Tietoa julkaisemalla yritys voi vaikuttaa legitimizeettiin erilaisissa tilanteissa; saavuttaakseen legitimizeetin, ylläpitääkseen saavutettua legitimizeettiä tai korjatakseen legitimizeettiä, joka on uhattuna (Deegan 2006, 165).



Kuvio 6 Yritysvastuureportoinnin merkitykset (legitimizeettiteoria)

Kuviossa 6 on kuvattu prosessia, jossa yhteiskunta muodostaa kuvan yrityksen legitimizeetistä ja yritys reagoinnista. Yhteiskunta muodostaa odotukset yrityksen toiminnalle, ja vertaa sitä oletuksiin yrityksen toiminnan luonteesta muodostaen näin näkemyksen yrityksen legitimizeetistä. (Deegan 2006, 163; Suchman 1995, 574.) Legitimizeetti ei siten heijasta välttämättä yrityksen todellista toimintaa, vaan nimenomaan yhteiskunnan oletuksia ja tulkintoja siitä, miten yritys käyttäytyy ja käyttää resursseja (Laine ym. 2022, 38). Legitimizeetti on luonteeltaan *tulkinta* yrityksen toimien hyväksyttävyydestä



(Deegan 2006, 163). Yritys voi siten vaikuttaa legitimizeettiinsä vaikuttamalla omasta toiminnastaan tehtyihin tulkintoihin ja oletuksiin. Yritysvastuuraportointi voidaan nähdä yhtenä tärkeistä keinoista, jolla yritys voi hallita sidosryhmien käsityksiä yrityksestä osana yhteiskuntaa (Deegan, 2002, 292).

Ajatellaan, että julkaisemalla positiivista informaatiota yrityksen vastuullisuustoimista ja tavoitteista, yritys voi hallita mainettaan ja säilyttää legitimizeettinsä. Koska ulkoisilla sidosryhmillä ei yleensä ole pääsyä tarkastelemaan raportoitujen tietojen luotettavuutta, jää tulkinnat yrityksen vastuullisuudesta niiden itsensä raportoiman tiedon varaan (Laine, 2022, 38). Yritykset voivat siis julkaista omasta toiminnastaan kertovia kohdennettuja raportteja, joilla ne pyrkivät perustelevaan oman toimintansa hyväksyttävyyttä. Yritysvastuuraportit ovat juuri tällaisia.

## **2.4 Yritysvastuuraportin symbolinen käyttö**

Yritysvastuuraportointia voidaan tarkastella erityisesti kahdesta näkökulmasta. Näitä näkökulmia ovat yritysvastuuraportin symbolinen käyttäminen ja 'todellinen tilivelvollisuus' (substantive response). (Rodrigue, Magnan & Cho 2013; Shabana & Ravlin 2016, 299; Haji ym. 2023, 192.) Symbolisella lähestymistavalla tarkoitetaan tilannetta, jossa yritys luo kuvaa itsestään vastuullisena toimijana täyttääkseen sidosryhmiensä odotukset, ilman, että yritys todellisuudessa muuttaisi toimintaansa vastuulliseksi. (Merkl-Davies & Brennan 2007; Rodrigue ym. 2013; Shabana & Ravlin 2016; García-Meca & Martínez-Ferrero 2021). Symbolista vastuullisuusraportointia voidaan kuvata luonteeltaan valikoivaksi ja yrityksen oman edun tavoitteluksi (Dierkes & Berthoin Antal 1986; Shabana & Ravlin 2016). Symbolinen vastuullisuusraportointi käsitteenä juontaa legitimizeettiteoriasta; tilanteesta jossa yritys pyrkii vaikuttamaan yhteiskunnan oletuksiin sen toiminnan luonteesta – muuttamatta toimintaansa todellisuudessa yhteiskunnan normeja ja arvoja vastaavaksi (Haji ym. 2023).

Toinen lähestymistapa yritysvastuuraportointiin on sen tarkastelu 'todellisen tilivelvollisuuden' toteuttajana. Grayn, Adamsin ja Owenin (2014) mukaan raportoinnin on ajateltu olevan muun muassa väline, jonka avulla yritykset toteuttavat tilivelvollisuuttaan

yhteiskunnalle kertomalla avoimesti yrityksen vastuullisuuteen liittyvistä teemoista. Myös sidosryhmäteorian kautta on havaittavissa näkemys tilivelvollisuudesta, kuten Freeman ym. (2010, 242) esittävät. Tilivelvollisuus on Grayn (2001, 11) mukaan niistä asioimista raportoimista, joista yritys on vastuussa tunnistamilleen ryhmille. Yritysvastuuraportin luonne julkisena raporttina viittaakin sen olevan tärkeä monelle eri sidosryhmälle. Myös lainsäädännön, esimerkiksi kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464/EU) valmistelussa tuodaan esiin laajasti eri sidosryhmien tietotarpeita koskien yritysten toimintaa ja riskejä liittyen vastuullisuuden eri ulottuvuuksiin.

Aurelin ym. (2020, 5) mukaan yritysvastuuraportoinnin sääntelylle on tarvetta, sillä sääntelemättömyys hankaloittaa vertailukelpoisuutta ja antaa liikaa tilaa symbolisille yritysvastuuraportteille. Symboliset yritysvastuuraportit heikentävät luottamusta vastuullisuusinformaatiota kohtaan. Yritysvastuuraportin symbolinen käyttö yhdistetään usein julkaisutavan raportin verrattain huonoon laatuun ja riskiin niin kutsutusta viherpesusta. Huono laatu ilmenee esimerkiksi vuodesta toiseen käytettävänä vakiomuotoisena tekstinä. Lisäksi merkkejä huonosta laadusta ja symbolisesta yritysvastuuraportin käytöstä on muun muassa valikoiva ja suppea raportointi vastuullisuuden eri osa-alueista tavalla, joka pyrkii muokkaamaan kuvaa yrityksen vastuullisuudesta positiiviseen suuntaan. (Haji ym. 2023.)

Yritysvastuuraportoinnin on todettu olevan suurelta osin symbolista (Haji ym. 2023). Muutamia tutkimuksia lukuun ottamatta on olemassa suuri määrä evidenssiä siitä, että yritykset käyttävät yritysvastuuraportteja legitimizeettiteorian mukaisina symbolisina vastauksina yhteiskunnan paineisiin (Michelon, Pilonato & Ricceri 2015; Haji ym. 2023). Myös Deeganin (2019) mukaan monissa tutkimuksissa on todettu, että yritykset käyttävät yritysvastuuraportteja hallinoidakseen legitimizeettiään yhteiskunnan ja eri sidosryhmien silmissä. Myös esimerkiksi Reverte (2009, 359) totesi tutkimuksessaan, että legitimizeettiteoria oli kaikista relevantein teoria ennustamaan espanjalaisten listayritysten yritysvastuuraportointikäytäntöjä. Yritykset reagoivat yritysvastuuraporteillaan julkiseen (media)huomioon ja pyrkivät säilyttämään tai saavuttamaan legitimizeettiä. Michelon ym. (2015) totesivat tutkimuksessaan, että Lontoon pörssissä listatut yritykset käyttävät yritysvastuuraporttia työkaluna säilyttääkseen yhteiskunnan silmissä oletetun legitimizeettinsä. Deeganin (2019) mukaan legitimizeettiteoria testaavia tutkimuksia onkin tehty jo niin paljon, ja sen selityskyky todettu jo hyväksi, ettei niitä enää tarvita. Monet

legitimiteettiteoriaa soveltavat tutkimukset sijoittuvat kuitenkin aikaan tai alueeseen, jossa yritysvastuuraportointi on tai on ollut vapaaehtoista.

Raportointivelvoitteiden on myös tarkoitus vähentää yritysvastuuraportin symbolista käyttöä. Yritysvastuuraportointia koskevan sääntelyn lisääntymisestä huolimatta raporttien laatu ja vertailukelpoisuus saavat edelleen kritiikkiä (Bernow, Godsall, Klempner & Merten 2019; Haji ym. 2023, 16). Myös huolta viherpesun esiintymisestä on esitetty toistuvasti (Laine ym. 2022, 85). Toisaalta pakollinen yritysvastuuraportointi on verraten uusi asia; siten myös pakollisen raportin mahdollinen symbolinen käyttö on hyvin uusi tutkimusalue. Lisää tietoa siis tarvitaan siitä, miten pakottavan lainsäädännön muodossa tuleva paine yritysvastuuraportoinnin kehittämiseen muokkaa yritysten asenteita vastuullisuusraportointia kohtaan (Aureli ym. 2020, 5).

Raportointivelvoitteiden vaikutuksia on ehditty jo tutkia jonkin verran, ja raportointivelvoitteiden on joissakin tutkimuksissa todettu lisäävän yritysten todellisia vastuullisuustoimia. Esimerkiksi Fiechter ym. (2022, 1542) toteavat tutkimuksessaan, että EU:n NFR-direktiivin voimaantulon myötä todelliset vastuullisuustoimet kasvoivat yrityksissä, joita kyseinen direktiivi koskee. Myös Haji ym. (2023, 15–16) toteavat kirjallisuuskatsauksessaan, että useissa tutkimuksissa on todettu yritysten vastuullisuuden parantuneen sen jälkeen, kun niiden on lainsäädännön mukaan täytynyt raportoida vastuullisuudestaan. Tämä viittaisi siihen, että raportointivelvoitteet kannustavat parantamaan vastuullisuutta ja vähentäisivät yritysvastuuraportin symbolista käyttöä.

Mio ym. (2020) tutkivat legitimiteettiteorian ja agenttiteorian selityskykyä koskien yritysten julkaisemia yritysvastuuraportteja EU:n NFR-direktiivin voimaan astumisen jälkeen. He totesivat tutkimuksessaan, että legitimiteettiteorian selityskyky yritysvastuuraporttien julkaisemiseen säilyy edelleen raportointivelvoitteen voimaan astumisen jälkeen, tarkoittaen sitä, että yritysvastuuraporttia käytetään strategisena tai symbolisena vastauksena vaarantuneeseen legitimiteettiin. Toisaalta heidän tutkimuksessaan todetaan, että agenttiteorian selityskyky osittain paranee: heidän oletuksensa mukaan yritykset, joiden omistuspohja on hajautuneempi, kärsivät useammin informaation epäsymmetriasta – viitaten agenttiteoriaan. Näin ollen vähentääkseen informaation epäsymmetriaa nämä yritykset julkaisisivat enemmän informaatiota koskien vastuullisuuttaan. Mio ym. (2020)

toteavatkin, että tutkimuksen tuloksien mukaan myös agenttiteorian selityskyky osittain parani.

Haji ym. (2023) esittivät tutkimuksessaan mielenkiintoisia huomioita koskien yritysraporttien laatua ja yritysraportointivelvoitteiden vaikutuksia vastuullisuuden lisääntymiseen. Heidän tutkimuksensa kirjallisuuskatsauksen mukaan yritysraportointivelvoitteet lisäävät julkaistun yritysraportoinnin määrää, mutta julkaistun informaation laatu pysyi matalana useissa maissa, jossa oli astunut voimaan yritysraportointia koskevaa sääntelyä. Informaation huonon laadun he yhdistävät legitimitteettiteorian mukaiseen käsitykseen siitä, että yritysraporttia käytetään enemmänkin symbolisena vastauksena lisääntyvään yhteiskunnalliseen paineeseen, kuin todellisenä osoituksena sitoutumisesta vastuullisuuteen ja sen parantumiseen.

Samassa yhteydessä Haji ym. (2023) toteavat, että heidän kirjallisuuskatsauksen mukaan monissa tutkimuksissa on todettu, että yritysraportointi lisää todellisia vastuullisuustoimia yrityksissä. Heidän mukaansa tässä aiheessa on selkeää tarvetta jatkotutkimukselle, sillä tutkimustuloksissa on selvää ristiriitaa. Kun vastuullisuusraporttien laadun on todettu pysyvän heikkona ja sen kielivän yritysraportin symbolisesta käytöstä, mitä kautta tulkinta yritysten parantuneesta todellisesta vastuullisuussuoriutumisesta saavutetaan?

## **2.5 Yhteenveto teoreettisesta viitekehystä**

Yritysvastuun määritelmän mukaan kokonaisvaltaisesti vastuullinen yritys integroi vastuullisuuden eri osa-alueet aina strategiasta päivittäiseen operatiiviseen toimintaan saakka (Euroopan komissio 2011). Yritysvastuun sisältöä voidaan tarkastella jakamalla vastuullisuus kolmoistilinpäätösmallin mukaisesti kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen (Elkington 1998). Näitä kolmea osa-aluetta voidaan arvioida sekä yhdessä että erikseen, mutta erityisesti näiden kolmen osa-alueen yhteensovittaminen voi tehdä yrityksen vastuullisuuden arvioimisesta hankalampaa (Laine ym. 2022, 15–18).

Yritys voi vastuullisuusraportoinnin avulla jakaa informaatiota päätöksenteon tueksi, erityisesti sijoittajille. Lisäksi raportoinnilla voidaan lisätä oman toiminnan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä, tukea yrityksen johtamisjärjestelmiä ja integroida yritys vastuuta paremmin liiketoimintaan. (Niskala ym. 2019.) Keskeisin suomalaisten yritysten yritys vastuuraportointia sääntelevä taho on Euroopan unioni. Tällä hetkellä pakottavia säädöksiä ovat Euroopan Unionin direktiivi muiden kuin taloudellisten tietojen raportoinnista (Non-Financial Reporting Directive, NFRD, 2014/95/EU) sekä niin kutsuttu taksonomia-asetus (2020/852/EU). Lisäksi EU on hyväksynyt uuden kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464/EU), jota kutsutaan lyhenteellä CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive).

Euroopan unioni on esittänyt lainsäädännön tavoitteiksi yritysten vastuullisuusraporttien laadun ja vertailukelpoisuuden parantamisen sekä yritysten todellisten vastuullisuustoimien kehittymisen. Euroopan komission (2021) mukaan on kuitenkin olemassa runsaasti näyttöä siitä, että NFRD:n myötä yritysten raportoima informaatio ei ole riittävää. Yritysvastuuraportoinnilla pyritään siis kohti aidosti läpinäkyvämpää yritystoimintaa ja todellisten vastuullisuustoimien lisääntymistä. Yritysvastuuraportointia käsittelevissä tutkimuksissa on hyödynnetty useita erilaisia teorioita niin hakemaan syitä raportoinnille kuin tarkastelemaan raportoinnilla saavutettavia hyötyjä. Tutkielmassa käsiteltävät teorit ovat agentti- legitimizeetti- ja sidosryhmäteoria. Nämä kolme teoriaa tarjoavat erilaisia näkökulmia vastuullisuusraportoinnin merkityksille.

Taloustieteelliset teorit, joihin myös agenttiteoria luetaan (Reverte 2009), olettavat, että yritys vastuuraportointivelvoitteet muun muassa lisäävät julkistettavan tiedon määrää, vähentävät informaation epäsymmetriaa markkinoilla sekä saavat aikaan todellisia muutoksia yritysten vastuullisuuteen liittyvässä toiminnassa (Christensen ym. 2021; Haji ym. 2023). Todelliset muutokset yritysten vastuullisuustoimenpiteissä olisivat seurausta varojen käyttöön liittyvästä päätöksenteosta; muun muassa resurssien allokoinnista, kuluksista ja investoinneista (Haji ym. 2023). Pakollisen raportoinnin myötä sidosryhmillä (erityisesti sijoittajilla) on paremmat mahdollisuudet valvoa yritysten toimintaa, jolloin yrityksille syntyy painetta muuttaa toimintaansa (Cormier ym. 2015). Taloustieteelliset teorit (agenttiteoria) painottavat yrityksen toiminnan tarkoituksen olevan osakkeenomistajien etujen maksimoiminen (Haji ym., 2023; McWilliams & Siegel, 2001). Taloustieteellisistä teorioista nouseekin esille sellaisia näkökulmia, joissa vastuullisuusraportointi

voisi osaltaan hyödyttää yritystä myös taloudellisen suorituskyvyn parantamisessa. Keskeisimpiä ovat informaation epäsymmetrian vähentämisen kautta saavutettavat alhaisemmat pääoman kustannukset (Christensen ym. 2021, 1187) ja vastuullisuusraportin kautta saavutettavat maine- ja brändihyödyt, jotka osaltaan voivat auttaa muun muassa asiakkaiden ja työntekijöiden houkuttelussa (Huang & Watson 2015).

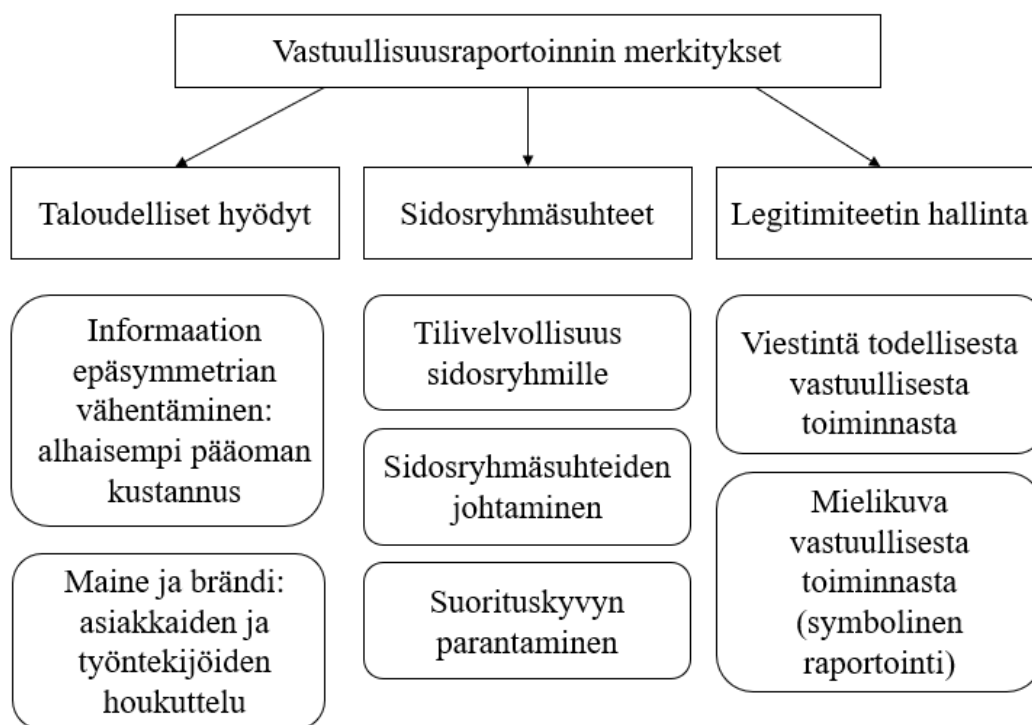
Sidosryhmäteoria sen sijaan tarkastelee sidosryhmien tarpeiden asettamista etusijalle strategiassa ja johtamisessa (Alam 2006, 207–208; Freeman ym. 2010). Instrumentaalisen sidosryhmäteorian mukaan yritys menestyy, kun se huolehtii laajasti eri sidosryhmien tarpeista (Jones 1995; Alam 2006, 210) – mahdollisesti toisistaan poikkeavien eri sidosryhmien asettamien vaatimuksien välillä tasapainoilu on sidosryhmäteorian ytimessä (Freeman ym. 2010, 237). Teoriaa voisikin oikeastaan tulkita lähinnä johtamisen teoriaksi (Donaldson & Preston 1995). Yritysvastuuraportoinnin kontekstissa sidosryhmäteoria linkittyy myös sidosryhmien oikeuteen saada informaatiota niistä asioista, joista yritys tulkitaan olevan oman toimintansa osalta vastuussa (Gray 2001, 11; Alam 2006, 210).

Legitimiteettiteoria sen sijaan tarkastelee yritysten motiiveja julkaista yritysvastuuraportti (Khan ym. 2020, 1406). Legitimiteettiteoria pohjautuu ajatukseen, jossa yritykselle on ensiarvoisen tärkeää säilyttää yhteiskunnaltaan saamansa legitimiteetti. Legitimiteetillä tarkoitetaan yleistettyä oletusta – ’statusta’, jonka yritys ansaitsee, kun yhteiskunta arvioi sen toimivan niiden normien, arvojen ja uskomusten mukaisesti, jota yhteiskunta yrityksen toiminnalle asettaa (Suchman 1995, 574). Yritykset pyrkivät säilyttämään legitimiteettinsä käyttämällä erilaisia strategioita. Yritykset voivat julkaista omasta toiminnastaan kertovia kohdennettuja raportteja, joilla ne pyrkivät perustelemaan oman toimintansa hyväksyttävyyttä. Yritysvastuuraportit ovat juuri tällaisia. Legitimiteettiteorian mukaan yritysvastuuraportin julkaiseminen on siis väylä viestiä yrityksen toiminnasta siten, että yrityksen legitimiteetti joko säilyy, korjaantuu tai se saavutetaan. (Deegan 2002; Deegan 2006.)

Legitimiteettiteorian kautta eräs keino tulkita vastuullisuusraportointia on sen mahdollinen symbolinen käyttö (Rodrigue ym. 2013, 108–109; Shabana & Ravlin 2016, 299; Haji ym. 2023, 192). Symbolinen vastuullisuusraportointi tarkoittaa tilannetta, jossa yritys raportoi viherpesun muodossa heikosta vastuullisuussuoriutumisestaan siten, että se näyttäytyisi todellisuutta vastuullisempänä toimijana (Shabana & Ravlin 2016). Toisaalta

symbolisen raportoinnin vastakohtana on vastuullisuusraportin käyttö 'todellisen tilivelvollisuuden' toteuttajana, jossa yritys raportoi luotettavaa ja todenmukaista informaatiota omasta vastuullisuussuoriutumisestaan (Shabana & Ravlin 2016). Molemmat vastuullisuusraportoinnin muodot voidaan nähdä pyrkimyksenä vaikuttaa yrityksen legitimitettiin.

Monissa tutkimuksissa on todettu yritysraportoinnin olevan paljolti huonolaatuista (Haji ym. 2023) ja symbolista (Deegan 2019). Myös viherpesun esiintymisestä kannetaan paljon huolta (Laine ym. 2022, 85). Toisaalta on epäselvää, millä tavalla yritysraportointia koskeva sääntely vaikuttaa symboliseen yritysraportointiin, jonka vuoksi aiheesta tarvitaan lisää tutkimustietoa (Aureli ym. 2020, 5).



Kuvio 7 Vastuullisuusraportoinnin merkitykset hyödynnettyjen teorioiden mukaan

Agentti-, legitimitetti- ja sidosryhmäteoria tarkastelevat yritys vastuuta ja yritysraportointia eri näkökulmista. Teorioiden pohjalta on löydettävissä erilaisia merkityksiä yritysraportoinnin julkaisemiselle, jotka on esitetty tiivistetysti kuviossa 7.

## 3 EMPIIRISEN OSUUDEN TOTEUTUS

Tässä pääluvussa käsitellään tutkielman empiirisen osuuden toteuttamista. Ensimmäisessä alaluvussa käsitellään empiirisen aineiston keruuta, käsittelyä ja analyysia. Tutkielman aineisto kerättiin teemahaastatteluilla ja aineiston analyysimenetelmänä oli teoriaohjaava sisällönanalyysi. Toisessa alaluvussa käsitellään empiirisen aineiston lähteitä, eli tarkastellaan tutkimuskohdetta ja empiirisen aineiston keräämistä käytännössä. Kolmannessa alaluvussa arvioidaan tutkielman luotettavuutta.

### 3.1 Aineiston keruu, käsittely ja analysointi

Tässä alaluvussa tarkastellaan aineiston keräämistä, käsittelyä ja analysointia. Tutkielma toteutetaan laadullisena tutkimuksena käyttäen toiminta-analyyttistä tutkimusotetta. Laadulliselle tutkimukselle on ominaista, että tutkijan tavoitteena on ymmärtää tutkittavien henkilöiden tutkittavalle ilmiölle antamia merkityksiä. Laadullisen tutkimuksen aineistoa ei kerätä laboratorio-olosuhteissa, vaan tutkittaville henkilöille ominaisessa ympäristössä esimerkiksi keskustelemalla ja havainnoimalla. (Creswell 2023, 171.) Laadullisessa tutkimuksessa tutkija kerää aineiston ja tulkitsee sitä (Creswell 2023, 171), jolloin myös tutkija omalla subjektiivudellaan vaikuttaa aineiston muodostumiseen (Juhila 2023). Laadullinen tutkimusmenetelmä ja toiminta-analyyttinen tutkimusote valikoituivat tutkimusmetodologiaksi tutkielman tavoitteiden ja tutkimuskysymyksien myötä. Tutkielman tavoitteena on lisätä ymmärrystä siitä, millaisia näkökulmia yritysvastuuraportointivelvollisilla yrityksillä on vastuullisuusraportoinnin merkityksistä. Lisäksi tavoitteena on tutkia, löytyykö näiden yritysten näkökulmista viitteitä yritysvastuuraportin symbolisesta käytöstä.

#### *Aineiston keruu*

Metodologia ohjaa tutkielman tutkimusmenetelmien valintaa, ja aineistonkeruumenetelmäksi valittiin teemahaastattelut. Haastattelut yleisesti ovat joustava menetelmä, joiden avulla voidaan saada syvällistä tietoa. Menetelmä perustuu kielelliseen



vuorovaikutukseen, jolloin tutkija saa mahdollisuuden lähestyä vaikeitakin tutkittavia aiheita; miten ihmiset ymmärtävät maailmaa, elämää tai millaisia merkityksiä he antavat kokemilleen tapahtumille tai erilaisille ilmiöille. (Hirsjärvi & Hurme 2022.)

Aineistonkeruumenetelmänä haastattelu tarjoaa haastateltavalle mahdollisuuden kertoa itseään koskevista asioista vapaasti, ja ihminen yleisesti nähdään merkityksiä luovana, aktiivisena osapuolena. Haastatteluissa tutkija voi yrittää syventää ja selventää vastauksia kysymällä esimerkiksi lisätietoja tai perusteluja. (Hirsjärvi & Hurme 2022.) Haastattelut ovat perusteltu valinta tämän tutkielman aineistonkeruumenetelmäksi: menetelmä sopii tutkielman tavoitteeseen lisätä syvällistä ymmärrystä, ja antaa mahdollisuuden tarkentaa ja syventää vastauksia entisestään haastattelutilanteen aikana. Lisäksi Hirsjärven & Hurmeen (2022) mukaan haastattelu sopii tilanteisiin, joista on entuudestaan saatavilla vain vähän tietoa. Pakollisen vastuullisuusraportoinnin merkityksiä ei ole parhaan tietämykseni mukaan juurikaan tutkittu raportointivelvollisten yritysten näkökulmasta, joten aihe on melko vähän kartoitettu. Myös tämä seikka puoltaa laadullisen tutkimusmenetelmän valintaa.

Haastattelu on yksi käytetyimpiä tiedonkeruumuotoja, ja erityisesti vähän strukturoitujen haastattelumenetelmien käyttö on lisääntynyt (Hirsjärvi & Hurme 2022). Haastatteluissa kysymysten muotoiluilla ja rajauksilla on vaikutusta siihen, millaiseksi vastaukset ja aineisto muodostuu. Haastattelijalla itsellään on siten myös vaikutusta haastattelun kulkuun, mutta se ei ole välttämättä ongelma. Vuorovaikutus ja haastattelijan rooli ovat tutkimusmenetelmään ja aineiston analyysin kuuluva ominaisuus. Vuorovaikutus nähdäänkin rikkautena, ei häiriönä. (Hyvärinen, Suoninen & Vuori 2023.) Haastattelut eivät kuitenkaan ole ongelmaton tiedonkeruumenetelmä: ensinnäkin haastattelijalta vaaditaan taitoa ja kokemusta, jotta aineiston keruuta voitaisiin joustavasti säädellä tilannekohtaisesti. Siten haastattelijan roolia varten tulisi kouluttautua. (Hirsjärvi & Hurme 2022.) Tässä tutkielmassa juuri tutkijan kokemattomuus haastattelijana ja verraten vähäinen perehtyneisyys haastattelijan rooliin ja tehtäviin voidaan nähdä ongelmallisena. Lisäksi Hirsjärven & Hurmeen (2022) mukaan haastattelut sisältävät monia virhelähteitä, joita aiheuttavat niin haastattelijat kuin haastateltavakin. Esimerkkinä uhasta he antavat haastateltavan taipumuksen antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. Tämän tutkielman kontekstissa – vastuullisuusraportoinnin merkityksiä koskien – haastateltavilla voikin olla jonkinlainen

kynnys kertoa avoimesti, mikäli heillä on mahdollisesti kielteiseksi tulkittavia näkökulmia koskien vastuullisuusraportointia.

Haastattelun muotoja on olemassa useita erilaisia, ja ne vaihtelevat tiukasti standardoiduista, strukturoiduista haastatteluista avoimiin haastatteluihin (Hyvärinen, Nikander, Ruusuvaori & Aho 2017). Tässä tutkielmassa aineistonkeruumenetelmäksi valittiin teemahaastattelu, jota voisi luonnehtia puolistrukturoiduksi haastattelumenetelmäksi (Hirsjärvi & Hurme 2022). Teemahaastatteluissa tutkija perehtyy etukäteen tutkimuksen kannalta relevanttiin kirjallisuuteen ja valitsee näkökulmansa tutkimuksen toteuttamiselle. Sen jälkeen tutkija päättää tutkimuksen kannalta keskeiset teemat, joihin haastatteluissa keskitytään. (Hyvärinen, Suoninen & Vuori 2023.) Teemahaastattelussa kysymyksien ei tarvitse olla tarkasti muotoiltuja tai aina samalla tavalla esitettyjä (Hyvärinen ym. 2023), eikä kysymyksiä tarvitse esittää samassa järjestyksessä (Hirsjärvi & Hurme 2022).

Teemahaastattelua määrittävä elementti onkin sen eteneminen keskeisten teemojen varassa, ja sen voidaan ajatella olevan lähempänä strukturoimatonta haastattelua (Hirsjärvi & Hurme 2022). Tässä tutkielmassa keskeisiä teemoja hahmoteltiin teoreettisen viitekehyksen avulla, ja ne rakentuvat luvussa 2.5 esitettyä kuviota 7 mukailleen. Keskeiset teemat ovat 1) vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat; 2) sidosryhmäsuhteet ja 3) legitimitetin hallinta. Näiden teemojen pohjalta luonnosteltiin haastattelurunko, joka on tämän tutkielman liitteenä (Liite 1).

### *Aineiston käsittely*

Tutkielmaa varten suoritettut haastattelut nauhoitettiin, ja nauhoittamisesta informoitiin tutkittavia etukäteen. Haastattelunauhoitteet tallennettiin lyhenteellä H (=haastattelu) ja numeroimalla (esimerkiksi 1=ensimmäiseksi suoritettu haastattelu). Nauhoitteen avulla haastatteluista laadittiin litteraatit. Litteroinnilla tarkoitetaan puheen purkamista kirjoitettuun muotoon (Kallio 2023). Myös litteraatit tallennettiin käyttäen samaa nimeämistapaa, ja nauhoite tuhottiin litteroinnin jälkeen. Litteroinnin tarkkuustasoa määrittää tutkielman tutkimuskysymykset (Hyvärinen ym. 2017). Tässä tutkielmassa keskitytään haastateltavien henkilöiden puheen sisältöön, eikä esimerkiksi tapaan, jolla puhetta tuotetaan. Tällöin litteroinnin yhteydessä tekstistä voidaan jättää pois muun muassa huokaukset, tauot ja äänenpainot (Hyvärinen ym. 2017). Litteroinnit suoritettiin mahdollisimman pian itse

haastattelun jälkeen. Aineiston analyysiä aloitettiin jo litteroinnin yhteydessä lukemalla puhtaaksikirjoitettua tekstiä läpi useaan kertaan. Hyvärisen ym. (2017) mukaan kyky analysoida aineistoa riippuu siitä, kuinka hyvin aineisto on tullut tutuksi. Siksi aineiston lukeminen useaan kertaan onkin tärkeää.

Tutkielman haastateltaville luvattiin ennen haastattelujen toteuttamista aineiston anonymisointi. Anonymiteetti huomioitiin jo haastattelurungon laatimisessa, ja tarpeettomat taustakysymykset jätettiin esittämättä. Aineistoa kerättiin siis minimoinnin periaatteen mukaisesti (Tietoarkisto). Haastateltavista tallennettavat henkilötiedot koostuivat ainoastaan puhetallenteen litteraatista. Litteraatista kategorisoitiin kaikki suorat haastateltavan edustamaan yritykseen ja sen toimialaan viittaavat tiedot, ja ne korvattiin hakasulkein merkitsemällä esimerkiksi [yritys] tai [toimiala]. (Tietoarkisto.)

### *Aineiston analyysi*

Aineiston analyysimenetelmänä tutkielmassa käytetään laadullista sisällönanalyysiä. Laadullinen sisällönanalyysi on luonteeltaan tekstianalyysia, ja sen avulla pyritään kuvaamaan tutkittava ilmiö tiivistetyssä ja yleisessä muodossa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 87). Laadullinen sisällönanalyysi käsitteenä eroaa sisällönanalyysistä (content analysis, toiselta suomennokseltaan sisällönerittely), jolla voidaan viitata myös laajojen aineistojen määrälliseen, jopa tilastolliseen analyysiin (Vuori 2023). Laadullinen sisällönanalyysi voidaan jakaa kolmeen luokkaan, joita ovat aineistolähtöinen sisällönanalyysi, teorialähtöinen sisällönanalyysi ja teoriaohjaava sisällönanalyysi (Tuomi & Sarajärvi 2018, 82). Tässä tutkielmassa analyysimenetelmänä käytetään teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä.

Teoriaohjaavan sisällönanalyysin ohella tässä tutkielmassa käytettävästä analyysimenetelmästä voisi käyttää myös Saaranen-Kauppisen & Puusniekan (2006) käyttämää käsitettä teoriasidonnainen sisällönanalyysi. Teoriasidonnaisessa sisällönanalyysissä aineiston analyysi ei perustu suoraan teoriaan, mutta kytkentöjä siihen on olemassa. Esimerkiksi aineistosta tehdyille havainnoille voidaan etsiä teoriasta vahvistusta tai tukea. Toisaalta tutkija voi myös huomata, että tutkimuksen empiria ei vastaa aikaisempia tutkimuksia. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Sisällönanalyysi alkaa aineiston pelkistämällä, jolla tarkoitetaan tutkimuksen kannalta epäolennaisen pois karsimista (Tuomi & Sarajärvi 2018, 92). Tässä tutkielmassa litteraateista poistettiin pelkistämävaiheessa sellaiset katkelmat, jotka selkeästi käsittelivät muita aiheita kuin tutkimuksen tavoitteiden kannalta kiinnostavia seikkoja. Pelkistämävaiheessa aineistoa pilkotaan ja tiivistetään, esimerkiksi samaa kuvaavia ilmaisuja alleviivaamalla ja ryhmittelemällä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 92). Tässä käytettiin apuna sekä tekstinkäsittelyohjelmaa että laskentataulukko-ohjelmaa, johon listattiin allekkain aineistosta pelkistettyjä ilmauksia.

Pelkistämisen jälkeen analyysi etenee klusterointiin eli *ryhmittelyyn*. Aineiston pelkistetyt ilmaukset käydään tarkasti läpi, ja niistä etsitään samaa tarkoittavia tai toisistaan eroavia ilmauksia. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 92.) Tässä vaiheessa analyysia on tunnistettavissa teoriaohjaavan sisällönanalyysin ja tutkielman taustalla vaikuttavan hermeneutiikan yhtymäkohtia. Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä analyysiyksiköt (havainnot) valitaan aineistosta, mutta teoreettinen viitekehys ohjaa tai auttaa analyysiä. Fenomenologis-hermeneuttisen perinteen mukaan tutkijan on kuvattava omat ennakkokäsityksensä tutkimuksen kohteesta tarkasti, jotta niihin osataan suhtautua tietoisesti (Tuomi & Sarajärvi 2018, 81.) Luvun 2.5 kuviossa 7 esitetty ryhmittely muodostaa tutkijan ennakkokäsitykset tutkimuskohteesta ja toimii samalla teoriaohjauksen perustana. Aineiston pelkistettyjä ilmauksia ryhmiteltiin siten seuraavien kokonaisuuksien alle: 1) vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat; 2) sidosryhmäsuhteet ja 3) legitimizeetin hallinta. Lisäksi eroteltiin omaksi ryhmäkseen sellaiset ilmaisut, jotka eivät asettuneet suoraan mihinkään kolmesta kokonaisuudesta.

Aineiston ryhmittelyn jälkeen seuraava vaihe sisällönanalyysissä on aineiston abstrahointi eli käsitteellistäminen. Käsitteellistämässä aineiston alkuperäisilmaisuista edetään kohti teoreettisia käsitteitä ja johtopäätöksiä. Käsitteellistäminen etenee yhdistelemällä ryhmittelyvaiheessa muodostettuja luokituksia niin kauan, kuin se on alkuperäisaineiston sisällön näkökulmasta mahdollista. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 93.) Käsitteellistämisen apuna käytettiin taulukkolaskenta-ohjelmaa ja erilaisia ajastuskarttoja, joita rakennettiin Powerpoint -ohjelmalla. Teoreettisen viitekehysten mukaiset kolme kokonaisuutta olivat edelleen mukana käsitteellistämävaiheessa, mutta niissä ei pitäydytty tiukasti.

### 3.2 Empiirisen aineiston lähteet

Seuraavaksi kerrotaan tarkemmin aineistonkeruun käytännön toteuttamisesta. Tutkielman tavoitteiden myötä haastateltaviksi haluttiin vastuullisuusasioistaan raportointivollisia yrityksiä. Näitä yrityksiä ovat Suomessa vuonna 2023 voimassa olevan lainsäädännön mukaisesti suuret, yleisen edun kannalta merkittävät yhteisöt, joiden palveluksessa on ollut päättäneellä tilikaudella vähintään 500 henkilöä (KPL 3a:1 §). Toimintanalyttisen tutkimusotteen mukaisesti tutkielman empiirinen aineisto on kooltaan pieni, ja koostuu muutamista kohdeyksiköistä (Kihn & Näsi 2011, 64). Tutkielmaan valikoitui lopulta haastateltavaksi viisi eri yrityksen edustajaa.

Haastateltavaksi sopivia yritysten edustajia alettiin etsimään tarkastelemalla raportointivollisten yritysten joukkoa Orbis-tietokannan avulla. Tietokannasta haettiin tietoa niistä yrityksistä, jotka kirjanpitolain 3a:1 § mukaisesti ovat olleet vuoden 2022 tietojen perusteella raportointivollisia muista kuin taloudellisista tiedoista (vastuullisuustiedoista). Hakuehdoiksi valittiin seuraavat tiedot: 1) Status: aktiiviset yritykset; 2) Maa: Suomi; 3) Listattu/ei listattu yritys: listattu; 4) Työntekijöiden lukumäärä: vähintään 500. Näillä rajoituksilla suoritettuna haun perusteella yritysten kokonaismäärä oli 91 yritystä. Kaikkien yritysten osalta tarkastettiin vielä erikseen, että suuren yrityksen tunnusmerkit täyttyvät. Suuryrityksen tunnusmerkistö täyttyy, kun päättäneellä ja sitä edeltävällä tilikaudella vähintään kaksi seuraavista raja-arvoista täyttyy: 1) taseen loppusumma 20 000 000 euroa; 2) liikevaihto 40 000 000 euroa; 3) tilikauden aikana palveluksessa keskimäärin 250 henkilöä (KPL 1:4 c §). Koska haun rajaukseksi oli asetettu vähintään 500 henkilöä työllistäneet yritykset, jokaisen yrityksen osalta riitti, että joko liikevaihto tai taseen loppusumma ylitti kirjanpitolain 1:4c §:ssä asetetut raja-arvot. Suoritettuna tarkastelun perusteella kaikki 91 yritystä täyttivät suuren yrityksen määritelmän.

Lisäksi soveltuvien yritysten etsimisessä huomioitiin, ovatko ne listattu Helsingin pörssiin (Nasdaq Helsinki Oy) ylläpitämällä säännellyllä markkinalla vai monenkeskisessä kaupankäyntijärjestelmässä – Suomessa First North Finland, jota ylläpitää Helsingin pörssi. Monenkeskisessä kaupankäyntijärjestelmässä liikkeeseenlaskijoita koskee Helsingin

pörssiä kevyempiä velvollisuuksia. (Finanssivalvonta 2021.) Kaikki haastatteluihin valikoituneet yritykset ovat listattu Helsingin pörssin päälistalla.

Tietokantahaun jälkeen tutkimuksen kohdeyrityksiksi soveltuvat yritykset olivat tiedossa. Mahdollisia haastateltavia etsittiin sekä tutkijan henkilökohtaisten kontaktien sekä yritysten internet-sivujen ja suorien yhteydenottojen kautta. Haastatteluun sopivalle henkilölle asetettiin seuraavia vaatimuksia: 1) henkilö on työskennellyt raportointivelvollisessa yrityksessä vuoden 2017 jälkeen, jolloin NFR-direktiivin mukaiset raportointivelvoitteet ovat astuneet voimaan, ja 2) henkilö on työskennellyt kyseisessä yrityksessä vastuullisuusasioiden tai vastuullisuusraportoinnin parissa. Henkilön asemalle yrityksessä ei asetettu muita vaatimuksia koskien esimerkiksi titteliiä tai johtoryhmän jäsenyyttä, jolloin henkilön tai yrityksen tunnistaminen ei muuttuisi mahdolliseksi. Yhteystietoja saatiin tutkijan henkilökohtaisten kontaktien avulla, sekä lähestymällä yrityksiä niiden internet-sivuilta löytyvien puhelinnumeroiden ja sähköpostiosoitteiden avulla.

Haastatteluita toteutettiin lopulta viisi kappaletta, ja tiedot toteutuneista haastatteluista löytyvät taulukosta 1. Haastattelujen määrän ratkaisi tässä tutkielmassa käytännön rajoitteet, joista suurimpaan rooliin nousi sopivien haastateltavien saatavuus. Tutkielma olisi voinut hyötyä suuremmasta haastattelujen määrästä, mutta käytettävissä olevan ajan puitteissa lisähaastattelujen toteuttaminen muodostui haastavaksi juuri siitä syystä, että haastateltavien tavoittaminen, haastattelusta sopiminen ja lopulta haastattelun toteuttaminen oli hidasta. Koska laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin (Tuomi & Sarajärvi 2018,73), aineiston koko voi olla pienempi. Usein puhutaan harkinnanvaraisesta näytteestä (Hirsjärvi & Hurme 2022, 58). Aineiston pienen koon vuoksi olisi tärkeää, että haastateltavilla olisi mahdollisimman paljon kokemusta ja tietoa tutkimuksen tavoitteisiin liittyvistä aiheista (Tuomi & Sarajärvi 2018, 73). Tässä tutkielmassa haastattelujen sopimista hidasti esimerkiksi se, että riittävästi edustamansa yrityksen vastuullisuusraportoinnista tietävää henkilöä oli vaikeaa tavoittaa, sillä näiden henkilöiden yhteystietoja ei läheskään aina ole saatavilla julkisesti.

Taulukko 1 Tiedot toteutetuista haastatteluista

Haastattelu	Lyhenne	Kesto	Ajankohta
Haastattelu 1	H1	36 minuuttia	31.3.2023
Haastattelu 2	H2	53 minuuttia	6.4.2023
Haastattelu 3	H3	59 minuuttia	26.4.2023
Haastattelu 4	H4	24 minuuttia	12.5.2023
Haastattelu 5	H5	28 minuuttia	16.5.2023

Ennen haastattelua tutkittaville lähetettiin sähköpostitse tiedoksi haastattelurunko, joka löytyy tutkielman liitteistä (Liite 1). Lisäksi jokaiselle haastateltavalle lähetettiin tietosuojailmoitus ja tutkimustiedote. Kaikissa haastatteluissa esitettiin kaikki haastattelurungon kysymykset, mutta tilannekohtaisesti esitettiin myös lisäkysymyksiä ja pyydettiin perusteluja tai tarkennuksia. Kysymyksien syventäminen onkin teemahaastattelun etu (Tuomi & Sarajärvi 2018, 64).

### 3.3 Tutkielman luotettavuus

Perinteisesti tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden avulla (Tuomi & Sarajärvi 2018, 119). Laadullisen tutkimuksen kontekstissa näiden käsitteiden käyttöä niiden perinteisessä merkityksessä on kritisoitu, sillä käsitteet ovat kehitetty lähinnä määrällisen tutkimuksen tarpeisiin (Eskola & Suoranta 1998, 152; Tuomi & Sarajärvi 2018, 119). Eskolan & Suorannan (1998, 151–152) mukaan laadullisessa tutkimuksessa tutkijalla on vahva subjektiviteetti ja hän itse on keskeinen tutkimusväline. Luotettavuuden kriteerinä on siten tutkija itse sekä hänen toimintansa koko tutkimusprosessin aikana. Määrällisessä tutkimuksessa sen sijaan luotettavuudesta puhutaan erityisesti mittauksen luotettavuutena. Mittareiden kokonaisluotettavuus muodostuukin juuri validiudesta ja reliabiliteetista (Kihn & Ihantola 2008, 83).

Tuomen & Sarajärven (2018, 121) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin ei ole muodostunut yksiselitteistä ohjeistoa. Perinteisten validiteetin ja reliabiliteetin sijaan usein ehdotetaan käytettäväksi laadullisen tutkimuksen erityisluonteen

huomioivia määritelmiä tai kokonaan uusia termejä (Kihn & Ihantola 2008, 88). Kihn & Ihantola (2008, 88–90) esittelevätkin laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnin työkaluiksi kolmea validiuden osa-aluetta: sisäinen, ulkoinen ja rakenteellinen validius.

Kihnin & Ihantolan (2008, 88–89) mukaan tutkimuksen *sisäisellä validiudella* tarkoitetaan tulkinnan sisäistä loogisuutta ja ristiriidattomuutta. Sitä voidaan edelleen tarkentaa Erikssonin ja Kovalaisen (2008) esittämällä yhtenäisyyden ja uskottavuuden kriteereillä. Yhtenäisyydellä tarkoitetaan tehtyjen tulkintojen kytkemistä dataan ymmärrettävällä tavalla, ja uskottavuudella tutkimusprosessin loogisuutta, johdettavuutta ja tarkkaa dokumentointia. (Kihn & Ihantola 2008, 89.) Myös Tuomen & Sarajärven (2018, 123) mukaan yksityiskohtainen selostus tutkimusaineiston kokoamisesta ja analyysin toteutuksesta selkeyttää tutkimuksen tuloksia ja tekee ne ymmärrettävämmiksi. Tämän tutkielman kirjoittamisessa tarkka dokumentointi otettiin lähtökohdaksi. Lisäksi sisäiseen validiuteen kiinnitettiin huomiota pyrkimällä aineiston laajaan ja tasapuoliseen huomioimiseen tutkielman tuloksista raportoituessa (luku 4), jotta tutkielmassa tehdyt tulkinnat ja yhteys alkuperäiseen aineistoon säilyisi mahdollisimman hyvin.

Kihnin & Ihantolan (2008, 89) mukaan *ulkoisella validiudella* sen sijaan tarkoitetaan tulkinnan yleistettävyyttä. Toisin kuin määrällisessä tutkimuksessa, yleistettävyydellä ei laadullisen tutkimuksen kontekstissa kuitenkaan tarkoiteta tilastollista yleistettävyyttä. Ennemmin on kyse sen arvioimisesta, millainen myötävaikutus tutkimuksella on jo aiheesta tiedettyyn. Ulkoiseen validiuteen voidaan kytkeä myös Erikssonin & Kovalaisen (2008) esittämä termi siirrettävyys, joka tarkoittaa tutkimuksen tuloksien suhteuttamista aikaisempiin tutkimustuloksiin (Kihn & Ihantola 2008, 89). Koskisen ym. (2005, 267) mukaan aineistosta tehtyjen havaintojen pelkistäminen ja ryhmittely on jo tietystä mielessä yleistämistä. Tutkimuksen ulkoisen validiuden kannalta onkin realistista lähteä siitä, että voidaan tuottaa joko teorian kehittämisen tai käytännön kannalta käyttökelpoista tietoa (Kihn & Ihantola 2008, 89).

*Rakenteellisella validiudella* tarkoitetaan Lilliksen (2006, 461) mukaan sitä, kuinka ”teoreettiset käsitteet operationalisoidaan empiirisessä aineistossa” (Kihn & Ihantola 2008, 89). Lilliksen (2006, 464) mukaan määrällisessä tutkimuksessa rakenteellinen validius varmistetaan selkeillä käsitteiden määrittelyillä ja selostuksella siitä, kuinka valitut käsitteet operationalisoidaan. Määrällisessä tutkimuksessa kompleksiset reaali maailman



ilmiöt ja niiden käsitteellistäminen mitattaviksi muuttujiksi voi kuitenkin aiheuttaa ongelmia. Laadullisen tutkimuksen etuna voidaankin itse asiassa nähdä juuri sen rakenteellinen validius: laadullisessa tutkimuksessa käsitteiden kompleksisuus voidaan huomioida laajemmin, ja kiinnittää huomiota käsitteiden hienovaraisiinkin pulmallisuuksiin. Laadullisessa tutkimuksessa teoreettisten käsitteiden kuvailussa ja analyysissä voidaankin päästä syvemmälle tasolle kuin määrällisen tutkimuksen operationalisoitujen muuttujien tapauksessa. (Lillis 2006, 464.) Kihnin & Ihantolan (2008, 89) mukaan laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää tulkinnan ja johtopäätösten rakentamistavan läpinäkyvyys sekä vakuuttavuus, joilla pyritään takaamaan tutkielman rakenteellista validiutta.

Sisäisen, ulkoisen ja rakenteellisen validiuden lisäksi laadullisenkin tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella reliaabeliuden käsitteen avulla. Määrällisessä tutkimuksessa reliaabelius liittyy siihen, kuinka paljon ulkoiset häiriötekijät vaikuttavat mittaukseen (Kihn & Ihantola 2008, 90). Lisäksi sillä tarkoitetaan tutkimustulosten (mittauksen) toistettavuutta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 119). Lukka (1988, 422) huomauttaa, että laadullisessa tutkimuksessa ja erityisesti toiminta-analyttisessä tutkimusotteessa sen sijaan reliaabeliuden arviointi on hankalaa – tutkimusote korostaa tutkittavien tapausten ainutkertaisuutta (Kihn & Ihantola 2008, 90).

Erikssonin & Kovalaisen (2008) mukaan laadullisen tutkimuksen reliaabeliutta kuvaavina kriteereinä voidaan pitää vakuuttavuutta: väitteiden paikkansapitävyyttä suhteessa aineistoon, tehtyjen havaintojen ja teoriapohjan välisiä loogisia perusteluita sekä toistettavuutta (Kihn & Ihantola 2008, 90). Kihnin & Ihantolan (2008, 90) mukaan toistettavuudella tarkoitetaan nimenomaan sitä, voiko toinen tutkija päätyä samoihin tulkintoihin tutkimuksen tulkintojen kanssa. Heidän mukaansa keskeistä reliaabeliuden arvioinnissa on, että tutkimuksen dokumentointi on tehty hyvin. Lukijan on voitava arvioida, miten havainnot on tuotettu ja muokattu tulkinnaksi. (Kihn & Ihantola 2008, 90.) Tässä tutkielmassa on pyritty huolelliseen aineiston keräämiseen, käsittelyyn ja analyysin kuvaamiseen. Lisäksi alaluvussa 3.2 on pyritty kertomaan kattavasti myös haastattelujen käytännön toteutuksesta.

## 4 TUTKIELMAN TULOKSET

Tässä luvussa esitellään tämän tutkielman empiirisiä tuloksia. Ensimmäisessä alaluvussa kuvaillaan aineistoa ja sen analyysiä ryhmiteltynä eri osa-alueisiin. Ensimmäiseksi kuvaillaan haastateltavien esiin nostamia näkemyksiä yleisesti vastuullisuudesta ja vastuullisuusraportoinnista. Tämän jälkeen aineistoa kuvaillaan ryhmiteltynä kolmeen osa-alueeseen, joita ovat: 1) vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat; 2) sidosryhmäsuhteet ja 3) legitimitetin hallinta. Toisessa alaluvussa esitetään tutkielman keskeiset tulokset jaoteltuna tutkielman tutkimuskysymyksiä mukaisesti.

### 4.1 Empiirisen aineiston kuvaus ja analyysi

#### 4.1.1 Yritysten näkemyksiä vastuullisuudesta ja vastuullisuusraportoinnista

Haastattelun alussa tutkimusaihetta lähestyttiin kysymällä haastateltavilta yleisemmällä tasolla näkemyksiä siihen, miten heidän edustamassaan yrityksessä suhtaudutaan vastuullisuuteen ja vastuullisuusraportointiin. Kysymykset pyrittiin muotoilemaan sellaisiksi, että ne mahdollistaisivat avoimen keskustelun ja monien eri näkökulmien esiin tuomisen. Kaikkien haastateltavien näkemyksiä mukaan heidän edustamissaan yrityksissä vastuullisuuteen ja siihen liittyviin teemoihin suhtaudutaan yleisesti ottaen hyvin positiivisesti. Vastuullisuus todettiin kaikkien haastateltavien toimesta tärkeäksi temaksi, ja siihen on yrityksissä suhtauduttu vakavasti. Neljä haastateltavaa viidestä kertoi erikseen, että vastuullisuus on tärkeä osa yrityksen strategiaa. Vastuullisuus nostettiin esille myös liiketoimintamahdollisuutena. Näin kertoivat erityisesti H2, H3, H4 ja H5.

*Koetaan, että tää vastuullisuuden – – korostuminen tässä viime vuosina, myöskin liiketoimintamielessä sataa meidän laariin. – – Toimimalla vastuullisesti ja raporttoimalla siitä säännöllisesti, toivottavasti ei aina tarvis olla – – se halvin, ja vois saada [toimeksiantoja] tällaisillakin perusteilla. Kyllä mä uskon, että se on siihen menossa. (H2)*

*Nähdään tosiaan, että vastuullisuus on iso liiketoimintaetu, täs maailmassa on niin paljon epäluotettavia toimijoita, et tavallaan se, et on vastuullinen toimija, niin kyl*

*sil on iso arvo, koko ajan enemmän ja enemmän, täs on kuitenkin luottamuksesta kyse monella tapaa. (H3)*

*Joo, sitä kautta oikeestaan, meidän tuotteiden ja palveluiden kautta, meillä on mahdollisuus vaikuttaa [ympäristöasioihin]. Sitä kautta se on tietenkin meille myös hyvin tärkeä. (H4)*

*Kyllä se meillä ensisijaisesti nähdään mahdollisuutena. Meillä on vastuullisuusraportointeja ja vastuullisuusasioita ennen näitä uusia sääntelyitä tehty ja ajateltu, ja myös tää liiketoiminta koetaan vastuullisuutta edistävänä. (H5)*

Haastateltavat kertoivat myös yritysten liiketoiminnan luonteesta ja siitä, millä tavalla vastuullisuus linkittyy yritysten toimintaan. Haastateltavat yritykset edustivat useita eri toimialoja, mutta eri toimialoista huolimatta haastateltavat tunnistivat edustamiensa yritysten liiketoiminnassa paljon mahdollisuuksia vaikuttaa positiivisesti eri vastuullisuusteemoihin. Yksi haastateltavista (H4) painotti, että vastuullisuus on itse asiassa lähtökohta koko yhtiön toiminnalle. H3 sen sijaan kertoi oivalluksista, joita vastuullisuuden suhteen yrityksessä on tapahtunut:

*Me keskitytään päästöjen vähentämiseen, toki, se on meille tärkeä asia. Mutta ehkä vielä isompi juttu, -- mitä on muutaman vuoden aikana oivallettu. En tiedä onko oikea termi, mutta kun puhutaan hiilijalanjäljestä päästöjen kautta, niin ehkä se hiilikädenjälki. Tavallaan semmonen, se meidän vaikuttavuus ympäristöasioihin, on sit oikeestaan vielä paljon valtavampi. Ne meidän omat päästöt on niin pienet, mut se mis me tavallaan nyt -- ollaan tässä välissä, niin me itseasiassa vaikutetaan tosi paljon. (H3)*

Moni haastateltava korosti myös sitä, että strategian lisäksi vastuullisuus on tuotu myös osaksi päivittäistä liiketoimintaa ja lähelle henkilöstön arkea. Lisäksi H3 ja H4 kertoivat, että vastuullisuusteemoja on otettu osaksi henkilöstön ja johdon kannustinjärjestelmiä. Vastauksissa korostui kattava, vakava ja positiivinen suhtautuminen vastuullisuuteen. Kaikki haastateltavat nostivat esiin hyvin samankaltaisia teemoja, joista keskeisimpiä ja yleisimmin mainittuja olivat 1) vastuullisuus osana strategiaa; 2) vastuullisuus liiketoimintaetuna; 3) vastuullisuus osana päivittäistä toimintaa; ja 4) vastuullisuus osana kannustinohjelmia. Vastauksista oli selvästi nähtävissä, että vastuullisuus nähdään nimenomaan osana liiketoimintaa, eikä jollakin tapaa erillisenä toimintona. Yritysten näkemykset heijastelivat siten hyvin Euroopan komission (2011) antamaa, tässäkin tutkielmassa hyödynnettävää määritelmää yritys vastuusta. Vastuullisuuden integroiminen strategiaan ja sen mahdollisuudet liiketoimintahyötyjen näkökulmasta kertovat myös siitä, että

yritysten näkemyksistä heijastui vastuullisuuden yhteys yritysten taloudelliseen suoriutumiseen.

Kysyttäessä yritysten suhtautumista vastuullisuusraportointiin, haastateltavien vastauksissaan esiin nostamissa asioissa oli enemmän vaihtelevuutta. Vastuullisuusraportointiin suhtaudutaan haastatelluissa yrityksissä kuitenkin lähtökohtaisesti myönteisesti. Kaikki haastateltavat toivat jollakin tavalla esiin sen, että vastuullisuusraportointi kuuluu osaksi listayhtiönä toimimista, ja on siten osa normaalia toimintaa. Lisäksi moni haastateltava mainitsi vielä erikseen, että vastuullisuusraportoinnin tärkeys tunnustetaan yrityksessä yleisesti ottaen hyvin. Monet haastateltavat kertoivat, että raportointi pohjautuu yhtiön kannalta olennaisiin tietoihin. Näin kertoivat H1, H3 ja H4.

*Eli olennaisuusanalyysin pohjalta, sen mukaan sitten, mitkä on ollut niistä vedettävät pääindikaattorit, mitkä on ne tavoitteet, road mapit, mitä niille ollaan tekemässä, ja raportoidaan sitten niiden osalta lopputulemista ja tulevaisuuden suunnitelmista. (H1)*

*On haastateltu paljon asiakkaita, ja tehty tutkimuksia, asiakaskyselyitä. Sekä asiakkaiden että henkilöstön osalta, ja sitä kautta rakennettu semmonen käsitys siitä, mitkä on meille ne olennaisimmat vastuullisuuteen liittyvät asiat. Ja sitä kautta sitten keskitytään niihin olennaisuusanalyysin perusteella oleviin isoimpiin juttuihin, – –. (H3)*

*Pyritään siihen, että raportoidaan meille tärkeistä asioista. Tietenkin on paljon muitakin asioita jotka on tärkeitä. Mutta raportoitais niistä ihan olennaisista asioista, että ei kerrota kaikkea kaikesta – –. Keskitytään meille tärkeisiin asioihin. (H4)*

Olennaisuuden käsite on tärkeä muiden kuin taloudellisten tietojen (NFRD) raportoinnissa, vaikka sitä ei nimenomaisesti säädöksessä mainitakaan. Sen sijaan tulevassa kestävyysraportointidirektiivissä olennaisuus sisältyy sananakin säädökseen. Sekä NFRD:ssä että CSRD:ssä suuri merkitys on kaksoisolennaisuuden periaatteella, jolla viitataan siihen, että yhtiön on tarkastettava vastuullisuusteemoja kahdesta olennaisuuden näkökulmasta. Toisaalta yrityksen on tunnistettava ne riskit, joita vastuullisuusasiat sen toiminnalle aiheuttaa. Toisaalta taas yrityksen tunnistettava oman toimintansa vaikutukset vastuullisuusnäkökulmasta esimerkiksi ihmisiin ja ympäristöön. (Kestävyysraportointidirektiivi 2022/2464/EU.)

Kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464/EU) alkusanoissa todetaan kaksoisolennaisuuteen liittyen, että nykyisessä tilanteessa ”näitä kahta näkökulmaa ei useinkaan ymmärretä tai sovelleta hyvin”, jolla viitataan kaksoisolennaisuuden periaatteen puutteelliseen ymmärtämiseen tai soveltamiseen nykyisen NFRD:n mukaisessa raportoinnissa. Tämän tutkielman haastatteluissa kaksoisolennaisuuden periaatteen nostivat esille kolme haastateltavaa, jotka olivat H3, H4 ja H5. Painopiste kaikissa haastatteluissa oli yrityksen oman toiminnan vaikutuksissa, joita ne aiheuttavat toimintaympäristössään vastuullisuuden ulottuvuuksiin liittyen. H3, H4 ja H5 viittasivat kuitenkin selkeästi eri kohdissa haastattelua myös vastuullisuusteemojen aiheuttamiin riskeihin yrityksen omalle toiminnalle. Seuraavaksi muutamia poimintoja siitä, miten haastateltavat nostivat esiin vastuullisuusteemojen riskinäkökulmia:

*Toivoisin että me oltais onnistuttu kertomaan ne asiat selkeesti, että heillä [sidosryhmillä] olisi ymmärrys niistä asioista mitkä on meille tärkeitä ja mitä me tehdään niiden edistämiseksi. Ja riskien mitigoimiseksi ja mahdollisuuksien mahdollistamiseksi. (H4)*

*– – nyt on ainakin huomattu, että kun ollaan aloitettu tätä materialiteettianalyysiä [olennaisuusanalyysiä], mitä tässä CSRD:ssä vaaditaan, niin kyllä se jäsentää, että tulee selkeesti ne mahdollisuudet ja riskit eriteltä ja laitettua, tai dokumentoitua, ja keskustellaan oikeiden ihmisten kanssa. – – Keskusteluiden myötä saadaan kirjastettua sitä ajatusta siitä, että missä ne mahdollisuudet on. Ja myös sitten ne riskit, jos sellasia on. Toki aina voidaan joskus toimitusketjusta nähdä, että siellä riskiä on, ja muuta. (H5)*

Toisaalta olennaisiin asioihin keskittyminen johtui monen haastateltavan mukaan siitä, että vastuullisuusraportointia tehdään yrityksissä melko pienillä resursseilla. Näin kertoivat H2, H3 ja H5. Heidän vastauksistaan nousi esiin, että sääntelyä seurataan tiiviisti ja raportoidaan ainakin vähimmäisvaatimusten mukaisesti. Sen lisäksi yritykset keskittyvät tuomaan raportoinnissaan esiin yritykselle ja sen sidosryhmille merkityksellisiä asioita, mutta raportista ei tehdä massiivista pakettia. H1 sen sijaan kertoi muista poiketen yrityksen vastuullisuusraportin olevan myös sivumäärällisesti melko massiivinen, mutta hän korosti, että kaikki raportoitava informaatio pohjautuu olennaisuusanalyysin avulla hahmoteltuihin tärkeisiin seikkoihin.

Kaksi haastateltavaa kertoi, että heidän vastuullisuusraporttinsa varmennetaan ulkopuolisen tahon toimesta. Yksi haastateltava kertoi, että yhtiössä on tällä hetkellä ensimmäistä

kertaa ulkopuolinen auditointi varmentamassa vastuullisuusraportointia ja siihen liittyvää prosessia. Kaksi haastateltavaa sen sijaan sanoi, ettei tällä hetkellä vastuullisuustietoja varmenneta.

Vastuullisuusraportointi koettiin myös tärkeänä viestintäkanavana sidosryhmien suuntaan niistä asioista, joista sidosryhmät haluavat kuulla. Lisäksi H3 painotti erityisesti sitä, että raportointi ei ole itseisarvo, vaan tärkeää on käytännön vastuullisuustyö osana liiketoimintaa. Hän korosti toivettaan siitä, että hänen edustamansa yritys tunnustettaisiin vastuulliseksi toimijaksi sen liiketoiminnassa näkyvien vastuullisuustekojen vuoksi, ei välttämättä niinkään raportoinnin kautta.

Yleisesti ottaen haastateltavat kertoivat yritysten suhtautuvan vastuullisuuteen ja vastuullisuusraportointiin asiaan kuuluvalla vakavuudella ja pääosin positiivisesti. Seuraavaksi kuvaillaan aineistoa jaoteltuna eri osa-alueisiin, joita ovat vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat, sidosryhmäsuhteet sekä legitimitetin hallinta. Ensiksi tarkastellaan haastateltavien tunnistamia vastuullisuusraportoinnin etuja ja haittoja.

#### **4.1.2 Vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat**

Vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat on nostettu aineiston analyysissä omaksi osa-alueeksi, sillä teoreettisessa viitekehyksessä keskeiseksi yritysraportoinnin merkitykseksi nousi sen mahdollisesti yritykselle antamat taloudelliset hyödyt. Haastatteluissa vastuullisuusraportoinnin hyötyjä lähestyttiin kuitenkin avoimilla kysymyksillä, eikä taloudellisia hyötyjä nostettu erilliseksi kysymykseksi. Näin pyrittiin tilanteeseen, jossa haastateltavat voisivat mahdollisimman avoimesti kertoa erilaisista kokemuksistaan koskien vastuullisuusraportoinnin etuja ja mahdollisia haittoja.

Eduista ja haitoista kysymällä pyrittiin avaamaan keskustelua vastuullisuusraportointiin liittyvien merkityksien ymmärtämiseksi. Lisäksi kysyttiin muun muassa, mitkä ovat keskeisiä syitä raportoida vastuullisuusinformaatiota – lähtökohtana toki oletus raportoinnin pakollisuudesta. Tutkielmassa haastateltavat yritykset ovat raportointivelvollisia ainakin keskeisten EU:n säädösten mukaisesti, joita ovat selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista (NFRD) ja taksonomia-asetus. Sen lisäksi on mahdollista, että yritykset julkaisevat

säädöksien velvoitteita laajempaa informaatiota. Lisäksi eri toimialan yrityksiä voi koskettaa erilaiset toimialakohtaiset säädökset.

Kaikki haastateltavat pystyivät tunnistamaan vastuullisuusraportoinnista erilaisia hyötyjä. Monet haastateltavat myös kertoivat yrityksen raportoivan nykyisiä pakollisia tietoja laajemmin omaan toimintaansa liittyvistä vastuullisuusteemoista. Keskusteltaessa syistä raportoida vastuullisuusinformaatiota, suurin osa yrityksistä ei tuonut esille, että keskeisin syy raportoida olisi nimenomaan lainsäädännön velvoite. Raportointi nimenomaan pakollisena toimintana nousi kuitenkin esille H2:n toimesta. Hän kertoi peruslähtökohdan raportoinnille olevan sääntely, mutta pakollisesta luonteestaan huolimatta raportoinnista pyritään ottamaan kaikki hyödyt irti.

*Jos mietin näitä tulevia vaateita, niin kaikki nää yritysvastuudirektiivit ja nää muut, on ne sen verran raskasta tavaraa, että en tiedä raportoitasko kuiteskaa siinä laajuudessa ellei nyt olisi pakko. – – Tai tää taksonomia, en määhän nyt tämmöstä varmaan päästäni olisi keksinyt, ellei se olisi tuotu annettuna. Että kyllä se peruslähtökohta on varmaan se sääntely. Mutta siitä kannattaa ottaa sitten kaikki hyödyt irti. (H2)*

Vastuullisuusraportointi on ensisijaisesti yrityksen toiminnasta viestimistä; se tarjoaa väylän kertoa yrityksen toiminnan yhteiskunnallisista vaikutuksista perinteistä taloudellista raportointia laajemmin (Niskala ym. 2019). Sen vuoksi ei ollut yllättävää, että monet haastateltavien esiin nostamat vastuullisuusraportoinnin hyödyt liittyivät jollakin tapaa juuri viestintään. Kaksi haastateltava nosti esille raportoinnin kautta saatavat hyödyt muun muassa brändimielikuvan kannalta.

*– – sit semmonen yleinen brändimielikuva, vähä laajemmin, et mikä mielikuva. Ei välttämättä asiakkaille, mut kumppaneille tai muille sidosryhmille. Mikä niinku, se leimaa varmaa firmaa noin muutenkin, jos se on näissä asioissa, vastuullisuusasioissa aktiivinen. – – Ehkä tämmönen brändiarvo. (H3)*

*Just yritetäänkin löytää niitä hyötyjä siitä raportoinnista, ja tää on ihan ehdottomasti yks tää brändin luominen, että mitä sillä haetaan myöskin. Jollain tavalla varmasti käytetään sitä raportointia hyödyksi ja välineenä, että löydetään niitä tärkeitä pointteja. (H5)*

Toisaalta erityisesti H3 painotti, että saadakseen markkinointi- tai brändimielessä hyödyt irti vastuullisuusraportoinnista, on yrityksellä oltava viestinnällistä osaamista. Hänen mukaansa on vaarana, että vastuullisuusraportointi jää pakolliseksi

viranomaisraportoinniksi, mikäli viestinnässä epäonnistutaan. Markkinointi ja brändimielikuvaan vaikuttaminen voisivat viitata taloustieteellisten teorioiden antamaan näkökulmaan, jossa mainehyöty auttaa muun muassa asiakkaita houkuttelemalla parantamaan myös yrityksen taloudellista suoriutumista (Huang & Watson 2015). Toisaalta yrityksen maineen parantaminen vastuullisena yrityksenä viittaa myös legitimitetin hallintaan.

Useissa haastatteluissa nousi esille myös vastuullisuusraportoinnin hyöty työnantajamielikuvan rakentamisessa. Monet haastateltavat kertoivat, että uusien ja nykyisten työntekijöiden odotukset työnantajan vastuullisuutta kohtaan kasvavat jatkuvasti, jonka vuoksi myös työntekijät nähdään keskeisenä raportoinnin kohderyhmänä. Erityisesti työnantajamielikuvaa korostivat H2, H4 ja H5. Vastuullisuusraportoinnin luonteen vuoksi sen ensisijaisena kohderyhmänä ei välttämättä pidetä yksittäisiä kansalaisia, kuluttajia tai työntekijöitä. Esimerkiksi kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464/EU) alkusanoissa on mainittu, että kaksi keskeisintä vastuullisuusraportoinnin kohderyhmää ovat sijoittajat ja kansalaisyhteiskunnan toimijat, kuten kansalaisjärjestöt ja työmarkkinaosapuolet. Työmarkkinaosapuolilla tässä kuitenkin viitataan muun muassa ammattiliittoihin, ei yksittäisiin työntekijöihin. Lisäksi direktiivin alkusanoissa mainitaan erikseen, että ”vain harvat kansalaiset ja kuluttajat tutustuvat suoraan yritysten vuosikertomuksiin” (Kestävyysraportointidirektiivi 2022/2464/EU). Sen vuoksi onkin mielenkiintoista, että vastuullisuusraportointi nostettiin niin vahvasti esiin työnantajamielikuvan luomisen välineenä.

Toki työntekijät ovat yksi hyvin merkittävä yrityksen sisäinen sidosryhmä, jolloin tässä kohtaa nähtäneen sidosryhmäteorian mukainen ajatus sijoittajia laajemman sidosryhmäjoukon tarpeiden kuulemisesta. Haastateltavat nostivat raportoinnin hyödyn esiin kuitenkin erityisesti työnantajamielikuvan näkökulmasta siten, että vastuullisena näyttäytymällä voitaisiin houkutella osaavia työntekijöitä yritykseen. Tämä puolestaan viittaa taloustieteellisten teorioiden mukaiseen näkemykseen, jossa yritys voi vastuullisuusraportoinnin kautta saavuttaa taloudellisia hyötyjä muun muassa osaavia työntekijöitä houkuttelemalla (Huang & Watson 2015, 7).

Teoreettisesta viitekehyksestä vastuullisuusraportoinnin kautta saavutettaviksi hyödyiksi nousi esiin keskeisesti taloudelliset hyödyt. Taloudellisia hyötyjä yritys voisi saavuttaa muun muassa, kun raportoimalla ja siten informaation epäsymmetriaa vähentämällä pääoman kustannukset voisivat olla alhaisempia (Christensen ym. 2021, 1187).



Haastatteluissa vastuullisuusraportoinnin taloudelliset hyödyt nousivat esiin lähinnä epäsuorasti, kun haastateltavat kertoivat vastuullisuudesta liiketoimintamahdollisuutena. Lisäksi voidaan katsoa, että aihe nousi esiin epäsuorasti, kun H3 ja H5 kertoivat vastuullisuusraportoinnin hyödyistä brändi- ja markkinointimielessä. Pääoman kustannuksiin sen sijaan viittasi suoraan vain kaksi haastateltavaa, jotka olivat H2 ja H5. Näistä H2 kertoi uskovansa, että etenkin tulevaisuudessa vastuullisuusraportoinnin arvo rahoittajien keskuudessa tulee kasvamaan, kun esimerkiksi parempia lainamarginaaleja voi saada raporttimalla läpinäkyvästi myös vastuullisuusasioista. Myös H5 nosti keskusteluun vastuullisuustavoitteisiin sidotun rahoituksen. Hän kertoi vastuullisuusraportoinnista olevan hyötyä pankkien kanssa rahoituksesta neuvoteltaessa jo tällä hetkellä.

*Kyllä ihan sanovat suoraan, pankitkin, että odottavat sellasta laadukasta raportointia, että heillä on tosi tärkeä se läpinäkyvyys. – ennen vanhaanhan oli niin, että pankit kattoo luottoriskiä, mutta nyt sinne on tullu se ESG mukaan, et se on oikeesti jo iso teema. – kyllähän rahottajat on kiinnostuneita näistä asioista, ja on tarjolla näihin [vastuullisuustavoitteisiin] sidottuja rahoituspaketteja. Ne on selasia konkreettisia hyötyjä. (H5)*

Sen sijaan H4 otti kantaa vastuullisuusraportoinnin taloudellisiin hyötyihin, mutta hänkään ei nostanut esille esimerkiksi sijoittajien tuottovaatimuksia tai vieraan pääoman kustannuksia. Sen sijaan hän käsitteli taloudellisia hyötyjä riskeihin varautumisen ja liiketoimintamahdollisuuksien kautta. H3 nosti esille pankkien vaatimukset vastuullisuusraportoinnin suhteen, mutta ei ottanut kantaa varsinaisesti rahoituksen hintaan. Hän totesi, että vastuullisuusraportoinnilla pystytään kuitenkin varmistamaan rahoituksen saatavuutta.

*– – niin pankeille kuin rahoituslaitoksille tulee tosi paljon vaatimuksia, että se lainananto mitä he rahoittaa yrityksiä, niin niissä yrityksissä pitää olla nää vastuullisuusteemat esillä ja niiden pitää noudattaa vastuullisuuteen asetettuja vaatimuksia. On se sitten ympäristö- tai social puolen tai governance puolen asioita. Me tullaan varmaan jossain vaiheessa näkemään, että pankit ei halua rahoittaa sellaisia yrityksiä, joissa nää vastuullisuusasiat ei ole mitattuja tai sertifioituja. Toki tällä vastuullisuusinformaatiolla on myös tämä että se varmistaa myöskin rahoitusta. (H3)*

*– – että on siellä kärkijunassa kehittämässä näitä palveluita ja tuotteita asiakkaille, on tärkeä, ja riskeihin osaa sitte vastata, niin niillä on kaikilla taloudellisia vaikutuksia. (H4)*

Eräs esiin noussut vastuullisuusraportoinnin hyöty oli oman toiminnan seuraaminen ja kehittäminen. Erityisesti H2 kertoi, että vastuullisuusraportoinnin avulla voidaan hyvin

seurata ja kehittää yrityksen omaa toimintaa. Asettamalla vastuullisuustavoitteita ja niistä raportoimalla yrityksen sisäisenkin huomio kiinnittyy niihin seikkoihin, joista raportoidaan. Siten vastuullisuusraportointi auttaa tarkastelemaan ja kehittämään yrityksen omaa toimintaa. Samankaltaisesti asiaa kommentoi myös H1 ja H4.

*Kyl se että sä mittaat ja raportoit sitä vastuullisuutta, niin sehän kehittää myös sun toimintaa. Eli tavallaan se, että sä olet ottanut sen raportoinnin kohteeksi, ihmiset kiinnittää siihen huomiota. Kukaanhan ei halua raportoida huonoja lukuja, pitkään, niin tavallaan se, että se on tällaisen raportoinnin [kohteena], mikä osa-alue se onkin, – – niin tottakai se sit ohjaa sitä tekemistä oikeeseen suuntaan. (H2)*

*Se vaan auttaa viemään asioita eteenpäin ja tarkastelemaan niitä aina tietyllä tavalla säännöllisesti. (H4)*

Muut haastatteluissa esiin nousseet hyödyt koskivat vastuullisuusraportoinnin avulla lisääntyvää läpinäkyvyyttä ja eri sidosryhmien tietotarpeiden täyttämistä. Näitä teemoja käsitellään tarkemmin seuraavissa alaluvuissa, jossa esitellään näkökulmia jaoteltuna laajemmin sidosryhmäsuhteisiin sekä legitimizeetin hallintaan. Seuraavaksi tässä alaluvussa käsitellään vielä niitä mahdollisia haittoja, joita haastateltavat tunnistivat vastuullisuusraportointiin liittyen.

Keskeinen haastatteluista esiin noussut viesti oli, ettei kukaan haastateltavista halunnut suoraan nostaa esiin ainakaan merkittäviä haittoja. Enemminkin viestinä oli, että haittoja yritykselle koituisi, mikäli vastuullisuusasioista ei raportoisivat kattavasti. Keskusteluja jatkettaessa esiin nousi kuitenkin ehkä odotettavastikin vastuullisuusraportointiprosessiin liittyvät merkittävätkin kustannukset ja prosessin sitomat resurssit. Kaikki yritykset eivät kuitenkaan pitäneet resurssien sitoutumistakaan merkittävänä haittana, vaan enemminkin vain totesivat asian laidan. Näin reagoivat erityisesti H1 ja H4. Sen sijaan muut haastateltavat (H2, H3 ja H5) nostivat resurssi- ja kustannuspuolen esille hyvin selkeästi.

*Tottakai se tulevaisuus mietityttää. Että miten niistä kaikista raportointivelvoitteista suoriudutaan, että tietysti mitä yksityiskohtaisempaa tietoa tarvitaan, niin sitä vaikeampaa sen kaivaminen on. Näiden nykytietojenkin kerääminen ja raportointi on kuitenkin jonkin moinen ponnistus yhtiössä. – – On paljon kilpailijoita, joilla ei oo yhtään henkilöä tekemässä vastuullisuusasioita. Ja tietysti kun tuotat vastuullisuusmateriaalia ja raportointia niin onha sillä kuluvaikutus, plus se datan keruu, sun on pakko, yksi ihminenhan ei voi kerätä sitä kaikkea dataa. (H2)*

*Joo, kyllä se lisää valtavasti omaa työmäärää, ja se lisää kustannuksia, neuvonta-kustannuksia, ja sillä lailla se on raskas firmoille kyllä klaarattava se asia. Että siinä mielessä siinä on tosi paljon byrokratiaa. (H3)*

*Työllistävä vaikutus sillä on, että resursseja siihen joutuu aika paljon sitomaan, ja maksaa sitä kautta yhtiölle rahaa, kun joudutaan sisäisiä resursseja laittamaan, mutta sitten tarvitaan ulkoista apua. – – Ja mitä tässä on kuullu näitä laskelmia, että pörssi-yhtiöillä voi [- -] maksaa tää raportoinnin tuottaminen, niin onhan isoja summia oikeesti. (H5)*

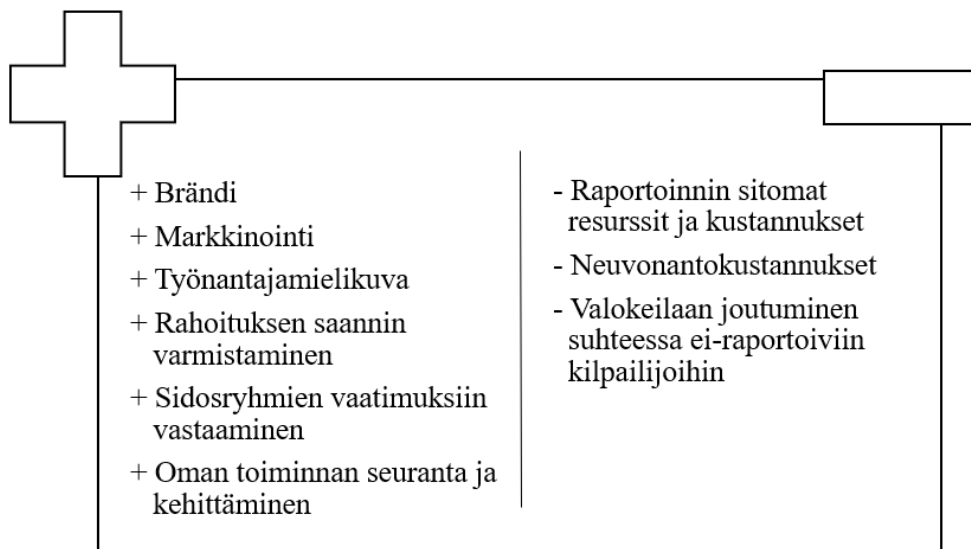
Vastuullisuusraportoinnin kuluvaikutuksen yhteydessä useampi haastateltava korosti myös kalliita neuvonantokustannuksia. Sääntelyn lisääntyessä ja erityisesti tulevan kes-tävyysraportointidirektiivin myötä moni yhtiö tulee tarvitsemaan ulkopuolista apua, jonka hinta voi olla hyvinkin korkea. Muita yhtiölle epämieluisia puolia vastuullisuusra-portointiin liittyen ei juurikaan noussut esiin, paitsi H1:sen ja H2:sen kertomat näkemyk-set yhtiön kannalta epämieluisien vastuullisuustietojen raportoinnista. Molemmat painot-tivat läpinäkyvyyden tärkeyttä, mutta vertasivat oman yhtiönsä läpinäkyvää raportointia toimialan muihin yhtiöihin, joissa tilanne ei ole välttämättä samanlainen. Heidän mu-kaansa negatiivisten asioiden raportointi kuuluu ehdottomasti avoimeen raportointiin, mutta esimerkiksi osalla kilpailijoista tietyt seikat voivat olla ”maton alla piilossa”, kuten H1 asian tiivistä.

*En nää itse siinä juurikaan haittoja. Ehkä se mahdollistaa tämmösiä virhetulkin-toja, jos itse raportoi todella läpinäkyvästi ja paljon, jos se ei ole toimialalla nor-maalialia. – – Meillä on varsin läpinäkyvää raportointia, ja sitä lisätään koko ajan. Mutta meidän toimiala junnaa vähän paikallaan. Tää ei oo niinkun normaalialia, niin tässä sitten joudutaan välillä vähän niinkun ns. kiusalliseen valoon, että taas siellä on jotakin likapyykkiä esillä, kun muualla se on sitten nätisti maton alla piilossa. Tää jääköön sitten kaikkien pääteltäväksi, kumpi on parempi. Itse uskon läpinäky-vyyteen. (H1)*

*Onhan sit niinkin, että jos sää avoimesti raportoit, niin sithän sää raportoit myöskin niitä asioita jotka ei ole niin miellyttäviä. – – joku muu vastuullisuusmittari menee väärään suuntaan, tietysti sekin pitää raportoida. – – Että, verrattuna sitten, siihen on aina helppo tarttua. (H2)*

Yleisesti ottaen haastateltavat kertoivat vastuullisuusraportoinnista olevan enemmän etua kuin haittaa yritykselle. Keskeisimpiä etuja, joita useat haastateltavat nostivat esiin, olivat raportoinnin hyödyntäminen brändi- ja työnantajamielikuvan luomisessa ja markkinoin-nissa. Lisäksi vastuullisuusraportointi nähtiin hyvänä apuna niin rahoittajien kuin

muidenkin sidosryhmien vaatimuksiin vastaamisessa. Rahoittajien suuntaan vastuullisuusraportoinnin eduksi koettiin erityisesti se, että raportoinnilla varmistetaan rahoituksen saatavuutta myös tulevaisuudessa. Alla olevassa kuviossa 8 on esitetty tiivistetysti keskeisimmät aineistosta esiin nousseet vastuullisuusraportoinnin edut ja haitat.



Kuvio 8 Haastateltavien ajatuksia vastuullisuusraportoinnin hyödyistä ja haitoista

Vastuullisuusraportoinnin negatiivisina puolina esiin nousi ensisijaisesti raportointiprosessin sitomat resurssit ja sitä kautta yrityksille aiheutuvat kustannukset. Kuluvaikutuksen yhteydessä muutama haastateltava nosti myös esiin erityisesti neuvonantokustannukset, sillä kaikilla yrityksillä ei ole omasta takaa resursseja tai osaamista muun muassa uuden lainsäädännön haltuun ottamiseksi. Keskeisin aineistosta esiin noussut viesti oli kuitenkin se, että vastuullisuusraportoinnista ei aiheudu yrityksille merkittäviä haittoja. Enemmänkin haastateltavat kokivat, että haittoja tulisi, mikäli vastuullisuusasioista ei raportoitaisi. Seuraavaksi käsitellään tarkemmin erilaisia haastatteluissa esiin nousseita näkökulmia, jotka liittyvät sidosryhmäsuhteisiin.

#### 4.1.3 Sidosryhmäsuhteet

Sidosryhmäsuhteet on nostettu omaksi osa-alueekseen aineiston analyysiin, sillä sidosryhmiin liittyvät näkökulmat ovat keskeinen teema tutkielman teoreettisessa viitekehyksessä. Sidosryhmäteorian avulla hahmoteltuja vastuullisuusraportoinnin merkityksiä

olivat esimerkiksi sidosryhmäsuhteiden johtaminen, suorituskyvyn parantaminen sekä tilivelvollisuus sidosryhmille.

Sidosryhmäsuhteiden johtamisella (Freeman ym. 2010) tarkoitti tilannetta, jossa yrityksen johtamisstrategia toimisi eri sidosryhmien tarpeita tasapainottavana mekanismina. Yritysvastuuraportointia voitaisiinkin tarkastella muun muassa keinona vastata eri sidosryhmien vaihteleviin ja muuttuviin tarpeisiin. Kuten edellä vastuullisuusraportoinnin hyötyjä ja haittoja käsittelevässä alaluvussa kerrottiin, eräs merkittävä hyöty vastuullisuusraportoinnissa oli usean haastateltavan mielestä eri sidosryhmien vaatimuksiin vastaaminen. Sen sijaan haastateltavat eivät erityisesti tunnistanee tilanteita, jossa eri sidosryhmien suunnalta tulisi yritystä kohtaan toisistaan poikkeavia vaatimuksia. Eri sidosryhmien vaatimukset koettiin yleisesti olevan linjassa toistensa kanssa, mutta H1 tunnisti sidosryhmien huomion kiinnittyvän nopealla tahdilla aina uusiin teemoihin.

*On siinä ehkä tietynlaista tempoilua, että mikä nyt on taas päivän topicci. Niinkun tiedät niin nykyään tämmönen attention span on aika huono asioiden suhteen, että yhtenä päivänä twittermyrsky tulee toisesta aiheesta ja toisena toisesta. Mutta en sanois, että niissä [vaatimuksissa] erityistä ristiriitaa on. Mutta aina se intressin kohde tuntuu vaihtelevan vähän tietyllä kausivaihtelulla. (H1)*

Vastuullisuusraportoinnin keskeiseksi kohderyhmäksi on esimerkiksi kestävyysraportointidirektiivissä (2022/2464/EU) mainittu sijoittajat. Sijoittajat nostettiin ainakin jollain tavalla esiin kaikkien haastateltavan kertoessa siitä, ketkä ovat yritykselle tärkeitä sidosryhmiä ja kenen suuntaan vastuullisuusraportointia kohdennetaan.

*Ja sittenhän nämä eri ESG-platformat, jotka ikään kuin antaa jonkin sortin arvion yhtiön vastuullisuustoiminnasta niin sehän pohjautuu pitkälti vastuullisuusraporttiin, ja siihen mikä on ulkosesti saatavilla. – – Nämä ilmeisimmät [ESG-mittareiden käyttäjät] on toki sijoittajat ja analyytikot, että nehän antaa tietynlaisen ulkopuolisen kuvan siitä mille ne ESG-asiat näyttää yhtiössä. (H1)*

*Sit niinku tässä puhuttiin rahottajista ja sijottajista, sieltä tulee tärkeitä kohderyhmiä. – – Me halutaan ja meidän täytyy olla mukana sellasissa, että meitä myöskin sijoitusmielessä luokitellaan tänne vastuullisten yritysten joukkoon. Se on firmalle tärkeitä että me ollaan siellä ESG-rahastoissa ja koreissa mukana. (H3)*

*– – tietysti mitä me pyritään tällä vastuullisuusraportoinnilla palveleen on niinku sijoittajia, että he saa sit sieltä yhdestä paikasta – – vastuullisuustiedot ja tällaset omaan käyttöönsä. (H4)*

*No, kyl mä aattelin, että ne sijoittajat voi olla se mahdollisesti tärkein [kohderyhmä]. (H5)*

Ainoastaan H5 kertoi sijoittajien olevan tärkein kohderyhmä vastuullisuusraportoinnille. H2 kertoi mielenkiintoisen näkökulman omista kokemuksistaan liittyen sijoittajien kanssa kommunikointiin. Hän kertoi, että itseasiassa sijoittajien kiinnostus vastuullisuusteemoihin ei ole niin korostunutta, kun voisi olettaa.

*Tottakai jos miettii kaikkien näiden keskeisten sidosryhmien kautta, niin, kyllähän sijoittajat. Mä sanoisin, että se ei oo vielä ihan niin pitkällä kuin voisi olettaa. Sen huomaa, jos käyn pitämässä salkunhoitajille presentaation, nii vastuullisuusosion aikana huomaa, että ihmisten keskittymiskyky ei ole ihan samalla tasolla, kun puhutaan näistä käynnissä olevan vuoden vaikka taloudellisista näkemyksistä. Karrikoiden vähän että, ”hyvä hyvä, mut miten se tän vuoden EBIT, paljonko meinaatte saada aikaseks?”. (H2)*

Haastateltavat mainitsivat sijoittajat nimeltä useassa kohtaa, kun eri sidosryhmistä ja vastuullisuusraportoinnin kohderyhmistä keskusteltiin. Tarkemmin avatessaan asiaa moni kuitenkin viittasi siihen, että yritykset haluavat kommunikoida vastuullisuudestaan siksi, että heidät huomioitaisiin vastuullisen sijoittamisen kentällä. H1 kertoi, että erityisesti institutionaalisilta sijoittajilta tulee myös vaatimuksia vastuullisuustietojen raportointia ja vastuullisuuden kehittämistä kohtaan. Muut haastateltavat eivät kuitenkaan juurikaan avanneet enempää sitä, miksi sijoittajille viestiminen on tärkeää, ja onko sijoittajien suunnasta tullut erimerkiksi paineita vastuullisuusseikkoihin liittyen. Toisaalta sijoittajat voidaan yleisesti ymmärtää niin keskeiseksi talous- ja vastuullisuusinformaation kohderyhmäksi, että sidosryhmän tärkeys kohderyhmänä nostettiin esille ikään kuin itsestään selvytenä.

Yllättävästi haastatteluissa korostuikin ensisijaisesti muut sidosryhmät kuin sijoittajat. Moni haastateltava pureutui erityisesti kooltaan suurien asiakkaiden vaatimuksiin ja heidän tärkeyteensä. Vastuullisuusraportointi ja siihen liittyvä raportointiprosessi ja tietojen kerääminen koettiin hyödyttävän yrityksiä asiakkaiden kasvaviin vaatimuksiin vastaamisessa. Jokainen haastateltava nosti asiakkaat joko tärkeimmäksi tai ainakin todella tärkeäksi vastuullisuusraportoinnin kohderyhmäksi.

*Jos hyötyihin käy kiinni, niin joillakin meidän asiakkailta on esimerkiksi tiettyjä vaatimuksia sen suhteen, että mitä heidän toimittajien tulee raportoida ja niin edelleen. Tähän tulee noista tulevista EU:n vaatimuksista. (H1)*

*— kyllä sen huomaa varsinkin [suurien asiakkaiden kilpailutuksissa], että siellä on vaikeeta menestyä vähänkään isommassa hankkeessa, jos ei ole tällaista tyyppinen raportointi kunnossa. Jos nyt pitäisi valita, niin kyllä se varmaan olisi ne asiakkaat kuitenkin. Ilman niitä ei tässä tarvitsi raportoida yhtään mitään, jos ei niinkun oo liiketoimintaa, sitten ei oo mitään raportoitavaakaan. Että tavallaan näin. Mutta ehkä sieltä suunnalta se [vaatimukset vastuullisuusraportoinnista], jotenkin kirkkaimmin tällä hetkellä tulee. (H2)*

*Toki, myöskin asiakkaat koko ajan kasvavassa määrin haluaa sitä päästölaskentaa tarkemmaksi ja tarkemmaksi, toki se auttaa sitä asiakkaidenkin päästölaskentaa, se meidän raportointi ja sen kehittäminen. Nyt viitataan lähinnä tähän ympäristöpäästölaskentaan. — Kyl on vaikeeta ajatella, että mikä sellainen firman sidosryhmä, joka ei olisi tässä jollakin tavalla mukana. Kyl me laajasti, isosti meidän kaikki sidosryhmät on. Mut kyl mä edelleen lähtisin siitä, et se asiakas on niinku ykkönen. (H3)*

*Mutta sit juurikin näiltä isoilta asiakkailta, jotka on isoja yrityksiä, niin he ihan vaatii tietynlaista raportointia, että he laittaa sieltä tulemaan kysymykset, joihin pitää vastata. (H5)*

Asiakkaiden kasvavat vaatimukset raportoitavan datan suhteen eivät toki tulleet yllätyksenä, sillä esimerkiksi kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464/EU) valmistelussakin on otettu asiaan kantaa. Kestävyysraportointidirektiivin myötä kaikille pakolliset yhte-näiset raportointistandardit (ESRS) nimittäin vähentäisivät direktiivin mukaan eri sidosryhmien tahoilta tulevia tapauskohtaisia tietopyyntöjä koskien yritysten kestävyysseikkoja. Siten tapauskohtaiset tietopyynnöt ja eri sidosryhmien tahoilta tulevat vaatimukset kestävyysseikkoihin liittyen on tunnistettu laajasti jo aiemmin. Haastateltavat tunnistivat raportointivelvoitteiden vaikutukset myös omiin alihankintaketjuihinsa, kun haastateltavien edustamat yritykset vyöryttävät vaatimuksia vastuullisuustietojen saatavuudesta eteenpäin myös omassa alihankintaketjussaan.

*Tietenkin asiakkaat, toimittajat, meidän käytetään jonkin verran alihankintaa. Tietysti sinnekin suuntaan. Me vyörytetään näitä meihin kohdistuvia velvoitteita tässä alihankintaketjussa sinne alaspäin. (H2)*

Pääteltävissä voisi olla, että asiakkaidenkin vaatimukset vastuullisuustiedoista pohjautuvat ensisijaisesti heidän omiin raportointivelvoitteisiinsa. Tätä tulkintaa tukee H1:sen selkeä viittaus juuri EU:n raportointivaatimukseen sekä H2:sen kommentti siitä, että he itse

listattuna yrityksenä vyöryttävät raportointivaatimuksia eteenpäin hankintaketjussa. Näin ollen keskeiseksi sidosryhmäksi nousikin epäsuorasti lainsäätäjä, eli Euroopan unioni tai lainsäädännön kansallisen implementoinnin myötä Suomen valtio.

Yrityksen omat ja tulevat työntekijät nostettiin kaikkien haastateltavien toimesta tärkeäksi vastuullisuusraportoinnin kohderyhmäksi. Työntekijöiden suuntaan raportointia kuitenkin kerrottiin hyödynnettävän erityisesti edellisessä alaluvussa mainitun työnantajamielikuvan luomisessa. H1 ja H2 kertoivat kuitenkin, että vastuullisuusraportointi on yleisellä tasolla hyvä väline tuoda vastuullisuustyötä näkyväksi myös omalle henkilöstölle. Varsinaisia vaatimuksia, joita yritykset kohtaavat sidosryhmien suunnalta, olivat siis lähinnä asiakkaiden vaatimukset tietynlaisesta raportoinnista, esimerkiksi päästölaskennasta. Kun nämäkin vaatimukset on yhdistettävissä lainsäädännön velvoitteisiin, voidaan ajatella, että eri sidosryhmien suunnalta tuleekin yllättävän vähän muita vaatimuksia vastuullisuusraportoinnista, kuin sellaisia, jotka on yhdistettävissä lainsäädännön velvoitteisiin.

Sidosryhmäteorian kautta vastuullisuusraportoinnin merkitykseksi teoreettisessa viitekehyksessä nostettiin myös instrumentaalisen sidosryhmäteorian ajatus yrityksen (taloudellisen) suorituskyvyn parantamisesta (Jones 1995). Alamin (2006, 210) mukaan suorituskyvyn paraneminen juontaisi luottamuksesta ja yhteistyöstä sidosryhmien ja yrityksen välillä. Jonesin ym. (2018, 372) mukaan instrumentaalinen sidosryhmäteoria ehdottaa, että sidosryhmäajattelun laajamittaisella integroinnilla yrityksen johtamisjärjestelmään voitaisiin saavuttaa kestävää kilpailuetua. Haastateltavat korostivatkin vastuullisuuden ja vastuullisuusraportoinnin tarjoamia etuja yrityksen liiketoimintamahdollisuuksien kannalta. Lisäksi H3 viittasi luottamukseen, todeten sen olevan hyvin keskeistä modernissa liiketoimintaympäristössä. Lisäksi kaikki haastateltavat viittasivat eri sidosryhmien kanssa käytäviin keskusteluihin yrityksen vastuullisuusteemoista osana muun muassa olennaisuusanalyysin laadintaa. Tämän voidaan nähdä viittaavan yhteistyön ja luottamuksen rakentamiseen yrityksen ja sen sidosryhmien välillä.

Kolmas teoreettisessa viitekehyksessä esitelty sidosryhmäteorian antama merkitys vastuullisuusraportoinnille oli tilivelvollisuuden täyttäminen. Tilivelvollisuus juontaa ajatuksesta, jossa tunnistetaan kaikkien sidosryhmien arvokkuus (Alam 2006, 210) myös osakkeenomistajia laajemmin (Freeman ym. 2010), ja näiden sidosryhmien oikeus saada



informaatiota yrityksen toiminnasta (Gray 2001, 11). Tilivelvollisuus liittyy myös legitimizeettiteoriaan ja sen näkemyksiin yhteiskunnallisesta sopimuksesta, jossa yrityksen on legitimizeettinsä säilyttääkseen noudatettava yhteiskunnassa kulloinkin vallitsevia normeja ja arvoja (Deegan 2006, 167). Tilivelvollisuuden voidaan tulkita nousseen esiin ainakin H1:sen kommentteista, kun hän viittasi kansalaisten, kansalaisjärjestöjen ja paikallisyhteisöjen oikeuksiin saada tietoa yrityksen toiminnasta.

*– – ainakin minun nähdäkseni normaalina kansalaisena myös, haluaisin tietää näistä yhtiöistä erityisesti, että asioihin paneudutaan, että niillä on riittävä kunnianhimo, linjassa myös sen kanssa mitä Suomessa halutaan saavuttaa. Ja sitten että ollaan avoimia omasta toiminnasta. – – Ja sitten on toki nää kansalaisjärjestöt, ja ihan niin kuin paikallisyhteisöt. Ne on myöskin tärkeitä kohderyhmiä ehdottomasti. (H1)*

Muiden haastateltavien puheissa varsinaista tilivelvollisuutta tai eri sidosryhmien tiedonsaantioikeutta itseisarvona ei varsinaisesti käsitelty. Sidosryhmien tietotarpeisiin vastaamista pidettiin toki yleisellä tasolla hyvin tärkeänä, mutta asiaa lähestyttiin enemmän esimerkiksi asiakkaiden päästölaskentainformaatiota koskevien tietopyyntöjen kautta. Työntekijöiden osalta korostui sen sijaan työnantajamielikuvan luominen ehkä markkinoitihenkisestikin. Toki sijoittajien informoimista ja heidän tietotarpeidensa täyttämistä voitaisiin pitää myös tilivelvollisuuden täyttämisenä. Toisaalta H2:sen kommentti siitä, miten salkunhoitajat keskittyvät enemmän taloudelliseen informaatioon, kielisi sijoittajienkin tietotarpeiden edelleen keskittyvän vahvasti taloudelliseen suoriutumiseen. Seuraavaksi siirrytään käsittelemään aineistoa legitimizeetin hallinnan kannalta, joka pohjautuu teoreettisen viitekehyksen legitimizeettiteoriaan. Legitimizeettiteorian ajatukset ovatkin itseasiassa hyvin samankaltaisia kuin sidosryhmäteorian näkökulmat tilivelvollisuuden täyttämisestä.

#### **4.1.4 Legitimizeetin hallinta**

Legitimizeetin hallinta on keskeinen tema tutkielmassa ja tutkielman teoreettisessa viitekehyksessä. Legitimizeettiteorian avulla voidaan tarkastella yritysten motiiveja vastuullisuusraportointiin (Khan ym. 2020, 1406). Yritykselle on tärkeää säilyttää oma legitimizeettinsä yhteiskunnan ja sidosryhmien silmissä. Legitimizeetti määritellään 'statukseksi', jonka yritys ansaitsee, kun yhteiskunta arvioi yrityksen toimivan yleisesti hyväksytyjen

normien ja arvojen mukaisesti (Suchman 1995, 574). Legitimiteettiteorian mukaan yritysvastuuraportin julkaiseminen on tapa viestiä yrityksen vastuullisuustoiminnasta, ja sillä pyritään vaikuttamaan yhteiskunnan ja sidosryhmien mielikuvaan yrityksen vastuullisuudesta ja siten legitimitetistä. (Deegan 2002; Deegan 2006.)

Teoreettisessa viitekehyksessä nostettiin esiin kaksi tapaa, joilla yritys voi vastata yhteiskunnan asettamiin odotuksiin sen vastuullisuustoimintaa koskien. Nämä olivat vastuullisuusraportin symbolinen käyttö sekä 'todellinen tilivelvollisuus' (Rodrigue ym. 2013, 108–109; Shabana & Ravlin 2016, 299; Haji ym. 2023, 192). Symbolinen vastuullisuusraportointi tarkoittaa tilannetta, jossa yritys raportoi viherpesun muodossa heikosta vastuullisuussuoriutumisestaan siten, että se näyttäytyisi todellisuutta vastuullisempaan toimijana (Shabana & Ravlin 2016, 298–299). Toisaalta symbolisen raportoinnin vastakohdaksi on vastuullisuusraportin käyttö 'todellisen tilivelvollisuuden' toteuttajana, jossa yritys raportoi luotettavaa ja todenmukaista informaatiota omasta vastuullisuussuoriutumisestaan (Shabana & Ravlin 2016).

Tutkielman haastattelukysymyksissä ei suoraan kysytty yritysten näkemyksiä viherpesusta tai legitimitetin hallinnasta. Aihe arvioitiin melko arkaluonteiseksi siinä mielessä, että moni haastateltava tuskin olisi valmis myöntämään yrityksen harjoittavan symbolista vastuullisuusraportointia. Sen sijaan legitimitetin hallintaa koskevia merkityksiä yritettiin 'lukea rivien välistä' ja esittämällä epäsuoria kysymyksiä muun muassa siitä, millaisen kuvan yritys haluaisi vastuullisuudestaan antaa ja millaiseksi sidosryhmien mielikuva yrityksen vastuullisuudesta arvioidaan (ks. Liite 1). Moni yritys kuitenkin viittasi omaaloitteisesti muun muassa viherpesun kaltaiseen lähestymistapaan vastuullisuusraportoinnissa, korostaen sekä haastateltavan oman että edustamansa yrityksen mielipiteiden olevan selvästi viherpesua ja symbolista raportointia vastaan. Erityisesti näitä teemoja nostivat omaaloitteisesti esille H1, H2 ja H3.

*Joo, joillakin on ollu sellanen virheellinen käsitys, että tää sustainability review on tämmönen kiiltokuvamainos joka yhtiöstä tehdään. Mut tää ei pitäis missään nimessä olla se pointti, että pitäis kertoa niistä olennaisista asioista. (H1)*

*Että jos jotain kirjoitat, niin kyllähän sun pitää sen mukaisesti toimia. Aika pitkään tämmösen vastuullisuusraportin julkaiseminen oli melkein paras markkinointitempaus mitä saattoi keksiä. Tota, ehkä tässä alkaa koittamaan aika, jolloin sanat ja teot pitää olla linjassa toistensa kanssa. Siitä jää sitten aika nopeasti kiinni. (H2)*

*En halua nyt semmosta viherpesua, kun on ollut puhetta et firmat tuo sitä sellasena viherpesuajatuksena läpi. -- Meiän firmalle noin muutenkin istuu aika käytännönläheinen ja realistinen lähestymistapa, -- me ei kauheasti hypetetä tai paukuteta sitte semmosia henkseleitä jostain asioita, pikemminkin keskitytään siihen, että tehdään niitä asioita ja sitten viestitään siitä mitä ollaan tehty. -- Se on ehkä se miten me suhtaudutaan siihen vastuullisuuteen, sitä ei voi pintaliimata jollain tavalla, markkinointina. (H3)*

*Se tekeminen olis kuitenkin keskiössä, ei se raportointi. Toki, se raportointi onkin myös hyvä tapa yrittää viestittää siitä mitä tehdään, mutta se ei oo meille se ykkösjuttu se raportointi vaan se itte tekeminen. (H3)*

*Oikeanlainen ympäristöteko on se että me aidosti vähennetään niitä meidän aiheuttamia ympäristöpäästöjä ja kerrotaan niistä. Eikä ehkä harhauteta ihmisiä ajattamaan, että mä oon nyt hiilineutraali sen takia. Vaikka mä saastutankin ihan hirveesti, mut kun mä kompensoin sitä tällain [päästökompensaatiot], et sit se on niinkun ok. Mut ei se oo. Tarkotan tätä, se realismi ja käytännön teot on mun mielestä niitä isoja juttuja. (H3)*

Haastateltavat myös kertoivat siitä, millaisen kuvan yritykset vastuullisuudestaan halusivat antaa. Monien vastauksissa korostui läpinäkyvyys, avoimuus ja se, että sidosryhmillä olisi realistinen kuva siitä, miten vastuullisuusasioihin yrityksessä suhtaudutaan, ja mitä toimenpiteitä tehdään. Vastauksissa korostui siten juuri todellisen tilivelvollisuuden näkökulma luotettavan informaation tarjoamisesta siten, että kerrotaan rehellisesti yrityksessä tehtävistä toimenpiteistä.

*No ehkä niinkun, ”hyvä” on varmaan sellainen tahtotila, mutta se minkälaisen kuvan haluan antaa, on mahdollisimman avoimen ja läpinäkyvän kuvan. Ei siellä kaikki ole kunnossa. Ja kaikki mikä ei ole kunnossa, sille on olemassa toimenpiteitä, millä saadaan tulevaisuudessa paremmaksi. Näistä vaikeistakin asioista kommunikoidaan. Mahdollisimman läpinäkyvän kuvan haluan antaa. (H1)*

*Mä haluisin antaa sellasen kuvan, et me suhtaudutaan siihen tota vakavasti, kaikkiin velvoitteisiin, mutta sit haluisin myös välittää kuvan, että me ollaan kiinnostuneita edistään sitä [vastuullisuutta] omilla ratkaisuillamme. -- Ehkä se lähtee meidän toimitusjohtajasta, että kai me halutaan näiden tekojemme puhuvan puolestaan. -- Sit vasta kun on kovaa faktaa esittää taustaksi, niin sitten ollaan kerrottu eteenpäin. Että sillain aika neutraalisti me on tästä kerrottu. Me ei olla tuotu tätä semmosena, miten sen nyt sanois järkevästi, me ei olla viritetty tätä meidän tarinaa tässä yhtään sen kauniimmaksi kun se on. Nähdään että meil on paikkoja mis pitää parantaa, useitakin paikkoja, ja siitä on kerrottu avoimesti. (H2)*

*Se kuva minkä mä haluisin, että asiakkaat tai sijoittajat muodostaa on mahdollisimman realistinen. Että he näkee ne todelliset teot, eikä sellaisia hypetyksiä tai kuorurutuksia. Ja sitä kautta arvostaisivat meidän tekemistä. (H3)*

*No, varmaan sellasen totuudenmukasen. Just sellasen, että saatas kerrottua ne kaikki asiat ja se työ, koska kuitenkin meillä tehdään hirveesti. Toivoisin että me oltais onnistuttu kertomaan ne asiat selkeesti, että heillä [sidosryhmillä] olisi ymmärrys niistä asioista mitkä on meille tärkeitä ja mitä me tehdään niiden edistämiseksi. (H4)*

Lisäksi haastateltavilta kysyttiin, kokevatko he, että vastuullisuusraportoinnilla oikeasti pystytään vaikuttamaan yrityksen vastuullisuudesta luotuihin mielikuviin eri sidosryhmien keskuudessa. Tässäkin yhteydessä H2 ja H3 korostivat, että mielikuviin voidaan vaikuttaa, mutta lupaukset täytyy myös lunastaa. H1 kertoi, että piensijoittajat eivät ole vastuullisuusasioista niin kiinnostuneita tai ajan tasalla verrattuna institutionaalisiin sijoittajiin. Lisäksi hän kertoi olevansa pettynyt median kiinnostukseen suhteessa vastuullisuusraportointiin. H5 taas kertoi, että hänen näkemyksensä mukaan raportoinnilla pystytään ehdottomasti vaikuttamaan mielikuviin.

*Toki sitten nää institutionaaliset on ihan eri asia. He ovat hyvin selvillä tästä ja ja se vaikuttaa kyllä hyvin heidän mielikuviin tää meidän vastuullisuusraportointi. (H1)*

*Täytyy sanoa, että oon ollu aika pettynyt siihen, että kuinka mediakin on vähän ehkä heikko ollu tässä vastuullisuusraportoinnin, tai siihen tutustumisessa. – – Omalta osaltani oon ollu aika pettynyt siihen, miten media on perehtynyt näihin vastuullisuusraportteihin. No faktathan on hirveen tylsiä asioita, paljon kivempaa kertoa tarinoita. [H1]*

*Sehän tässä toisaalta on listayhtiönä se mahdollisuus, että sulla on väylä raportoida ja tavallaan niinkun pääset mediassa läpi, että kyllä sä siihen omaan mielikuvaan pystyt sillä lailla vaikuttaa, mutta kyllä ne lupaukset pitää sitten lunastaa sielä arjen tekemisissä. (H2)*

*Nii kyl mä uskon et sil pystyy sit vaikuttaan. Kyl mä luulen et ihmiset on aika hyviä lukeen sellasii feikkijuttuja, et kaikkee maan ja taivaan väliltä, tehdään hienoi juttui mut jos ei sitä oikeesti tehdä niin, kyl se jotenkin varmaan välittyy siitä teksistä. (H3)*

*Kyl mä uskon, että jos se on laadukkaasti tuotettu se raportointi. Niin kyllä varmasti pystytään luomaan, että saa sellasen luotettavan kuvan, että ollaan oikeesti perehdytty näihin asioihin ja tutkittu nää riskit täällä taustalla. Mun mielestä se on ihan selkeätä, että pystytään vaikuttaan. (H5)*

Vastuullisuusraportoinnilla pystytään siten haastateltavien mielestä vaikuttamaan yrityksen vastuullisuudesta luotuun mielikuvaan. Poikkeuksen tästä teki H1:sen median suuntaan antama kritiikki siitä, että heidän yhtiönsä pitkäaikaista vastuullisuustyötä ympäristöystävällisten tuotteiden kehityksessä ei ole osattu huomioida. Haastateltavat myös kommentoivat sitä, millaiseksi he arvioivat sidosryhmien mielikuvan yrityksen nykyisestä vastuullisuudesta. Lähes kaikki haastateltavat arvioivat, että sidosryhmien mielikuva yritysten vastuullisuudesta on vähintään hyvällä tasolla. H4 sen sijaan ei osannut ottaa aiheeseen kantaa. Aineistosta esiin nouseva havainto siis on, että haastateltavien yritysten legitimizeetti sidosryhmien keskuudessa voidaan arvioida hyväksi.

*No, ainakin mitä suoraa palautetta oon kysynyt, niin se [vastuullisuus] nähdään todella avoimena. Ikään kuin toimialan sisällä selkeesti erottuvana. Hyvällä tapaa erottuvana. Tää on ollu selkeä feedback kyllä mitä itse olen saanut. (H1)*

*No mä luulen et meitä pidetään semmosena, ehkä kasin oppilas. Ei välttämättä nousta kirkkaana tähdenä esiin. Sehän on kaksi eri asiaa, minkälaisen kuvan olet onnistunut itsestäsi tässä mielessä välittämään ja sitten toisaalta se, mitä oikeasti teet. (H2)*

*Me ollaan sitä jonkin verran tutkittu, me profiloidutaan jossain määrin kyllä keskimäärin vastuullisempina varmaan mielikuvien perusteella, kun ala keskimäärin, luulisin. (H3)*

*Se onkin aika vaikea kysymys. – Tää vastuullisuus aiheena on aika vaikee, ja siitä on joskus aika vaikeekin kertoa sille et kaikki sen ymmärtäis, et se on tosi laaja aihe kuitenkin, ja paljon sellasta joka vaatii tosi syväkin ymmärrystä. Vaikee sanoa kuinka hyvin me sit tässä aina onnistutaan. (H4)*

*Kyllä on ollu positiivinen kuva heillä, ja ovat niinkun ymmärtäneet tavallaan sen, että mitkä nämä meidän bisneksen ne mahdollisuudet on, ja eivät sillain niinkun mitään nyt tosi merkittäviä riskejä näy. (H5)*

Legitimizeettiteoriassa keskeinen teema on myös 'yhteiskunnallinen sopimus', joka kuvastaa yrityksen ja yhteiskunnan välistä suhdetta. Mathews (1993, 26) mukaan yhteiskunta tarjoaa yrityksille niiden oikeudellisen aseman, ominaisuudet ja valtuuden omistaa ja käyttää luonnonvaroja sekä palkata työntekijöitä. Yritykset käyttävät hyväkseen yhteiskunnan resursseja tuottaakseen hyödykkeitä, mutta samalla ne tuottavat myös päästöjä ja jätteitä yhteiseen ympäristöön. Yrityksellä ei ole synnynnäistä oikeutta näihin etuihin,

ja salliakseen yritysten olemassaolon, yhteiskunta odottaa yrityksen toiminnan yhteiskunnalle tuottamien hyötyjen ylittävän toiminnan negatiiviset vaikutukset. (Deegan 2002, 292.) H1:sen mainitsema ”sosiaalinen toimilupa” viitanee juurikin yhteiskunnalliseen sopimukseen siitä, että organisaation on oikeutettava olemassaolonsa toimimalla vastuullisesti.

*No kyllä sillä [vastuullisuusraportoinnilla] tavoitellaan ihan niinkun sellasta sosiaalista toimilupaa. Se on ihan todella avainasemassa. – – Sosiaalinen toimilupa, näkisin että se on ylivoimaisesti tärkein juttu. Kansalaisten tai investorien keskuudessa, mutta tällaisella [--] toimialalla oleellista, että tietoa jaetaan. (H1)*

Legitimiteetin hallintaan liittyen selvä viesti erityisesti H1:sen, H2:sen ja H3:sen vastauksista oli, että yritykset eivät käytä vastuullisuusraporttia symbolisena vastauksena. H4 ja H5 eivät antaneet kyseisiin teemoihin kovin yksiselitteisiä vastauksia, mutta viittasivat läpi haastattelun avoimeen tiedonjakamiseen. Heidän osaltaan haastattelujen kestokin oli käytännön syistä lyhyempi, joten näihin teemoihin johdattelukin jäi valitettavasti vähemmälle. Seuraavaksi tutkielman tuloksia tarkastellaan vielä tiiviimmin, ja esitetään tutkielman keskeiset tulokset.

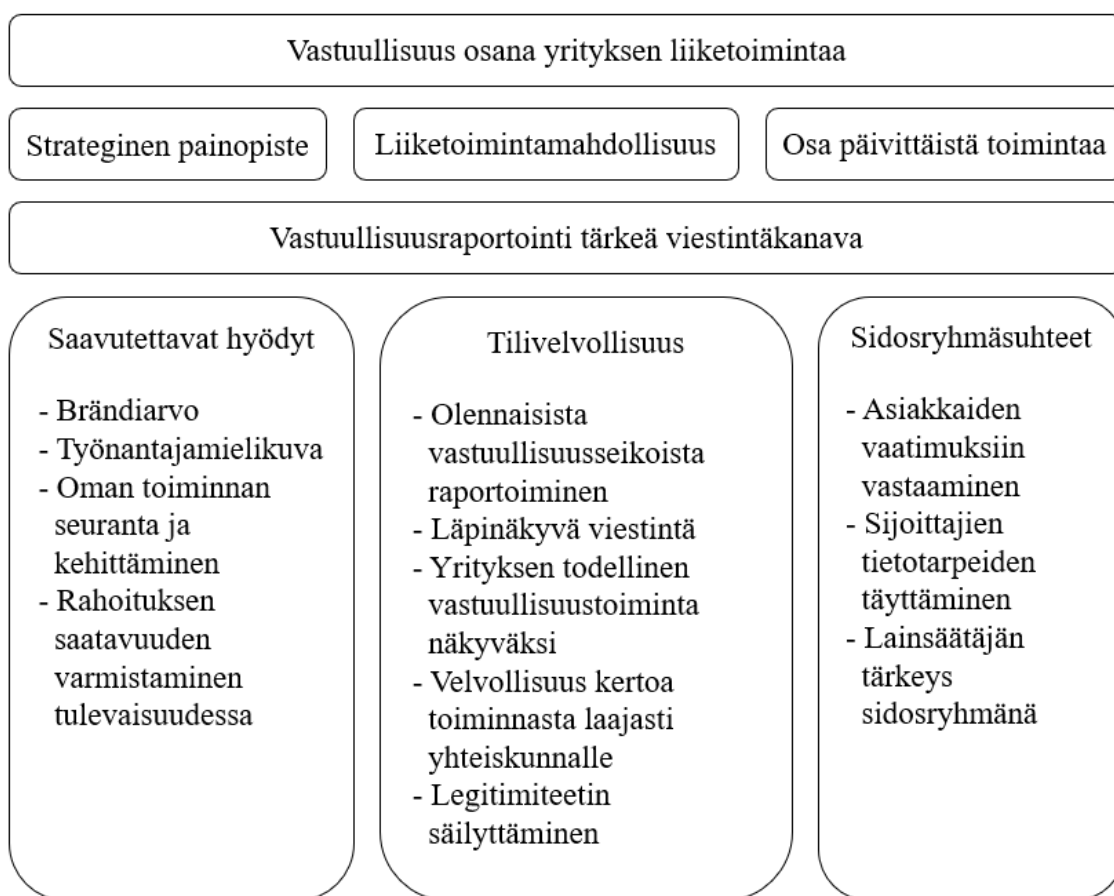
## 4.2 Keskeiset tulokset

### 4.2.1 Vastuullisuusraportoinnin merkitykset

Tämän tutkielman tavoitteena oli lisätä ymmärrystä siitä, millaisia näkökulmia vastuullisuusraportointivelvollisilla yrityksillä on vastuullisuusraportoinnin merkityksistä, ja sisältyykö näihin merkityksiin vastuullisuusraportin symbolinen käyttö. Tutkielman tavoitteet tiivistettiin kahteen tutkimuskysymykseen, joista ensimmäinen muotoiltiin seuraavasti: *millaisia merkityksiä yritykset liittävät vastuullisuusraportointiin?* Tässä alaluvussa esitetään tutkielman keskeiset tulokset liittyen tähän tutkimuskysymykseen.

Haastattelujen perusteella kaikki haastateltavat ja heidän edustamansa yritykset suhtautuivat yleisesti vastuullisuuteen ja vastuullisuusraportointiin myönteisesti. Vastuullisuus oli kaikkien haastateltavien mukaan keskeinen osa yrityksen liiketoimintaa ja vastuullisuusraportointi nähtiin kuuluvan luonnollisena jatkeena yrityksen normaaleihin

prosesseihin. Vastuullisuus oli keskeinen osa neljän yrityksen strategiaa. Lisäksi merkittävää painoarvoa kaikki haastateltavat antoivat vastuullisen toiminnan myötä saataville liiketoimintaeduille. Moni haastateltavista myös korosti vastuullisuuden olevan kiinteästi yhteydessä yritysten päivittäiseen toimintaan. Aineistosta muodostui kuva, ettei vastuullisuus ole millään tavalla irrallinen teema, vaan se on hyvin integroitu osa-alue liiketoiminnan ytimessä. Alla olevassa kuviossa 9 on tiivistetty tutkielman tulokset koskien vastuullisuusraportoinnin merkityksiä.



Kuvio 9 Tutkielman tuloksien yhteenveto – vastuullisuusraportoinnin merkitykset

Kuvio 9 etenee ylhäältä alaspäin, yleisistä teemoista kohti tarkemmin eriteltyjä havain-  
toja. Edellä esitellyt yleiset vastuullisuuteen liittyvät merkitykset on esitetty kuvan ylä-  
reunassa. Vastuullisuuden keskeinen rooli yritysten liiketoiminnassa heijastui myös haas-  
tateltavien suhtautumisessa vastuullisuusraportointiin. Vastuullisuusraportointi koettiin-  
kin tärkeäksi viestintäkanavaksi. Kaikkien haastateltavien näkemyksistä oli tulkittavissa  
kattava ja yleisellä tasolla positiivinen suhtautuminen vastuullisuusraportointia kohtaan.  
Haastateltavat tunnistivat vastuullisuusraportoinnin olevan tärkeä osa listayritysten

toimintaa ja hyvä kanava viestiä eri sidosryhmien suuntaan yritykselle keskeisistä vastuullisuusteemoista.

Kuvion 9 kolme alinta laatikkoa esittävät vastuullisuusraportoinnin merkityksiä eroteltuna kolmeen eri kategoriaan. Nämä ovat vastuullisuusraportoinnilla saavutettavat hyödyt, tilivelvollisuus ja sidosryhmäsuhteet. Vastuullisuusraportoinnilla saavutettaviksi hyödyiksi aineistosta nousi esiin useita erilaisia teemoja. Niistä keskeisimmät olivat vastuullisuusraportoinnin avulla saavutettavat hyödyt brändiarvona ja työnantajamielikuvan luomisessa, oman toiminnan seuranta ja kehittäminen sekä rahoituksen saatavuuden varmistaminen tulevaisuudessa.

Toinen aineistosta esiin noussut vastuullisuusraportoinnin merkitys oli vastuullisuusraportointi keinona tilivelvollisuuden toteuttamiseen. Tähän liittyvä keskeinen havainto oli olennaisista vastuullisuusseikoista raportointi. Haastateltavat kertoivat kartoittavansa yritykselle ja sen sidosryhmille tärkeitä asioita erilaisissa ulkoisissa ja sisäisissä keskusteluissa ja muun muassa olennaisuusanalyysin avulla. Haastateltavat korostivat olennaisuuden merkitystä osittain myös sen vuoksi, että vähäisten resurssien vuoksi vastuullisuusraportoinnin on keskityttävä yritykselle ja sen sidosryhmille tärkeisiin asioihin, sillä resursseja ”kaiken mahdollisen” raportointiin ei ole. Haastateltavat korostivat läpinäkyvää viestintää ja toivetta siitä, että yritysten todellinen vastuullisuus toiminta tulisi ymmärrettävästi esiin raportoinnin myötä. Tilivelvollisuudesta kertoi erityisesti H1:sen esiin tuoma yrityksen velvollisuus kertoa toiminnastaan laajasti koko yhteiskunnalle. Lisäksi aineistosta nousi esiin havainto, että haastateltavien edustamien yritysten legitimitetti sidosryhmien keskuudessa arvioitiin hyväksi. Näiden edellä esitettyjen seikkojen voidaan tulkita kertovan siitä, että yritykset pyrkivät avoimella raportoinnilla toteuttamaan todellista tilivelvollisuutta ja säilyttämään legitimitettiään.

Kolmas aineistosta esiin noussut vastuullisuusraportoinnin merkitys oli sidosryhmäsuhteet. Haastateltavat kertoivat, että vastuullisuusteemat koskettavat laajasti yritysten eri sidosryhmiä. Tärkeimmiksi sidosryhmiksi nostettiin muun muassa asiakkaat, sijoittajat ja työntekijät. Erityisesti kooltaan suurien asiakkaiden kasvaviin vaatimuksiin vastaaminen koettiin tärkeäksi vastuullisuusraportoinnin merkitykseksi. Aineistosta tehtiin tulkinta, että asiakkaiden vaatimukset vastuullisuusraportoinnista ja tapauskohtaiset tietopyynnöt muun muassa päästölaskentainformaatiosta on johdettavissa lainsäädännön vaatimuksiin



kyseisen informaation raportoinnista. Siten myös lainsäätäjä nousi aineistosta keskeiseksi yritysten sidosryhmäksi.

Myös sijoittajat mainittiin usein tärkeänä raportoinnin kohderyhmänä. Yllättäen haastateltavat kertoivat kuitenkin laajemmin monista muista sidosryhmistä kuin sijoittajista. Tästä voidaan tehdä erilaisia tulkintoja: sijoittajat voidaan kokea niin itsestään selväksi ja keskeiseksi sidosryhmäksi, ettei haastateltavat syventyneet heihin ryhmänä sen vuoksi tarkemmin. Toisaalta voidaan ajatella, että sijoittajilta itseltään ei tule erityisiä paineita tai vaatimuksia aineiston yrityksiä kohtaan koskien vastuullisuusraportointia. Tätä näkökulmaa tuki muun muassa H2:sen kommentti sijoittajien yllättävän vähäisestä kiinnostuksesta vastuullisuusinformaatiota kohtaan. Toisaalta H1 kertoi varsinkin institutionaalisten sijoittajien olevan erittäin kiinnostuneita vastuullisuusinformaatiosta.

#### **4.2.2 Vastuullisuusraportin symbolinen käyttö**

Tutkielman toinen tutkimuskysymys oli seuraava: *onko yritysten näkökulmissa havaittavissa viitteitä vastuullisuusraportin symbolisesta käytöstä?* Tässä alaluvussa esitetään tutkielman keskeiset tulokset liittyen tähän tutkimuskysymykseen. Vastuullisuusraportin symbolisella käyttämisellä tarkoitetaan tilannetta, jossa yritykset raportoivat vastuullisuudestaan valikoivasti ja omaa etuaan tavoitellen (Dierkes & Berthoin Antal 1986; Shabana & Ravlin 2016). Yritys luo siten kuvaa itsestään vastuullisena toimijana (ehkä valheellisestikin), vaikka todellisuudessa se ei keskittyisi parantamaan vastuullisuuttaan (Merkl-Davies & Brennan 2007; Rodrigue ym. 2013; Shabana & Ravlin 2016; García-Meca & Martínez-Ferrero 2021). Symbolista vastuullisuusraportointia voidaan luonnehtia myös viherpesuksi (Shabana & Ravlin 2016, 299).

Tutkielmassa symbolista vastuullisuusraportointia lähestyttiin epäsuorasti, sillä aihe arvioitiin arkaluontoiseksi raportoiville yrityksille. Vaikka symbolisesta vastuullisuusraportoinnista tai viherpesusta ei esitetty suoria kysymyksiä, kolme haastateltavaa (H1, H2 ja H3) viittasivat siihen oma-aloitteisesti. Nämä haastateltavat totesivat selväsanaisesti olevansa sekä henkilökohtaisesti että edustamansa yhtiön nimissä viherpesua ja symbolista raportointia vastaan. He viittasivat symboliseen vastuullisuusraportointiin markkinointitempauksena, 'kiiltokuvamainoksena' ja vastuullisuuden "pintaliimaamisena".

Haastateltavat kertoivat, että tunnistavat ilmiön, mutta nykyään tekojen ja sanojen tulee kohdata toistensa kanssa. He siten kiistivät oman yhtiönsä harjoittavan symbolista vastuullisuusraportointia.

Kahden muun haastateltavan kanssa aiheeseen syventyminen jäi vähäiseksi käytännön aikataulurajoitteiden vuoksi. He kuitenkin totesivat useaan otteeseen haluavansa viestiä läpinäkyvästi ja avoimesti toimintansa vastuullisuudesta. H4 painotti vastuullisuuden olevan kokonaisvaltaisesti hyvin tärkeä teema koko yritykselle ja itse asiassa koko toiminnan lähtökohta. Myös H5 painotti laadukkaan ja luotettavan raportoinnin merkitystä sidosryhmäsuhteiden kontekstissa.

Haastateltavat kertoivat hyvin samankaltaisesti siitä, millaisen kuvan heidän edustamansa yhtiö haluaa vastuullisuudestaan antaa. Vastauksissa esiintyivät sanat läpinäkyvyys, realtisuus, rehellisyys ja avoimuus. He myönsivät yrityksensä vastuullisuuden ulottuvuuk-sien sisältävän paikkoja, jossa parannettavaa löytyy. He kertoivat, että myös näistä asi-oista halutaan viestiä avoimesti ja rehellisesti. ”Ei olla viritetty tätä meidän tarinaa tässä yhtään sen kauniimmaksi kun se on”, kuten H2 asian tiivistä. Osa haastateltavista myös kertoi, että heidän vastuullisuusraporttinsa varmennetaan ulkopuolisen varmentajan toi-mesta, jonka koettiin lisäävän jaettavan informaation luotettavuutta.

Tutkielman tuloksena voidaan siten esittää, että yrityksen näkökulmista liittyen vastuul-lisuusraportointiin ei ollut löydettävissä merkkejä vastuullisuusraportin symbolisesta käytöstä. Haastateltavat yritykset suhtautuvat legitimizeettinsä hallintaan vakavasti, mutta korostivat todellisen tilivelvollisuuden merkitystä vastuullisuusraportoinnin osalta. Siten keskeisiä teemoja legitimizeetin hallinnassa ovat luotettavuus, läpinäkyvyys ja rehelli-syys.

## 5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

### *Tutkielman yhteenveto*

Tutkielman taustalla vaikutti voimakkaasti vastuullisuusraportoinnin ympärillä tapahtuva lainsäädännöllinen kehitys sekä vastuullisuusasioiden kasvaminen globaaliksi megatrendiksi. Vastuullisuusraportointi on tällä hetkellä pakollista NFR-direktiivin ja taksonomiaasetuksen mukaisesti tietyille yrityksille. Lisäksi tällä hetkellä raportointivelvollisten yritysten on alettava raportoimaan Euroopan unionin kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464/EU) mukaisesti alkaen tilikausista, jotka alkavat 1.1.2024 tai sen jälkeen. Kestävyysraportointidirektiivin myötä raportointivelvoitteet tulevat laajenemaan sekä raportointivelvollisten yritysten joukko kasvamaan asteittain.

Raportointivelvoitteiden laajentamisen taustalla on Euroopan unionin huoli nykyisten voimassa olevien velvoitteiden riittämättömyydestä. Tutkimuksien mukaan nykyinen raportointi muista kuin taloudellisista tiedoista NFR-direktiivin velvoittamana on EU:n mukaan huonosti vertailukelpoista, raportoinnin laatua on kyseenalaistettu ja huolta viherpesun esiintymisestä on esitetty. Myös vastuullisuusraportoinnin tutkimuksen saralla huolta symbolisen yritysvastuuraportoinnin esiintymisestä on esitetty. Muun muassa Deegan (2019) totesi artikkelissaan, että legitimeettiteorian mukaisesta yritysvastuuraportin symbolisesta käyttämisestä on jo niin paljon näyttöä, ettei sitä enää tarvita enempää.

Yritysvastuuraportoinnin symbolista käyttämistä tutkivat tutkimukset ovat kuitenkin suurimmaksi osaksi tehty ympäristöissä, joissa ei ole ollut säädöksiä velvoittamaa vastuullisuusraportointipakkoa. Toisaalta EU:n alueella on tehty jonkin verran tutkimuksia NFRD:n voimaan astumisen jälkeen, mutta tulokset ovat olleet vaihtelevia. Tutkimuksen tavoitteena olikin keskittyä lisäämään ymmärrystä siitä, millaisia merkityksiä yritykset liittävät vastuullisuusraportointiin, ja onko yritysten vastuullisuusraportoinnille antamista merkityksistä havaittavissa viitteitä yritysvastuuraportin symbolisesta käyttämisestä.

Tutkielma toteutettiin laadullisena haastattelututkimuksena, ja haastateltavien määrä oli viisi. Haastattelujen pieni määrä sekä laadullinen tutkimusmetodologia asettavat tutkimukselle omat raaminsa, joiden vuoksi tutkielman tulokset eivät ole tilastollisesti yleistettävissä. Tutkielman antina voidaan pitää syventymistä tutkimusaiheeseen pienen kohdejoukon kautta, ja kenties uusien näkökulmien tuomista aiheen tutkimukseen.

### *Keskeiset tulokset ja johtopäätökset*

Tutkimuksen tuloksina vastuullisuusraportoinnin merkityksiksi nousi useita erilaisia näkökulmia. Näistä keskeisimpiä olivat vastuullisuus liiketoimintamahdollisuutena ja vastuullisuusraportointi tärkeänä viestintäkanavana. Haastateltujen yritysten vastuullisuusraportointi pohjautuu yrityksen ja sen sidosryhmien kannalta olennaisiin seikkoihin. Vastuullisuusraportoinnin tärkeys tunnistettiin hyvin, ja sen todettiin kuuluvan olennaisena osana listayhtiönä toimimiseen. Tärkeitä esiin nousseita vastuullisuusraportoinnin merkityksiä olivat muun muassa brändiarvon lisääminen, työnantajamielikuvan luominen, oman toiminnan seuranta ja kehittäminen. Lisäksi sidosryhmien, erityisesti asiakkaiden, tietotarpeiden täyttäminen koettiin tärkeäksi.

Kaikki kolme hyödynnettyä teoriaa onnistuivat antamaan mahdollisia tulkintakehyksiä vastuullisuusraportoinnin merkityksille. Aineistosta löytyi viitteitä agenttiteorian mukaisista näkemyksistä, joissa yritys hyötyy taloudellisesti vastuullisuusraportoinnin myötä parantuneen maineen kautta (Huang & Watson 2015). Tähän voidaan tulkita olevan yhteydessä myös instrumentaalisen sidosryhmäteorian mukaiset ajatukset, jossa yrityksen suorituskyky paranee, kun luottamusta ja yhteistyötä eri sidosryhmien ja yrityksen välillä rakennetaan (Jones 1995; Alam 2006; Jones ym. 2018; Weitzner & Deutsch 2019). Suorituskyvyn paraneminen voidaan tulkita olleen vähintään yritysten toiveena, sillä vastauksissa esiintyi viittauksia kilpailussa pärjäämiseen vastuullisuuden avulla sekä erilaisiin liiketoimintamahdollisuuksiin ja luottamuksen rakentamiseen. Haastateltavat myös kertoivat rakentavansa yhteistyötä sidosryhmien (erityisesti sijoittajien) kanssa keskustelemalla yritykselle ja sidosryhmille tärkeistä vastuullisuusteemoista.

Lisäksi aineiston perusteella on nähtävissä, että yritykset pyrkivät hallitsemaan legitimitteettiään todellisen tilivelvollisuuden avulla. Luotettavuus, läpinäkyvyys ja rehellisyys nousivat keskeisiksi arvoiksi haastateltavien keskuudessa. Siten muun muassa EU:n

huolesta viherpesun esiintymiselle ei löytynyt viitteitä tutkielman aineiston perusteella. Legitimiteettiteoria tarjosi siten hyvän kehikon tarkastella vastuullisuusraportointia, mutta erityisesti sen tarjoama näkemys symbolisesta vastuullisuusraportoinnista ei nous-  
sut aineiston yritysten keskuudessa esiin.

Tutkielman johtopäätöksinä esitetään, että aineiston yritysten keskuudessa vastuullisuusraportointi koetaan merkitykselliseksi, yritysten toimintaan kiinteästi liittyväksi prosessiksi. Yritysten näkemyksistä voidaan tulkita, että vastuullisuusraportoinnin pakollisuudesta ja kustannusvaikutuksista huolimatta raportoinnista pyritään ottamaan kaikki hyödyt irti liiketoimintahyötyjen, brändin ja työnantajamielikuvan muodossa. Lisäksi keskeiseksi merkitykseksi noussut todellinen tilivelvollisuus kielii yritysten vakavasta suhtautumisesta vastuullisuuteen. Siten aineiston yritysten voidaan tulkita pyrkivän raportoimaan rehellisesti ja läpinäkyvästi omasta toiminnastaan yhteiskunnan pyrkiessä yhä laajamittaisemmin kohti kestävämpiä ja vastuullisempia taloudellisen toiminnan muotoja.

#### *Tutkielman rajoitteet ja jatkotutkimusaiheet*

Tutkielman tuloksien mukaan haastateltavien yritysten keskuudessa ei esiinny symbolista yritys vastuuraportointia. On huomattavaa, että tämä on vain yritysten edustajien itse kertoma näkemys aiheesta. Tutkielman informaatioarvo olisi voinut hyötyä laajemmasta aineistosta, jossa haastattelujen lisäksi mukaan analyysiin olisi otettu haastateltavien yritysten vastuullisuusraportit. Tutkielman käytännön rajoitteiden vuoksi tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista. Analysoimalla yritysten julkaisemia vastuullisuusraportteja tutkielmassa oltaisiin voitu peilata haastateltavien vastauksia siihen konkreettiseen informaatioon, mitä heidän edustamansa yritykset julkaisevat.

Tutkielmaan valikoitui kolme teoriaa, joiden pohjalta eri vastuullisuusraportoinnin mahdollisia merkityksiä voitaisiin tarkastella. Kolme teoriaa valittiin sen vuoksi, että ne ovat yleisiä ja laajemminkin hyödynnettyjä sekä laskentatoimen tutkimuksessa (agenttiteoria) että erityisesti vastuullisuusraportoinnin tutkimuksessa (sidosryhmä- ja legitimiteettiteoria). Vastuullisuuden ja vastuullisuusraportoinnin moniulotteisen luonteen vuoksi aihetta olisi voitu lähestyä myös useiden vaihtoehtoisten teorioiden kautta. On myös huomattava, että tutkielman aineiston analyysitapana hyödynnettiin teoriaohjaavaa sisällönanalyysia, jolloin aineiston pelkistämistä ja ryhmittelyä ohjasi paljon teoreettisessa viitekehyksessä

muodostettu kehikko. Myös haastattelukysymykset pohjautuivat teoreettiseen viitekehukseen. Vaihtoehtoiset teoriat tai syvempi keskittyminen vain yhteen teoriaan olisivat voineet muokata tutkielman haastattelukysymyksiä ja aineistoa sekä sen analyysiä toisenlaiseen suuntaan.

Lisäksi tutkielmalle antaa rajoitteita haastattelujen tiivis aikataulu. Haastateltavien henkilöiden rajallinen aika haastattelun toteuttamiselle vaikutti osaltaan siihen, että moneenkaan teemaan ei voitu keskittyä tarpeellisella syvällisyydellä. Lisäksi rajoitteita antaa haastateltavien vastauksiin sekä tutkijan osaamiseen liittyvät mahdolliset virhelähteet. Näitä voi muodostua esimerkiksi haastateltavien pyrkiessä antamaan haastattelijaa miellyttäviä vastauksia, ja tutkijan perehtymättömyys haastattelijan rooliin tarpeeksi laajasti.

Mahdollisia mielenkiintoisia jatkotutkimuskohteita olisi aiheen tutkiminen vaihtoehtoisten teorioiden kautta. Muun muassa institutionaalinen teoria sekä erilaiset markkinoinnin teoriat voisivat tarjota mielenkiintoisia näkökulmia aiheen tutkimiseen. Lisäksi vastuullisuusraportoinnin sääntelykentän jatkuvasti kehittyessä yritysten näkemykset vastuullisuusraportointia kohtaan varmasti elävät ajan saatossa. Valmistelussa oleva kestävyysraportointidirektiivi tuo sääntelyn piiriin suuren joukon sellaisia yrityksiä, joilla ei ole välttämättä tällä hetkellä kosketuspintaa vastuullisuusasioihin juuri lainkaan. Yritysten näkemykset vastuullisuusraportoinnista tulevat siis varmasti muokkautumaan merkittävästi tulevien vuosien aikana, kun raportointi jäsentyy ja tulee tasamittaisemmiksi eri toimialojen ja kokoluokkien yrityksille.

## LÄHDELUETTELO

- Aguinis, H. & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968. doi: 10.1177/0149206311436079
- Alam, M. (2006). Stakeholder theory. Teoksessa Hogue, Z. (toim.) *Methodological Issues In Accounting Research*. London: Spirasmus Press.
- Amin-Chaudhry, A. (2016). Corporate social responsibility - From a mere concept to an expected business practice. *Social Responsibility Journal*, 12(1), 190–207. doi: 10.1108/SRJ-02-2015-0033
- Aureli, S., Salvatori, F. & Magnaghi, E. (2020). A Country-Comparative Analysis of the Transposition of the EU Non-Financial Directive: An Institutional Approach. *Accounting, Economics, and Law: A Convivium*, 10(2). doi: 10.1515/acl-2018-0047
- Bernow, S., Godsall, J., Klempner, B. & Merten, C. (2019). *More than values: The value-based sustainability reporting that investors want*. McKinsey & Company. Tulostettu 25.11.2022. <https://www.mckinsey.com/businessfunctions/sustainability/our-insights/more-than-values-the-value-based-sustainability-reporting-thatinvestors-want>
- Bhattacharya, C., Korschun, D. & Sen, S. (2009). Strengthening Stakeholder-Company Relationships Through Mutually Beneficial Corporate Social Responsibility Initiatives. *Journal of Business Ethics*, 85, 257–272. doi: 10.1007/s10551-008-9730-3
- Bowen, H. (1953). *Bowen, Howard Rothmann, 1908- Social responsibilities of the businessman, New York, Harper, [1953]*. Uudelleenjulkaisu. (2013). Uudelleenjulkaisun esipuhe: Bowen, P. Johdanto: Gond, J. Iowa City: University of Iowa Press.
- Bryman, A. & Bell, E. (2015). *Business Research Methods*. Oxford University Press.
- Carroll, A. & Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. doi: 10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. doi: 10.5465/AMR.1979.4498296
- Christensen, H., Hail, L. & Leuz, C. (2021). Mandatory CSR and sustainability reporting: Economic analysis and literature review. *Review of Accounting Studies*, 26(3), 1176–1248. doi: 10.1007/s11142-021-09609-5
- Cormier, D., Lapointe-antunes, P. & Magnan, M. (2015). Does corporate governance enhance the appreciation of mandatory environmental disclosure by financial markets? *Journal of Management & Governance*, 19(4), 897–925. doi: 10.1007/s10997-014-9299-4
- Creswell, J. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. doi: 10.1108/09513570210435852
- Deegan, C. (2006). Legitimacy theory. Teoksessa Hoque, Z. (toim.) *Methodological issues in accounting research*. Spirasmus Press, 161 – 181.
- Deegan, C. (2019). Legitimacy theory: Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(8), 2307–2329. doi: 10.1108/AAAJ-08-2018-3638
- Dierkes, M. & Berthoin Antal, A. (1986). Whither Corporate Social Reporting: Is It Time to Legislate? *California Management Review*, 28(3), 106–121. doi: 10.2307/41165205

- Donaldson, T. & Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65–91.
- Elkington, J. (1998). Accounting for the triple bottom line. *Measuring Business Excellence*, 2(3), 18–22. doi: 10.1108/eb025539
- Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative Methods in Business Research*. London: Sage.
- Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Euroopan komissio. (2011). *Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle sekä alueiden komitealle: Yritysten yhteiskuntavastuuta koskeva uudistettu EU:n strategia vuosiksi 2011–2014*. Bryssel.
- Euroopan komissio. (2021). *Questions and Answers: Corporate Sustainability Reporting Directive proposal*. Tulostettu 26.11.2022. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda\\_21\\_1806](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_21_1806)
- Euroopan komissio. (2022). *Corporate Sustainability Reporting*. Tulostettu 13.6.2023. [https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting\\_en](https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en)
- Euroopan Unioni. (2022). *Kestävä kehitys*. Viitattu 20.1.2023. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable\\_development](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable_development)
- Fiechter, P., Hitz, J. & Lehmann, N. (2022). Real Effects of a Widespread CSR Reporting Mandate: Evidence from the European Union’s CSR Directive. *Journal of Accounting Research*, 60(4), 1499–1549. doi: 10.1111/1475-679X.12424
- Fifka, M. (2013). Corporate Responsibility Reporting and its Determinants in Comparative Perspective – A Review of the Empirical Literature and a Meta-analysis. *Business Strategy & the Environment*, 22(1), 1–35. doi: 10.1002/bse.729
- Finanssivalvonta. (2021). *Liikkeeseenlaskijan tiedonantovelvollisuus*. Tulostettu 22.6.2023. <https://www.finanssivalvonta.fi/paaomamarkkinat/liikkeeseenlaskijat-jasijoittajat/tiedonantovelvollisuus/>
- Frederick, W. (1960). The Growing Concern Over Business Responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54–61. doi: 10.2307/41165405
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R., Harrison, J., Wicks, A., Parmar, B. & de Colle, S. (2010). *Stakeholder Theory – The State of the Art*. Cambridge University Press.
- Friedman, M. & Friedman, R. (1962). *Capitalism and freedom*. University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits, *New York Times*, 13.9.1970. Tulostettu 27.11.2022. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- Gadamer, H. (2004). *Truth and method*. (2. laitos, käännöksen tarkastajat Weinsheimer, J. & Marshall, D.) London: Continuum.
- García-Meca, E. & Martínez-Ferrero, J. (2021). Is SDG reporting substantial or symbolic? An examination of controversial and environmentally sensitive industries. *Journal of Cleaner Production*, 298, 1–17. doi: 10.1016/j.jclepro.2021.126781
- Gray, R. (2001). Thirty years of social accounting, reporting, and auditing. What (if anything) we have learnt? *Business Ethics: A European Review*, 10(1), 9–15. doi: 10.1111/1467-8608.00207
- Gray, R., Adams, C. & Owen, D. (2014). *Accountability, social responsibility and sustainability: accounting for society and the environment*. Harlow: Pearson.



- Groen, W., Alcidi, C. & Simonelli, F. (2021). *European commission, Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union: Study on the non-financial reporting directive : final report*, Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi: 10.2874/229601
- Hahn, R. & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5–21. doi: 10.1016/j.jclepro.2013.07.005
- Haji, A., Coram, P. & Troshani, I. (2023). Consequences of CSR reporting regulations worldwide: A review and research agenda. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 36(1), 177–208. doi: 10.1108/AAAJ-05-2020-4571
- Harmaala, M. & Jallinoja, N. (2013). *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*. Helsinki: Sanoma Pro.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2022). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.
- Moll, J., Major, M. & Hoque, Z. (2006). The Qualitative Research Tradition. Teoksessa Hoque, Z. (toim.) *Methodological Issues In Accounting Research*. London: Spirasmus Press.
- Howe, J. (2017). *Making Climate Change History: Documents From Global Warming's Past*. University of Washington Press.
- Huang, X. & Watson, L. (2015). Corporate social responsibility research in accounting. *Journal of Accounting Literature*, 34, 1–16. doi:10.1016/j.acclit.2015.03.001
- Hyvärinen, M., Nikander, P., Ruusuvoori, J. & Aho, A. (2017). *Tutkimushaastattelun käsikirja*. Tampere: Vastapaino.
- Hyvärinen, M., Suoninen, E. & Vuori, J. (2023). Haastattelut. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 2.4.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus>
- Jackson, G., Bartosch, J., Avetisyan, E., Kinderman, D., & Knudsen, J. S. (2020). Mandatory Non-financial Disclosure and Its Influence on CSR: An International Comparison. *Journal of Business Ethics*, 162(2), 323–342. doi: 10.1007/s10551-019-04200-0
- Jensen, M. & Meckling, W. (1976). Theory of a Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Teoksessa Wittman, D. (toim.) (2008). *Economic Analysis of the Law: Selected Readings*. Chichester: Wiley-Blackwell. doi: 10.1604/9781405141925
- Jones, T. (1995). Instrumental stakeholder theory: a synthesis of ethics and economics, *Academy of Management Review*, 20, 404–437.
- Jones, T., Harrison, J. & Felps, W. (2018). How Applying Instrumental Stakeholder Theory Can Provide Sustainable Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, 43(3), 371–391. doi: 10.5465/amr.2016.0111
- Juhila, K. (2023). Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteet. Teoksessa Vuori, J. (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 27.11.2022. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullinen-tutkimus-ja-teoria/>
- Kallio, A. (2023). Litterointi. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 16.4.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus>
- Kestävyysraportointidirektiivi (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD). (2022/2464/EU). Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2022/2464, asetuksen (EU) N:o 537/2014, direktiivin 2004/109/EY, direktiivin 2006/43/EY ja direktiivin 2013/34/EU muuttamisesta yritysten kestävyysraportoinnin osalta. *Euroopan unionin virallinen lehti*. L322/1. 15–80.

- Khan, M., Hassan, A., Harrison, C. & Tarbert, H. (2020). CSR reporting: A review of research and agenda for future research. *Management Research Review*, 43(11), 1395–1419. doi: 10.1108/MRR-02-2019-0073
- Kihn, L. & Ihantola, E. (2008). Tutkimuksen laadun arvioinnista. Teoksessa Hyvönen T., Laine, M. & Mäkelä, H. (toim.) *Laskenta-ajattelun tutkija ja kehittäjä professori Salme Näsi 60 vuotta*. 81–95. Tampere.
- Kihn, L. & Näsi, S. (2011). Tilintarkastusta käsittelevien väitöskirjojen tutkimusstrategiset valinnat – aihepiiri ja tutkimusote. Teoksessa Jokipii, A. & Miettinen, J. (toim.) *Contributions to Accounting, Auditing and Internal Control. Essays in Honour of Professor Teija Laitinen*. Acta Wasaensia 234, 61–87.  
*Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336*
- Koipijärvi, T. & Kuvaja, S. (2017). *Yritysvastuu: Johtamisen uusi normaali*. Helsinki: Kauppakamari.
- Koskinen, I., Alasuutari, P. & Peltonen, T. (2005). *Laadulliset menetelmät kauppatieteissä*. Tampere: Vastapaino.
- KPMG. (2022). *Big shifts, small steps – Survey of Sustainability Reporting 2022*. KPMG International. Tulostettu 12.2.2023. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2022/10/ssr-small-steps-big-shifts.pdf>
- Laine, M., Tregidga, H. & Unerman, J. (2022). *Sustainability Accounting and Accountability*. Routledge. doi: 10.4324/9781003185611
- Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. (2019). *Menesty yritysvastuulla: käsikirja kokonaisuuteen*. Helsinki: Edita.
- Lillis, A. (2006). Reliability and validity in field study research. Teoksessa Hoque, Z. (toim.) *Methodological Issues in Accounting Research: Theories and Methods*. London: Spirasmus.
- Lindblom, C. (1994). The implications of organisational legitimacy for corporate social performance and disclosure, *Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York.
- Mathews, M. (1993). *Socially Responsible Accounting*. London: Chapman and Hall.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. doi: 10.5465/amr.2001.4011987
- Merkel-Davies, D. & Brennan, N. (2007). Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impression Management? *Journal of Accounting Literature*, 26, 116–194.
- Metsämuuronen, J. (2009). *Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä: Tutkijalaitos*. Helsinki: International Methelp Ky.
- Michelon, G., Pilonato, S. & Ricceri, F. (2015). CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis. *Critical Perspectives on Accounting*, 33, 59–78. doi: 10.1016/j.cpa.2014.10.003
- Mio, C., Fasan, M., Marcon, C. & Panfilo, S. (2020). The predictive ability of legitimacy and agency theory after the implementation of the EU directive on non-financial information. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2465–2476. doi: 10.1002/csr.1968
- Moser, D. & Martin, P. (2012). A Broader Perspective on Corporate Social Responsibility Research in Accounting. *Accounting Review*, 87(3), 797–806. doi: 10.2308/accr-10257
- Niskala, M., Pajunen, T., Tarna-Mani, K. & Puroila, J. (2019). *Yritysvastuu: Raportointi- ja laskentaperiaatteet*. Helsinki: ST-Akatemia Oy.

- Non-Financial Reporting Directive, NFRD. (2014/95/EU). Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2014/95/EU, neuvoston direktiivin 2013/34/EU muuttamisesta tiettyiltä suurilta yrityksiltä ja konserneilta edellytettävien muiden kuin taloudellisten tietojen ja monimuotoisuutta koskevien tietojen julkistamisen osalta. *Euroopan unionin virallinen lehti*. L330/1. 1–9.
- Our Common Future (The Brundtland Report). (1987). Teoksessa Howe, J. (2017). (toim.) *Making Climate Change History: Documents From Global Warming's Past*. University of Washington Press.
- Parsons, T. (1960). *Structure and process in modern societies*. Glencoe IL: Free Press.
- Pucker, K. (2021). Overselling Sustainability Reporting. *Harvard Business Review*. Tulostettu 26.11.2022. <https://hbr.org/2021/05/overselling-sustainability-reporting>
- Ren, S., Huang, M., Liu, D. & Yan, J. (2023). Understanding the Impact of Mandatory CSR Disclosure on Green Innovation: Evidence from Chinese Listed Firms. *British Journal of Management*, 34(2), 576–594. doi: 10.1111/1467-8551.12609
- Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 351–366. doi: 10.1007/s10551-008-9968-9
- Rezaee, Z. (2016). Business sustainability research: A theoretical and integrated perspective. *Journal of Accounting Literature*, 36, 48–64. doi: 10.1016/j.acclit.2016.05.003
- Rodrigue, M., Magnan, M. & Cho, C. (2013). Is Environmental Governance Substantive or Symbolic? An Empirical Investigation. *Journal of Business Ethics*, 114(1), 107–129. doi: 10.1007/s10551-012-1331-5
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. (2006). *Aineisto- ja teoriatilasto, Kvali-MOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. Viitattu 27.11.2022. [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L2\\_3\\_2\\_3.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_3.html)
- Secchi, D. (2007). Utilitarian, managerial and relational theories of corporate social responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 9(4), 347–373.
- Sethi, S. (1978). Advocacy Advertising – The American Experience. *California Management Review*, 21(1), 55–68. doi: 10.2307/41165295
- Shabana, K. & Ravlin, E. (2016). Corporate Social Responsibility Reporting as Substantive and Symbolic Behavior: A Multilevel Theoretical Analysis. *Business and Society Review*, 121(2), 297–327. doi: 10.1111/basr.12089
- Silva, S. (2021). Corporate contributions to the Sustainable Development Goals: An empirical analysis informed by legitimacy theory. *Journal of Cleaner Production*, 292. doi: 10.1016/j.jclepro.2021.125962
- Subramaniam, N. (2006). Agency theory and accounting research: an overview of some conceptual and empirical issues. Teoksessa Hogue, Z. (toim.) *Methodological Issues In Accounting Research*. London: Spirasmus Press.
- Suchman, M. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. doi: 10.2307/258788
- Suomen perustuslaki 11.6.1999/731
- Taksonomia-asetus. (2020/852/EU). Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EU) 2020/852 kestävästä sijoittamisesta helpottavasta kehyksestä ja asetuksen (EU) 2019/2088 muuttamisesta. *Euroopan unionin virallinen lehti*. L198/1. 13–43.
- Tieteen termipankki. (2023). Filosofia: hermeneuttinen kehä. Viitattu 29.4.2023. [https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:hermeneuttinen\\_keha](https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:hermeneuttinen_keha)
- Tietoarasto. *Tunnisteellisuus ja anonymisointi, Aineistohallinnan käsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. Viitattu 23.4.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/aineistohallinta/tunnisteellisuus-ja-anonymisointi>

- Tilinpäätösdirektiivi. (2013/34/EU). Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2013/34/EU, tietyntyyppisten yritysten vuositilinpäätöksistä, konsernitilinpäätöksistä ja niihin liittyvistä kertomuksista, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2006/43/EY muuttamisesta ja neuvoston direktiivien 78/660/ETY ja 83/349/ETY kumoamisesta. *Euroopan unionin virallinen lehti*. L182/1. 19–76.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Valtioneuvosto. (2021). *Tiedote: Valtioneuvosto vastustaa taksonomia-asetuksen ilmasto- ja ympäristöä koskevan säädösehdotuksen hyväksymistä*. Viitattu 21.5.2023. <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/valtioneuvosto-vastustaa-taksonomia-asetuksen-ilmasto-ja-ymparisto-ja-ymparisto-koskevan-saadosehdotuksen-hyvaksymista>
- Vuori, J. (2023). Laadullinen sisällönanalyysi. Teoksessa Vuori, J. (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 22.4.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus>
- Weitzner, D. & Deutsch, Y. (2019). Why the Time Has Come to Retire Instrumental Stakeholder Theory. *The Academy of Management Review*, 44(3), 694–698. doi: 10.5465/amr.2018.0342

## LIITTEET

### LIITE 1 Haastattelurunko

Miten yrityksessänne suhtaudutaan vastuullisuuteen?

Miten yrityksessänne suhtaudutaan vastuullisuusraportointiin?

Onko vastuullisuusraportoinnilla saavutettavissa yrityksellenne jotakin hyötyjä?

Onko vastuullisuusraportoinnista jotakin haittaa yrityksellenne?

Mitkä ovat yrityksellenne keskeisimpiä syitä raportoida vastuullisuusinformaatiota?

Onko vastuullisuusraportointia koskeva sääntely kannustanut yrityksessänne keskittämään resursseja vastuullisuuden parantamiseen?

Mitkä ovat keskeisimmät vastuullisuusraportoinnin kohderyhmät?

Millaiseksi arvioisitte sidosryhmien muodostaman kuvan yrityksenne vastuullisuudesta?

Millaisen kuvan haluaisitte antaa vastuullisuudestanne?

Koetteko, että yritys pystyy vaikuttamaan raportoinnilla sen vastuullisuudesta luotuun mielikuvaan?

Onko yrityksenne kohdannut vastuullisuuskysymyksiin liittyviä paineita sidosryhmiltä?