2.5 Neljännesvuosisata suomalaista yritysvastuuta: Sidosryhmävastuullisuus ja sen muutokset suomalaisissa yrityksissä 1994–2019

Johanna Kujala
Hanna Salminen

Johdanto

Vastuullisuus on jo lähes kaikkien suomalaisten yritysten päätöksenteon ytimessä. Vastuullisuus on yhä strategisempaa, tavoitteellisempaa ja organisoidumpaa. Yrityksillä on kestävän kehityksen tavoitteita strategioissaan ja vastuullisuutta pidetään yhä tärkeämpänä myynnin kasvun ja osakkeen arvon kannalta. (Varja & Tienari, 2022.) Yritystoiminnan vastuullisuus on kuitenkin moniulotteinen ja monimerkityksinen käsite. Siksi yritysjohdon yleisten vastuullisuusasenteiden ymmärtämisen lisäksi tarvitaan täsmällisempää analyysiä vastuullisuuden sisällöstä ja merkityksestä yritystoiminnassa.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan sitä, miten vastuullisuus konkretisoituu sidosryhmäsuhteissa, miten yritysjohtajat suhtautuvat sidosryhmävastuullisuuteen, ja miten johdon näkemykset muuttuvat toimintaympäristön muuttuessa. Tutkimus perustuu sidosryhmäteoriaan, jonka mukaan yritykset ovat olemassa luodakseen arvoa sidosryhmilleen ja sidosryhmiensä kanssa (Freeman, 1984; Freeman ym., 2010). Yritystoiminta ymmärretään tavaksi pitää huolta yhteiskunnallisesti tärkeistä tuotanto- ja palvelutehtävistä sekä organisoida niihin liittyviä innovointi- ja kehitystoimia (Kujala, 2001a). Yritystoiminta myös mahdollistaa sen, että eri sidosryhmät pystyvät tyydyttämään tarpeitaan, eli että asiakkaat saavat haluamiaan tuotteita ja palveluja, työntekijät työpaikan, julkinen valta verotuloja ja omistajat tuottoa sijoittamalleen pääomalle (Kujala & Kuvaja, 2002). Yrityksen vastuullisuus konkretisoituu suhteessa eri sidosryhmiin ja abstraktista vastuullisuuden käsitteestä saadaan ote operationalisoimalla vastuullisuuden sisältö sidosryhmäsuhteisiin kiinnittyvän analyysin avulla.

Tutkimus perustuu vuodesta 1994 toteutetulle sidosryhmävastuullisuuden seurantatutkimukselle (Kujala, 2004; 2007; 2010; Kujala ym., 2017). Tutkimuksen empiirinen aineisto on kerätty suomalaisten suurten teollisuusyri-

tysten johtajille vuosina 1994, 1999, 2004, 2009, 2014 ja 2019 kohdennetulla kyselyllä. Tutkimuksessa käytetty kyselylomake perustuu huolella laadittuun viitekehykseen sidosryhmäsuhteiden vastuullisuuskysymyksistä (Kujala, 2001b).

Käymme seuraavaksi lyhyesti läpi tutkimuksen teoreettisen taustan ja kuvaamme tutkimusmenetelmän. Tämän jälkeen raportoimme muutokset johtajien vastuullisuusasenteissa eri sidosryhmiä kohtaan vuodesta 1994 vuoteen 2019 sekä vertaamme johtajien sidosryhmävastuullisuutta yrityksen taloudelliseen etuun. Lopuksi luomme synteesin suomalaisten johtajien vastuullisuusnäkemyksissä viimeisen 25 vuoden aikana tapahtuneista muutoksista.

Teoreettinen viitekehys

Vaikka liiketoiminnan vastuullisuudesta on tullut viime aikoina jo lähes jokapäiväinen keskustelunaihe, on sen sisältö, määrittely ja erityisesti mittaaminen edelleen haastavaa. Perinteisesti vastuullisuutta on jäsennetty taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen vastuullisuuden käsitteiden kautta, mutta sisällön tarkempi määrittely on jätetty pitkälti yritysten oman aktiivisuuden varaan. Täsmällisempi ja konkreettisempi keskustelu vastuullisuuden sisällöstä on kuitenkin tarpeen. Johtajien tulee ymmärtää yrityksen rooli asiakkaiden, työntekijöiden, tavarantoimittajien ja paikallisyhteisöjen tarpeisiin vastaamisessa samalla, kun yritys toimii kannattavasti ja tuottaa voittoa omistajilleen (Donaldson & Preston, 1995; Freeman ym., 2010; Harrison & Wicks, 2013; Mitchell ym., 1997).

Sidosryhmäteoriassa yritystoiminta ymmärretään siis yhteistoimintana sidosryhmien kanssa, jolloin myös yritysten vastuullisuus laajenee koskemaan laajasti kaikkia sidosryhmiä (Freeman, 1984). Sidosryhmäteorian mukaan sidosryhmien huomioiminen on vastuullisuuden ytimessä (Crane ym., 2013). Sidosryhmillä tarkoitetaan tässä yhteydessä kaikkia niitä ryhmiä ja yksilöitä, jotka voivat vaikuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttamiseen tai joihin yrityksen toiminnalla on vaikutusta (Freeman, 1984, 46). Yritysten tärkeimpiä sidosryhmiä ovat asiakkaat, työntekijät, omistajat, julkinen valta, tavarantoimittajat ja jakelijat, kilpailijat ja rahoittajat (Kujala, 2001b). Viime aikoina median, kansalaisjärjestöjen, paikallisyhteisöjen sekä luonnon kuuluminen yritysten sidosryhmiin on myös tunnustettu (Heikkinen ym., 2019; Kujala ym., 2017, 2019; Laine, 2010; Sachs & Kujala, 2021a, 2021b).

Sidosryhmävastuullisuus liittyy siihen, miten hyvin sidosryhmien intressit tulevat huomioiduiksi yritystoiminnassa (Freeman, 2006; Kujala ym., 2017). Sidosryhmäintressien käsite kattaa sidosryhmien motivaatiot, odotukset ja panostukset yrityksen toimintaa liittyen (Carroll, 1989; Marjamaa ym., 2021; Myllykangas, 2009). Sidosryhmävastuullisuuteen kuuluu siis yhtäältä vastaaminen eri sidosryhmien odotuksiin ja vaateisiin ja toisaalta yrityksen kokonaisvaltainen suhtautuminen sidosryhmiin. Sidosryhmävastuullisuus konkretisoituu sidosryhmäsuhteisiin liittyvissä vastuullisuuskysymyksissä (Kujala ym., 2017). Esimerkiksi asiakkaiden kohdalla tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen tulee huomioida moninaiset asiakastyytyväisyyteen, tuotteiden turvallisuuteen ja laatuun sekä hinnoitteluun ja pakkaamiseen liittyvät asiakkaiden odotukset ja toiveet toiminnassaan (Carroll, 1991; Dalton & Daily 1991; De George 1990; Kujala, 2001a; Watson 1991). Työntekijät taas odottavat hyviä työskentelyolosuhteita ja työturvallisuutta, koulutus- ja kehittymismahdollisuuksia, kilpailukykyistä palkkaa ja mahdollisuutta osallistua päätöksentekoon (Carroll, 1991; Dalton & Daily, 1991; Kujala, 2001; Olian & Guthrie, 1990; Riivari ym., 2019; Watson, 1991).

Tässä tutkimuksessa sidosryhmävastuullisuus operationalisoidaan Kujalan (2001a) kehittämän väittämäpatteriston avulla, jota on myöhemmin muokattu vastaamaan paremmin toimintaympäristössä tapahtuneita muutoksia (Kujala, 2010; Kujala ym., 2017). Sidosryhmävastuullisuuden rinnalla kiinnostavaa on myös se, miten taloudellinen näkökulma vaikuttaa johtajien sidosryhmäasenteisiin. Taloudellisen näkökulman huomioimiseksi tässä tutkimuksessa tarkastellaan sitä, miten johtajien asenteet muuttuvat, kun sidosryhmävastuullisuutta verrataan yrityksen taloudelliseen etuun.

Aineisto ja sen analysointi

Tutkimus kohdistuu suomalaisten, yli 100 henkeä työllistävien teollisuusyritysten johtajien sidosryhmävastuullisuuteen, jota on tutkittu 25 vuoden ajan viiden vuoden välein vuosina 1999, 2004, 2009, 2014 ja 2019 kyselytutkimuksella. Viimeisin, joulukuussa 2019 toteutettu kysely lähetettiin yhteensä 475 yritysjohtajalle, joista 77 vastasi kyselyn. Vastausprosentti (16,2 %) jäi alhaiseksi, mikä on tyypillistä sähköisten kyselyiden kohdalla ja erityisesti tutkittaessa ylintä johtoa (Baruch & Holtom, 2008). Koska kyseessä on kuitenkin kokonaisotos, eli kysely on lähetetty kaikille kohderyhmään kuuluville, voidaan vastausmäärää pitää tyydyttävänä.

Taulukossa 1 on kuvattu vastaajien taustatiedot. Kuten aiempinakin kyselyvuosina myös vuonna 2019 kyselyn kohdalla vastaajista suurin osa oli miehiä (89,6 %). Vuoden 2019 kyselyyn vastaajien keski-ikä oli 52 vuotta (vaihteluväli 33–66). Lähes kaikkien vastaajien (94,8 %) tulot olivat yli 100 000 euroa vuodessa ja 70,1 % vastaajista oli yli 10 vuoden johtajakokemus. Suurin osa vastaajista (70,1 %) ei omistanut osakkeita yrityksestä, jossa työskenteli johtajana.

Taulukko 1 Vuosien 1994–2019 vastaajien taustatiedot (n, %)

	2021		2014		2009		2004		1999		1994	
	n	**%**	*n*	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Vastaajia	**77**	**16,2**	85	15,9	193	21,9	198	21,3	325	31,0	357	33,2
Sukupuoli												
Mies	**69**	**89,6**	80	94,1	183	94,8	186	93,9	309	95,1	345	96,6
Nainen	**5**	**6,5**	5	5,9	10	5,2	9	4,5	15	4,6	11	3,1
Ei tietoa	**3**	**3,9**	0	0,0	0	0,0	3	1,5	1	0,3	1	0,3
Ikä												
Alle 45	**7**	**9,1**	14	16,5	30	15,5	35	17,7	74	22,8	94	26,3
45–54	**37**	**48,1**	33	38,8	98	50,8	84	42,4	157	48,3	209	58,5
Yli 54	**29**	**37,6**	31	36,5	60	31,1	73	36,9	83	25,5	47	13,2
Ei tietoa	**4**	**5,2**	7	8,2	5	2,6	6	3,0	11	3,4	7	2,0
Tulot (€/vuosi)												
80 000 tai vähemmän	**2**	**2,6**	8	8,5	21	10,9	51	25,8	133	40,9	221	61,9
80 000–100 000	**2**	**2,6**	11	13,0	34	17,6	35	17,7	72	22,2	55	15,4
Yli 100 000	**73**	**94,8**	61	71,8	133	68,9	106	53,5	112	34,5	54	17,9
Ei tietoa	**0**	**0,0**	5	5,9	5	2,6	6	3,0	8	2,5	17	4,8
Johtamiskokemus (vuosia)												
Alle 5	**5**	**6,5**	9	10,6	32	16,6	31	15,7	44	13,5	48	13,4
5–10	**18**	**23,4**	24	28,2	49	25,4	50	25,3	83	25,5	126	35,3
Yli 10	**54**	**70,1**	47	55,3	108	56,0	110	55,6	192	59,1	170	47,6
Ei tietoa			5	5,9	4	2,1	7	3,5	6	1,8	13	3,6
Omistajuus												
Ei omistajuutta	**54**	**70,1**	60	70,6	138	71,5	134	67,7	218	67,1	258	72,3
< 50 % osakkeista	**14**	**18,2**	9	10,6	47	24,4	34	17,2	60	18,5	73	20,4
> 50 % osakkeista	**5**	**6,5**	5	5,9	7	3,6	10	5,1	22	6,8	24	6,7
Ei tietoa	**4**	**5,2**	11	12,9	1	0,5	20	10,1	25	7,7	2	0,6

Vuoden 2019 kyselyssä selvitettiin ylimmän johdon sidosryhmävastuullisuutta 11 sidosryhmän kohdalla (asiakkaat, työntekijät, omistajat, rahoittajat, tavarantoimittajat, kilpailijat, julkinen sektori, kansalaisjärjestöt, media, ympäristö ja paikallisyhteisöt). Ensimmäisessä, vuonna 1994 toteutetussa kyselyssä sidosryhmiä oli kahdeksan (asiakkaat, työntekijät, omistajat, kilpailijat, toimittajat ja jakelijat, julkinen sektori, rahoittajat ja ympäristö, ks. Kujala, 2001). Myöhemmin mukaan on lisätty kansalaisjärjestöt ja media (Kujala, 2010) sekä viimeisimpänä vuoden 2019 kyselyssä paikallisyhteisöt.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan yrityksen toimintaa suhteessa eri sidosryhmiin Likertin-asteikollisten (1 = täysin samaa mieltä – 5 = täysin eri mieltä) väittämien avulla. Väittämät oli laadittu niin, että mitä pienemmän arvon väittämä saa, sitä vastuullisempia johtajien asenteet olivat. Vuoden 2019 kyselylomakkeessa sidosryhmiä kuvaavia väittämiä oli yhteensä 44 ja niiden lukumäärä eri sidosryhmien kohdalla vaihteli kahden (2) ja kahdeksan (8) välillä. Sidosryhmäväittämien lukumäärä on vaihdellut jonkin verran eri vuosina toteutetuissa kyselyissä, kun joitain sidosryhmävastuullisuutta kuvaavia väittämiä on poistettu ja joitain lisätty.

Kyselyssä verrattiin myös johtajien sidosryhmävastuullisuutta suhteessa yrityksen taloudelliseen etuun. Vastaajia pyydettiin parivertailun avulla arvioimaan sidosryhmän etua suhteessa taloudelliseen etuun. Vuoden 2019 kyselylomakkeessa jokaisesta 11 sidosryhmästä oli yksi parivertailuväittämä, jonka vaihteluväli oli 1–7. Pienemmät arvot kertovat vahvasta sidosryhmävastuullisuudesta ja suuret arvot taloudellisen vastuullisuuden painottamisesta suhteessa sidosryhmien etuun.

Kyselyaineisto analysoitiin IBM:n SPSS 27 -ohjelmalla. Aineiston analysoinnissa käytettiin kuvailevia menetelmiä kuten keskiarvovertailua (t-testi), jonka avulla vertailtiin vuoden 2019 kyselyn tuloksia aiempien vuosien kyselyjen tuloksiin.

Tulokset

Ylimmän johdon sidosryhmävastuullisuuden kuvaamiseksi jokaiselle väittämälle laskettiin keskiarvo ja lisäksi muodostettiin yleinen sidosryhmäindeksi laskemalla kaikkien sidosryhmäväittämien saamat arvot yhteen ja jakamalla yhteenlaskettu luku väittämien lukumäärällä. Taulukossa 2 on kuvattu ensin eri vuosien sidosryhmäindeksit ja sen jälkeen yksittäisten sidosryhmäväittämien keskiarvot. Taulukkoon on koottu sidosryhmittäin ne väittämät, jotka

ovat toistuneet kyselyissä vuodesta toiseen, mikä mahdollistaa sidosryhmävastuullisuuden vertailun eri vuosien välillä. Viimeisin sidosryhmä (paikallisyhteisöt) on ensimmäistä kertaa mukana vuoden 2019 kyselyssä.

Taulukko 2 Sidosryhmäindeksi ja sidosryhmävastuullisuus sidosryhmittäin (ka)

	2019	muutos/ merkits.	2014	muutos/ merkits.	2009	muutos/ merkits.	2004	muutos/ merkits.	1999	muutos/ merkits.	1994
Sidosryhmäindeksi											
Keskiarvo (ka)	**1,73**		2,10		2,14		2,06		2,11		2,22
Cronbachin Alpha (α)	**0,87**		0,84		0,82		0,79		0,83		0,83
Väittämien lkm	**44**		63		63		58		58		58
Asiakkaat											
Asiakastyytyväisyys	**1,31**		1,44		1,43	-/0.026	1,29		1,29		1,28
Tuoteturvallisuus	**1,26**		1,34	+/0.001	1,64		1,73	+/0,013	1,94		2,01
Tuotteen laatu	**1,51**		1,67	+/0.000	2,14	-/0.008	1,84		2,03		2,20
Hinnoittelu	**1,96**	+/0.002	2,62		2,58		2,55	+/0.012	2,85		2,87
Pakkaukset	**2,21**	+/0.023	2,53		2,72	-/0.012	2,48	+/0.036	2,66		2,73
Työntekijät											
Työskentelyolosuhteet ja työturvallisuus	**1,19**		1,17	+0.009	1,33		1,30	+/0.000	1,53	+/0.007	1,68
Kehittymis-mahdollisuudet I	**1,27**	+/0.000	1,57		1,72		1,66		1,68	+/0.000	1,93
Kehittymis-mahdollisuudet II	**1,42**		1,54		1,51		1,48		1,58	+/0.000	1,82
Koulutus I	**1,57**	+/0.001	1,89		1,93		1,86		1,82	+/0.000	2,04
Koulutus II	**1,31**	+/0.021	1,52		1,62		1,56		1,58	+/0.011	1,71
Kilpailukykyinen palkka	**1,39**	+/0.000	1,77		1,87		1,90	+/0.040	2,06	+/0.003	2,27
Syrjintä	**1,25**	+/0.000	1,78				1,14		1,19		1,23
Osallistuminen päätöksentekoon	**2,13**		2,39		2,32		2,53	-/0.000	2,18		2,29
Omistajat											
Osingonjako	**2,31**		2,17		2,02		2,08		1,93	+/0.001	2,20
Tuloksen sijoittaminen	**3,19**	+/0.007	3,69		3,59		3,68		3,78	+/0.000	4,06
Kilpailijat											
Sanaton sopimus I	**1,14**		1,10		1,19		1,24	+/0.006	1,43		1,47
Sanaton sopimus II	**1,13**	+/0.008	1,38		1,42		1,48	+/0.004	1,71	+/0.000	2,01
Kilpailijoiden mustamaalaus	**1,22**	+/0.000	1,60		1,58		1,55		1,68	+/0.010	1,86
Reilu peli	**1,19**	+/0.000	1,67		1,84	-/0.016	1,65		1,80		1,89
Kovat keinot markkinoinnissa	**1,21**	+/0.000	2,05		2,09		2,00		2,13	+/0.012	2,33
Kunnioittavat kilpailukeinot	**1,62**	+/0.000	2,80		2,67	+/0.029	2,93		3,00	+/0.010	3,22
Yhteistyö kilpailijoiden kanssa	**2,84**	+/0.000	3,52		3,34	-/0.002	2,95		2,95	-/0.024	2,76
Lahjonta	**1,10**		1,12		1,16	+/0.000	1,42	+/0.000	1,82	+/0.000	2,15

Tavarantoimittajat										
Laskujen maksaminen	**1,49**		1,53		1,61	-/0.022	1,41		1,41		1,51
Yhteistyö	**1,39**	+/0.012	1,59		1,66	-/0.000	1,42		1,49		1,58
Julkinen sektori										
Lakien noudattaminen	**1,13**	+/0.014	1,30		1,42		1,34		1,40	+/0.000	1,61
Yrityskansalaisuus	**1,17**	+/0.000	1,48		1,42		1,38	+/0.046	1,50	+/0.000	1,73
Verojen maksaminen	**1,91**	+/0.000	3,17		3,40		3,42	+/0.038	3,64	+/0.001	3,92
Rahoittajat										
Pitkäaikaiset suhteet	**1,62**		1,88		1,76	-/0.013	1,54		1,62		1,57
Yhteistyö	**1,71**	+/0.006	2,17		2,05		1,90		1,84	+/0.048	1,97
Tuotot	**2,10**		2,27		2,19	-/0.005	1,92		2,05		1,95
Ympäristö										
Saastuttamisen vähentäminen	**1,43**		1,48		1,68		1,65		1,67	+/0.000	1,93
Tuotteiden kierrätys	**1,62**		1,67		1,73		1,81	+/0.033	1,99	+/0.000	2,48
Ympäristöystävällisyys	**1,44**	+/0.033	1,67		1,78		1,87		1,76	+/0.000	2,22
Ympäristönsuojelu	**2,05**		2,06		1,89		1,97	-/0.000	1,70	+/0.000	1,95
Uhanalaisten lajien suojelu	**2,75**		2,93		2,93		3,12	-/0.099	2,84	+/0.010	3,08
Tiedotusvälineet										
Läpinäkyvyys	**1,68**	+/0.000	2,27				2,06			
Avoimuus	**1,78**	+/0.000	2,60				2,37			
Informaatio	**2,17**	+/0.000	2,96		3,11	-/0.010	2,80			
Kansalaisjärjestöt										
Vuoropuhelu	**2,82**		3,07				3,01			
Vaikutusvalta	**2,81**		2,99				3,21			
Paikallisyhteisö										
Ihmisoikeudet	**1,68**									
Päätöksentekoon osallistuminen	**2,19**									
Olojen parantaminen	**2,23**									

Vuoden 2019 sidosryhmäindeksin keskiarvo 1,73. Se on alhaisin koko 25 vuotisen tutkimusajanjakson aikana. Tämä osoittaa, että johtajien sidosryhmävastuullisuus on vahvistunut verrattuna aiempiin vuosiin. Tarkasteltaessa eri sidosryhmissä tapahtunutta kehitystä vuoden 2019 ja vuoden 2014 välillä, voidaan todeta, että tilastollisesti merkitsevä myönteinen muutos on nähtävissä kaikkien muiden sidosryhmien paitsi kansalaisjärjestöjen kohdalla. Tilastollisesti merkitsevää myönteistä muutosta on tapahtunut kaikissa julkista sektoria ja tiedotusvälineitä koskevissa väittämissä. Myös lähes kaikissa työntekijöitä ja kilpailijoita koskevissa väittämissä on tapahtunut tilastollisesti merkitsevä myönteinen muutos.

Tarkastelimme vielä tarkemmin vuosien 2019 ja 2014 välistä muutosta tarkemmin. Jokaisesta sidosryhmästä muodostettiin oma summamuuttuja laskemalla taulukossa 2 olevat sidosryhmäväittämien arvot yhteen ja jakamalla summa väittämien lukumäärällä. Näin saatiin sidosryhmäkohtaiset summamuuttujat, joiden keskiarvot on raportoitu taulukossa 3. Tilastollisesti merkitsevä positiivinen muutos on nähtävissä kuuden sidosryhmäsummamuuttujan kohdalla: asiakkaat, työntekijät, kilpailija, julkinen sektori, rahoittajat ja tiedotusvälineet. Tämän lisäksi laskettiin yleistä sidosryhmävastuullisuutta kuvaava summamuuttuja, josta jätettiin pois paikallisyhteisöihin liittyvät väittämät, joita ei ollut mukana vuoden 2014 kyselyssä. Tämä kaikkia sidosryhmiä kuvaavan summamuuttujan kohdalla on myös nähtävissä tilastollinen merkitsevä myönteinen muutos.

Taulukko 3 Summamuuttujat sidosryhmittäin vuosina 2014 ja 2019 (ka)

Summamuuttujat	2019 ka	muutos/merkits.	2014 ka
Kaikki sidosryhmät (ei sisällä paikallisyhteisöä)	1,70	+/0.000	2,03
Asiakkaat	1,65	+/0.000	1,91
Työntekijät	1,44	+/0.000	1,70
Omistajat	2,75		2,91
Kilpailijat	1,43	+/0.000	1,91
Tavarantoimittajat	1,44		1,58
Julkinen sektori	1,40	+/0.000	2,00
Rahoittajat	1,81	+/0.012	2,08
Ympäristö	1,86		1,96
Tiedostusvälineet	1,88	+/0.000	2,61
Kansalaisjärjestöt	2,81		3,03
Paikallisyhteisö	2,03		

Verrattaessa sidosryhmävastuullisuutta suhteessa yrityksen taloudelliseen etuun havaitaan myös sidosryhmien kannalta myönteinen muutos (taulukko 4). Vahvinta sidosryhmävastuullisuus on asiakkaiden (ka = 2,00), yhteiskunnallisen vastuullisuuden (ka = 2,36), rahoittajien (ka = 2,39) ja työntekijöiden (ka = 2,57) kohdalla. Heikointa sidosryhmävastuullisuus on suhteessa kansaisjärjestöihin (ka = 5,23), paikallisyhteisöihin (ka = 5,13) ja tiedotusvälineisiin (ka = 4,84). Sidosryhmävastuullisuus on vahvistunut suhteessa yrityksen taloudelliseen etuun tilastollisesti merkitsevästi vuodesta 2014 vuoteen 2019 kokonaisuudessaan sekä seuraavien sidosryhmien osalta: asiakkaat, työntekijät, rahoittajat, tavarantoimittajat, yhteiskunnallinen vastuu, kilpailijat

ja ympäristö. Ainoastaan kansalaisjärjestöjen kohdalla on tapahtunut tilastollisesti merkitsevää heikentymistä.

Taulukko 4 Sidosryhmävastuullisuus suhteessa yrityksen taloudelliseen etuun (ka)

Sidosryhmien edut vs. taloudelliset edut, skaala 1–7	**2019**	Muutos/ merkits.	2014	Muutos/ merkits.	2009	Muutos/ merkits.	2004	Muutos/ merkits.	1999	Muutos/ merkits.	1994
Summamuuttuja (ei sis. paikallisyhteisöä)	**3,29**	+/0.005	3,68		3,93		3,93		3,69		3,79
Cronbachin Alpha (α)	**0,790**		0,874		0,791		0,776		0,753		0,782
Asiakastyytyväisyys	**2,00**	+/0.001	2,75		2,93	-/0.020	2,61		2,61		2,73
Työskentelyolosuhteiden kehittäminen	**2,58**	+/0.017	3,07		3,22		3,23		3,08	+/0.000	3,45
Osakkeen omistajien informointi	**3,62**		3,27		3,36		3,40	-/0.018	3,09		3,23
Rahoittajien informointi	**2,39**	+/0.002	3,04		3,09		2,99		2,91	+/0.000	3,29
Reiluus suhteessa tavarantoimittajiin	**2,99**	+/0.001	4,70		4,75		4,63		4,64		4,68
Reilu peli kilpailussa	**2,99**	+/0.001	3,81		3,97		3,86		3,76		3,81
Yhteiskunnallinen vastuullisuus	**2,36**	+/0.001	3,43		3,56		3,79		3,61	+/0.000	4,12
Ympäristöystävällisyys	**3,70**	+/0.012	4,27		4,36		4,18		4,15		4,27
Kansalaisjärjestöjen mielipiteiden huomioiminen	**5,23**	-/0.35	4,84		4,87	+/0.023	5,15				
Avoimuus tiedottamisessa	**4,84**		4,64		4,49		4,77				
Paikallisyhteisöjen osallistaminen	**5,13**										

Yhteenveto ja johtopäätökset

Suurten suomalaisten teollisuusyritysten johtajien asenteet sidosryhmiä kohtaan ovat muuttuneet monelta osin myönteiseen suuntaan viimeisen 25 vuoden aikana. Vuoden 2019 kyselytutkimuksen tulokset osoittavat, että yritysjohdon sidosryhmävastuullisuus on vahvistunut erityisesti asiakkaiden, työntekijöiden, kilpailijoiden, julkisen sektorin, rahoittajien ja tiedotusvälineiden kohdalla. Kun sidosryhmävastuullisuutta tarkastellaan suhteessa yrityksen taloudelliseen etuun, myönteistä sidosryhmävastuullisuuden vahvistumista vuoteen 2014 verrattuna on tapahtunut asiakkaiden, työntekijöiden, yhteiskunnallisen vastuullisuuden, rahoittajien, tavarantoimittajien, kilpailijoiden ja ympäristön kohdalla. Heikoimpana yritysjohdon sidosryhmävastuullisuus näyttäytyy suhteessa kansaisjärjestöihin ja paikallisyhteisöihin.

Pitkittäistutkimuksen tulokset kiinnittävät huomion siihen, että johtajien sidosryhmävastuullisuus on vahvistunut vuosien 2014 ja 2019 välillä myönteisemmiksi erityisesti suhteessa yrityksen taloudelliseen etuun. Tulos antaa viitteitä siitä, että vastuullisuuskysymykset eivät enää ole jotain, joka otetaan huomioon, jos siihen on varaa tai että niistä voitaisiin luopua, jos taloudellinen etu sitä vaatii. Sen sijaan sidosryhmävastuullisuus nähdään tasavertaisena ja monesti jopa tärkeämpänä asiana kuin yrityksen taloudellinen etu. Kärjistetysti voidaan tiivistää, että jos aiemmin ajateltiin, että yritystä ei ole olemassa ilman taloudellista tulosta, nyt ajatellaan, että taloudellista tulosta ei ole olemassa ilman sidosryhmävastuullisuutta. Tämä tosin näyttää koskevan vain perinteisiä ja helposti tunnistettavia sidosryhmiä, kuten asiakkaita, työntekijöitä, rahoittajia ja yhteiskuntaa, kun taas kansalaisjärjestöt, tiedotusvälineet ja paikallisyhteisöjen kohdalla taloudellinen etu ajaa edelleen vastuullisuuden edelle.

Käynnissä oleva systeeminen muutos kohti vastuullisempaa ja kestävämpää liiketoimintaa vaikuttaa osaltaan siihen, että sidosryhmien merkitys vahvistuu suomalaisissa yrityksissä. Esimerkiksi monia aloja tällä hetkellä koskettavan työvoimapulan ja raaka-aineiden saatavuusongelmien voidaan olettaa vahvistavan sidosryhmävastuullisuutta erityisesti työntekijöiden ja tavarantoimittajien kohdalla. Myös yleinen yhteiskunnallinen ilmapiiri on muuttunut niin, että vastuullisuus ymmärretään keskeiseksi ja tärkeäksi osaksi liiketoimintaa ja yritysten odotetaan toimivan sen mukaisesti. Menestyminen läpinäkyvässä ja avoimessa toimintaympäristössä edellyttää sidosryhmien näkemysten, odotusten ja toiveiden huomioimista liiketoiminnassa.

Tutkimus toteutettiin ennen koronapandemian alkua. Jatkossa on tärkeä tutkia, miten pandemia sekä nyt käynnissä oleva Ukrainan sota vaikuttavat suomalaisten suuryritysten johtajien sidosryhmävastuullisuuteen. Jatkotutkimuksessa voitaisiin myös selvittää, millaisena sidosryhmävastuullisuus näyttäytyy suomalaisissa PK-yrityksissä. Lisäksi olisi mielenkiintoista tutkia, miten yritysten henkilöstön näkemys eri sidosryhmien tärkeydestä eroaa ylimmän johdon näkemyksestä ja miten sidosryhmät puolestaan suhtautuvat yritysten vastuullisuuteen.

Lähteet

Baruch, Y. & Holtom, B. C. 2008. Survey response rate levels and trends in organizational research. Human Relations, 61 (8), 1139–1160.

Carroll, A. B. 1989. Business & Society. Cincinnati: South-Western.

Carroll, A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, July–August, 39–48.

Crane, A., Graham, C. & Himick, D. 2015. Financializing stakeholder claims. Journal of Management Studies, 52(7), 878–906.

Dalton, D. R. & Daily, C. M. 1991. The constituents of corporate responsibility: Separate, but not separable, interests? Business Horizons, July–August, 74–78.

Donaldson, T. & Preston, L. E. 1995. The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. Academy of Management Review, 20(1), 65–91.

Freeman, R. E. 1984. Strategic management: A stakeholder approach. Massachusetts: Pitman.

Freeman, R. E., Velamuri, S. R. & Moriarty, B. 2006. Company stakeholder responsibility: A new approach to CSR. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics. https://rise-leaders.com/wp-content/uploads/2018/11/stakeholder-responsibility-white-paper-3.8.0-2015.06.02-14.58.51.pdf

Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L. & de Colle, S. 2010. Stakeholder theory: The state of the art. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Harrison, J. S. & Wicks, A. C. (2013). Stakeholder theory, value, and firm performance. Business Ethics Quarterly, 23(1), 97–124.

Kujala, J. 2001a. Liiketoiminnan moraalia etsimässä. Suomalaisten teollisuusjohtajien sidosryhmänäkemykset ja moraalinen päätöksenteko. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/74241

Kujala, J. 2001b. Analysing moral issues in stakeholder relations. Business Ethics: A European Review, 10(3), 233–247.

Kujala, J. 2004. Managers moral perceptions: Change in Finland during the 1990s. Business Ethics 13(2), 143–165.

Kujala, J. 2007. Suomalaisten johtajien sidosryhmäsuuntautumisen muutos 1994–2004. Teoksessa Kamppinen, M. & Nurmi, P. (toim.), Vastuullinen liiketoiminta ja systeemiajattelu, 60–79. Turku: Turun yliopisto, kulttuurien tutkimuksen laitos.

Kujala, J. 2010. Corporate responsibility perceptions in change: Finnish managers' views on stakeholder issues from 1994 to 2004. Business Ethics: A European Review, 19(1), 14–34.

Kujala, J. 2014. Sidosryhmät ja liiketoiminnan vastuullisuus: Vaateisiin vastaamisesta yhteiseen arvonluontiin. Yritysetiikka, 1(2014), 6–16.

Kujala, J. & Kuvaja, S. 2002. Välittävä johtaminen. Sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä. Helsinki: Talentum.

Kujala, J., Lämsä, A-M. & Riivari, E. 2017. Company stakeholder responsibility: An empirical investigation of top managers' attitudinal change. Baltic Journal of Management 12 (2), 114–138.

Kujala, J., Heikkinen, A., Nieminen, J., Jokinen, A., Tapaninaho, R. & Mäkelä, H. 2019. Engaging with the natural environment: Examining the premises of nature-inclusive stakeholder relationships and engagement. Teoksessa T. Ceranic Salinas, C. V. VanSandt, & R. Van Maanen (toim.), Conference proceedings of the International Association for Business and Society, 30th Annual Meeting, San Diego, California, March 21–24, 2019, 73–81.

Laine, M. 2010. The nature of nature as a stakeholder. Journal of Business Ethics, 96(1), 73–78.

Marjamaa, M., Salminen, H., Kujala, J., Tapaninaho, R. & Heikkinen, A. 2021. A sustainable circular economy: Exploring stakeholder interests in Finland. South Asian Journal of Business and Management Cases, 10(1), 50–62.

Mitchell, R. K., Agle, B. R. & Wood, D. J. 1997. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. Academy of Management Review, 22(4), 853–886.

Myllykangas, P. 2009. Sidosryhmäsuhteet liiketoiminnan arvon luomisessa: palveluyksiköstä liiketoiminnaksi, episodi yrityksen elämää. Tampere University Press.

Olian, J. D. & Guthrie, J. P. 1990. Cognitive ability tests in employment. Ethical Perspectives of employers and society. Teoksessa Frederick, W. C.

& Preston, L. E. (toim.), Business Ethics: Research Issues and Empirical Studies, 225–252. Greenwich, CT: JAI Press.

Riivari, E., Lämsä, A.-M. & Kujala, J. 2019. The development of ethical human resource management practices: Changes in Finland 1994–2014. Työn tuuli, 28(2), 50–56. https://www.henry.fi/media/ajankohtaista/tyon-tuuli/tyontuuli_022019.pdf

Sachs, S. & Kujala, J. 2021a. Stakeholder engagement in humanizing business. Teoksessa M. Dion, R. E. Freeman, & S. Dmytriyev (toim.), Humanizing business: What humanities can say to business, 375–384. Springer.

Sachs, S. & Kujala, J. 2021b. Stakeholder engagement in management studies: Current and future debates. In Oxford Research Encyclopedia of Business and Management. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.321

Varja, L. & Tienari, J. 2022. Vastuullisuus yritysten hallitusten päätöksenteossa. Tutkimusraportti. Boardman, FIBS, Perheyritysten liitto. https://www.fibsry.fi/wp-content/uploads/2022/03/Vastuullisuus-yritysten-päätöksenteossa_2022_FINAL.pdf

Watson, C. E. 1991. Managing with integrity: Social responsibilities of business as seen by America's CEOs. Business Horizons, July–August, 99–109.