



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

Niklas Valtonen

# **Yhteiskuntavastuuraportoinnin yhteys tukku- ja vähittäiskaupan kannattavuuteen**

Laskentatoimen ja rahoituksen akateeminen yksikkö  
Laskentatoimen ja rahoituksen pro gradu -tutkielma  
Laskentatoimen ja tilintarkastuksen maisteriohjelma

Vaasa 2022

---

**VAASAN YLIOPISTO****Laskentatoimen ja rahoituksen akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Niklas Valtonen		
<b>Tutkielman nimi:</b>	Yhteiskuntavastuuraportoinnin yhteys tukku- ja vähittäiskaupan kannattavuuteen		
<b>Tutkinto:</b>	Kauppätieteiden maisteri		
<b>Oppiaine:</b>	Laskentatoimen ja tilintarkastuksen maisteriohjelma		
<b>Työn ohjaaja:</b>	Mika Ylinen		
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2022	<b>Sivumäärä:</b>	77

---

**TIIVISTELMÄ:**

Ilmastonmuutos on ollut viime vuosikymmeninä tärkeänä ajurina yhteiskuntavastuun huomioinnissa yritystoiminnassa. Taloudelliset kannustimet motivoivat yrityksiä panostamaan yhteiskuntavastuuseen. Yhteiskuntavastuun voidaan nähdä myös olevan panostus yrityksen olemassaoloon pitkällä aikavälillä. Tässä tutkielmassa perehdytään yhteiskuntavastuun ja sen osasen ympäristövastuun yhteydestä tukku- ja vähittäiskaupan alan yrityksen kannattavuuteen. Tutkielman tavoitteena on löytää mahdollinen yhteys asetettujen hypoteesien mukaisesti ja arvioida onko yhteys negatiivista vai positiivista. Yhteiskuntavastuu on tutkimuksessa selittävä muuttuja ja kannattavuus selitettävä muuttuja.

Vähittäiskauppa toimialana on mielenkiintoinen siitä, että se on välttämättömyys lähes kaikille ja sen asiakaskunta on hyvin heterogeenista. Vähittäiskaupan ala on paljolti arvoketjujen johtamista, sillä valmiin tuotteen valmistukseen osallistuu moni toimija. Vähittäiskauppojen on johdettava toimitusketjujaan vastuullisempaan suuntaan ja sitoutettava ne noudattamaan standardeja, jolloin voidaan puhua aidosti vastuullisista tuotteista ja palveluista. Kestävän kehityksen käsite on erittäin tehokas strateginen väline hallitsemaan nykyaikaisia vähittäiskaupan yrityksiä. Vähittäiskauppiat etsivät parhaillaan ratkaisuja useisiin ympäristökysymyksiin, kuten energiankulutukseen, päästöihin, raaka-aineiden käyttöön, vedenkulutukseen, jätehuoltoon, pakkausten määrään, kierrätykseen ja kemikaalien käyttöön.

Tutkielman teoriaosuudessa taustoitetaan tutkielman aiheen tärkeyttä, paneudutaan sekä yhteiskuntavastuuseen että ympäristövastuuseen. Tutkielmassa esitellään alan kirjallisuutta, tutkimusta sekä taustoitetaan valittuja hypoteeseja ja tutkimusmenetelmiä. Teoriaosuudessa esitellään myös yhteiskuntavastuun historiaa ja vaiheita, eli miten käsite on muovautunut vuosien saatossa. Tutkielman empiirinen osio on toteutettu kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä eli regressioanalyysillä. Regressioanalyysissä on tarkasteltu yhteiskuntavastuu-muuttujien sekä oman ja koko pääoman tuottoasteiden yhteyttä. Valitut yhteiskuntamuuttujat ovat ESG Score sekä ENV Score (painotettu keskiarvo -muuttuja). Oman ja koko pääoman tuottoasteiksi on valittu ROA ja ROE. Kontrollimuuttujia ovat yrityksen koko, yrityksen ikä, toimiala, vuosiluku, myynnin kasvu ja velkaantumisaste.

Tutkimustulokset vastaavat aiempien tutkimusten tuloksia, sillä yhteiskuntavastuun muuttujilla on positiivinen yhteys yrityksen kannattavuuteen. Myös selitysaste tuloksissa on tyydyttävä, joten hypoteesit saavat tukea tutkimuksesta. Tutkielman aineisto koostuu eurooppalaisista pörssiin listatuista yrityksistä. Otos on ajettu Thomson Reuters Eikon ja Orbis-tietokannoista vuosilta 2011–2020.

---

**AVAINSANAT:** yhteiskuntavastuu, ympäristövastuu, vastuullisuus, kannattavuus, vähittäiskauppa, regressioanalyysi

## Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkielman tausta ja merkitys	6
1.2	Tutkimusongelma ja tutkielman tavoitteet sekä hypoteesi	7
1.3	Tutkielman rakenne	9
2	Yhteiskuntavastuun määritelmä ja aikaisemmat tutkimustulokset	10
2.1	Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite ja vaiheet	10
2.2	Yhteiskuntavastuun mittarit	12
2.2.1	Maineindeksi	13
2.2.2	Sisällönanalyysi	15
2.2.3	Kyselytutkimus ja yksiulotteiset mittarit	15
2.3	Yhteiskuntavastuu vähittäiskaupassa	16
2.4	Yhteiskuntavastuu ja taloudellisen menestyksen yhteys – aikaisempia tutkimustuloksia	20
2.5	Yhteiskuntavastuusta raportointi	25
2.6	Yhteiskuntavastuun vaikutus yrityksen maineeseen	25
3	Ympäristövastuullisuus osana yrityksen yhteiskuntavastuullisuutta	28
3.1	Ympäristölaskentatoimi	28
3.1.1	Ympäristölaskentatoimen ja ympäristöjohtamisen historia	32
3.1.2	Ympäristölaskentatoimi osana yrityksen yhteiskunnallista laskentatoimeaa	33
3.2	Ympäristösuorituskyvyn mittarit	35
3.3	Ympäristöjohtaminen ja sen hyödyt	37
3.3.1	ISO 14001	39
3.3.2	EMAS	40
3.3.3	Suomen kirjanpitolain muutos	41
3.3.4	Global Reporting Initiative -raportointiohjeisto	42
3.3.5	ISO 26000	43
4	Tutkielman metodologia	45

4.1 Tutkielman aineisto sekä oman ja koko pääomantuottoasteet selitettävänä muuttujina	46
4.2 Regressioanalyysi	49
4.3 ESG Eikon -yhteiskuntavastuumuuttuja	52
4.4 Kontrollimuuttujat	56
5 Aineistoanalyysi	58
5.1 Yhteiskuntavastuun sekä ympäristövastuun yhteys koko ja oman pääoman tuottoasteisiin vähittäiskaupassa	58
5.2 Yhteenveto tutkimustuloksista	63
6 Johtopäätökset	65
Lähteet	68
Liitteet	76
Liite 1. Tutkielman aineiston yritykset	76

## Kuviot

<b>Kuvio 1.</b> Yritysvastuun kolmikanta.	11
<b>Kuvio 2.</b> Yhteiskuntavastuun hyödyt.	21
<b>Kuvio 3.</b> Laskentajärjestelmät ja sidosryhmät.	30

## Taulukot

<b>Taulukko 1.</b> Havaintomatriisi.	49
<b>Taulukko 2.</b> Korrelaatiomatriisi.	51
<b>Taulukko 3.</b> Merkitsevyytasot.	52
<b>Taulukko 4.</b> ESG-kategoriapainotukset.	55
<b>Taulukko 5.</b> Yhteiskuntavastuun ja ympäristövastuun kokonaisindeksien kehitys 2011–2020	56
<b>Taulukko 6.</b> Malli 1 ja malli 2 regressioanalyysi.	59
<b>Taulukko 7.</b> Malli 3 ja malli 4 regressioanalyysi.	61
<b>Taulukko 8.</b> Hypoteesien yhteenveto.	64

## Lyhenteet

EMA	Environmental Management Accounting
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
EMS	Environmental Management System
EU	Euroopan unioni
GRI	Global Reporting Initiative
IFAC	International Federation of Accountants
ISO	International Organization for Standardization
MEMA	Monetary Environmental Management Accounting
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PRI	Principles for Responsible Investment
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNEP FI	United Nations Environmental Programme Finance Initiative
YK	Yhdistyneet kansakunnat

# 1 Johdanto

## 1.1 Tutkielman tausta ja merkitys

Akdoğan ja Hiçyorulmaz (2015, s. 6) toteavat nopean väestönkasvun, teollistumisen, kaupungistumisen, ilmaston lämpenemisen, turismin ja ympäristökatastrofien alkaneen uhata elämää maapallollamme. Saavuttaaksemme ekologisen tasapainon ja kestävä kehityksen, tarvitsemme merkittäviä kansallisia ja kansainvälisiä asetuksia. He toteavat yrityksillä olevan tärkeä vastuu tässä tilanteessa. Yritykset voivat muun muassa luoda päästöjen torjuntajärjestelmän, suodatusjärjestelmän tai kehittää kierrätysmenetelmiään (Akdoğan & Hiçyorulmaz 2015, s. 6). Ympäristökustannukset ovat auttaneet yrityksiä näkemään ympäristönsuojelun hyödyt (Akdoğan & Hiçyorulmaz 2015, s. 6).

Teoh ja Gaur (2019, s. 227) toteavat ympäristöasioihin liittyvän keskustelun kasvaneen suuresti viime vuosina. He lisäävät, että ihmiset globaalisti ovat tietoisia ympäristöongelmista. Kuluttajien ymmärrys ympäristöongelmista on kasvattanut huolta ilmastosta ja elämäntapojemme kestämyydestä (Teoh & Gaur, s. 227). He toteavat, että tietoisuuden myötä myös huomio pulmaan on kasvanut yritysten ja kuluttajien osalta. Ympäristöongelmat kuten hiilipäästöt, jotka aiheuttavat ilmansaasteita, ovat merkittävänä osana ihmisten käyttäytymisessä ja toiminnassa (Teoh & Gaur s. 227–228). Heidän mukaansa kuluttajien käyttäytyminen on suurin syy sille, että miksi ympäristöongelmia tapahtuu. Sen vuoksi ympäristöongelmia pyritään ratkaisemaan kuluttamalla vihreitä tuotteita ja palveluja eli tuotteita, joilla on vähäinen ympäristökuorma (Teoh & Gaur 2019, s. 228).

Lehtosen, Niemen, Perälän, Pitkäsen ja Westisen (2020, s. 7) mukaan suurin osa kansalaisista, kuntapäätäjistä ja suuryritysten johtajista ajattelee ilmastomuutosta arjessaan ja suurimpia huolia heillä ovat ilmastomuutoksen vaikutukset globaalisti haavoittuvimilla alueilla sekä vaikutukset jälkipolvien elämään. Lehtosen ja muiden (2020, s. 7) mukaan taloudelliset kannustimet motivoivat kaikkia näitä tarkasteltuja ryhmiä

ilmastotekoihin, mutta kuitenkin osa suuryritysten johtajista ja kuntapäätäjistä katsoo, etteivät taloudelliset tekijät mahdollista ilmastotoimia.

Ympäristöministeriön mukaan osaltaan ilmastonmuutosta ja siihen varautumista ovat tuoneet esille erilaiset sopimukset ja raportit. Ilmaston lämpenemisen vuoksi valtiot ovat sopineet kansainvälisen sopimuksen vuonna 2015 Pariisissa (Ympäristöministeriö). Sopimusta kutsutaan Pariisin ilmastosopimukseksi (Ympäristöministeriö). Sen avulla pyritään sekä vähentämään kasvihuonepäästöjä että saamaan päästöt tasapainoon hiilinielujen kanssa (Ympäristöministeriö). Ympäristöministeriö (2018) esittää, että tämä sopimus on todettu riittämättömäksi ja Intergovernmental Panel on Climate Change:n (IPCC:n) vuonna 2018 julkaistun raportin mukaan Pariisin sopimuksen velvoittamat toimet eivät takaa sopimuksen asettamia tavoitteita. IPCC:n raportin viesti on selkeä, jos mitään ei tehdä ilmaston lämpenemisen eteen, olisi se merkittävä riski ympäristölle ja ihmiselle (Ympäristöministeriö 2018).

Sijoittajat haluavat sijoittaa hyvämaineisiin yrityksiin ja ympäristön ja yhteiskuntavastuuta huomioimalla yritys voi parantaa mainettaan (Heinonen, 2006, s. 131–136). Heinosen (2006, s. 132) mukaan kestävän kehityksen indeksien tuottokehitys on tavallisia indeksejä korkeammalla ja eettinen sijoittaminen onkin kovassa kasvussa. Hän myös toteaa, että yritys sen sijaan hyötyy paremmasta tilanteesta pääomamarkkinoilla ja voi siten vaikuttaa positiivisesti yrityksen taloudelliseen suorituskykyyn ja täten kannattavuuteen. Asiakkuuksia voidaan nykyään jopa lopettaa vastuullisuuskysymykset huomioiden (Heinonen 2006, s. 136).

## **1.2 Tutkimusongelma ja tutkielman tavoitteet sekä hypoteesi**

Tutkielman tutkimusongelma on, että olisiko yritysten toiminnan vastuullisuudella mahdollisuus toimia ratkaisuna kannattavuuden parantamiseen. Tarkoituksena on kirjallisuutta ja tutkimuksia läpi käymällä sekä empiirisellä osiolla löytää vastaus kysymykseen, että onko yhteiskuntavastuullisuudella positiivista yhteyttä yrityksen kannattavuuteen.

Mikäli suora positiivista yhteyttä yhteiskuntavastuusta kannattavuuteen ei löydy, niin tutkitaan myös, onko yrityksen ympäristölaskentatoimen paremmalla huomioimisella positiivinen yhteyttä yrityksen kannattavuuteen. Tutkielman tavoitteena on löytää mahdollinen yhteys hypoteesien mukaisesti ja arvioida onko yhteys negatiivista vai positiivista. Mikäli positiivinen yhteys löytyy, on tutkielman tavoitteena kannustaa vähittäiskaupan yrityksiä parempaan yhteiskuntavastuun tai ympäristövastuun huomiointiin.

Yhteiskuntavastuu on tutkimuksessa selittävä muuttuja ja kannattavuus selitettävä muuttuja. Asetetut hypoteesit ovat hyvin tyyppilliset ja linjassa alan aikaisemman tutkimuksen kanssa. Aikaisempaa tutkimusta esitellään tarkemmin luvuissa 2 ja 3, joissa ilmenee myös niihin asetetut tutkimusasetelmat tarkemmin. Asetetut hypoteesit perustuvat myös tutkielman tekijän mielenkiinnon piiriin.

Tutkimuksen hypoteeseiksi voidaan asettaa seuraavat hypoteesit:

H1) Yrityksen yhteiskuntavastuulla on positiivinen yhteys yrityksen kannattavuuteen.

H2) Ympäristölaskentatoimen hyödyntäminen yrityksessä vaikuttaa positiivisesti yrityksen kannattavuuteen.

Pro gradu -tutkielmassani tarkastelen yhteiskuntavastuuta vähittäiskaupan alalla. Vähittäiskaupassa itsessään myymälä ei voi olla vastuullinen, jos sen toimitusketju ei ole kauttaaltaan vastuullinen. Vähittäiskaupan vastuullisuuteen vaikuttaa sen toimitusketjujen johtaminen ja muuttaminen vastuulliseksi. Vähittäiskaupan asiakassegmentti on erittäin heterogeeninen joukko, joten vastuullisuus ei ole kaikille merkittävä arvo, joka ohjaa kulutusta. Tutkielmassa saamme selville millä keinoin yritys voi parantaa taloudellista suorituskykyään ympäristöystävällisen toiminnan avulla, mikäli tutkielmassa löytyy merkittäviä yhteyksiä tekijöiden välillä. Tämä edesauttaisi useampia yrityksiä perustelemaan ympäristönäkökulman huomioimisen toiminnassaan. Yrityksillä on suuri vastuu ilmastomuutoksen torjunnassa, joten tällä olisi myös merkittävä yhteys.



Vastuullisuustietoisuus kasvaa jatkuvasti, joten tutkielma antaa myös vastauksia siihen, että onko vastuullisuuden yhteys kasvanut aikaisempiin tutkimuksiin nähden, eli ovatko vastuulliset yritykset kannattavampia kuin ennen vai ei.

### **1.3 Tutkielman rakenne**

Tutkielmassa perehdytään yhteiskuntavastuullisuuden ja ympäristölaskentatoimen vaikutukseen yrityksen kannattavuudessa. Tutkielma alkaa johdantoluvulla, jossa esitellään motivaatiota tutkielmalle sekä tutkielman hypoteesit ja tavoitteet. Tutkielman toisessa luvussa esitellään yhteiskuntavastuun määritelmää sekä aikaisempia tutkimustuloksia. Luvussa keskitytään yritysvastuun kolmikantaisuuteen ja käsitteen kehityksen vaiheisiin. Tämän lisäksi luvussa esitellään vähittäiskaupan erityispiirteitä yhteiskuntavastuun osalta.

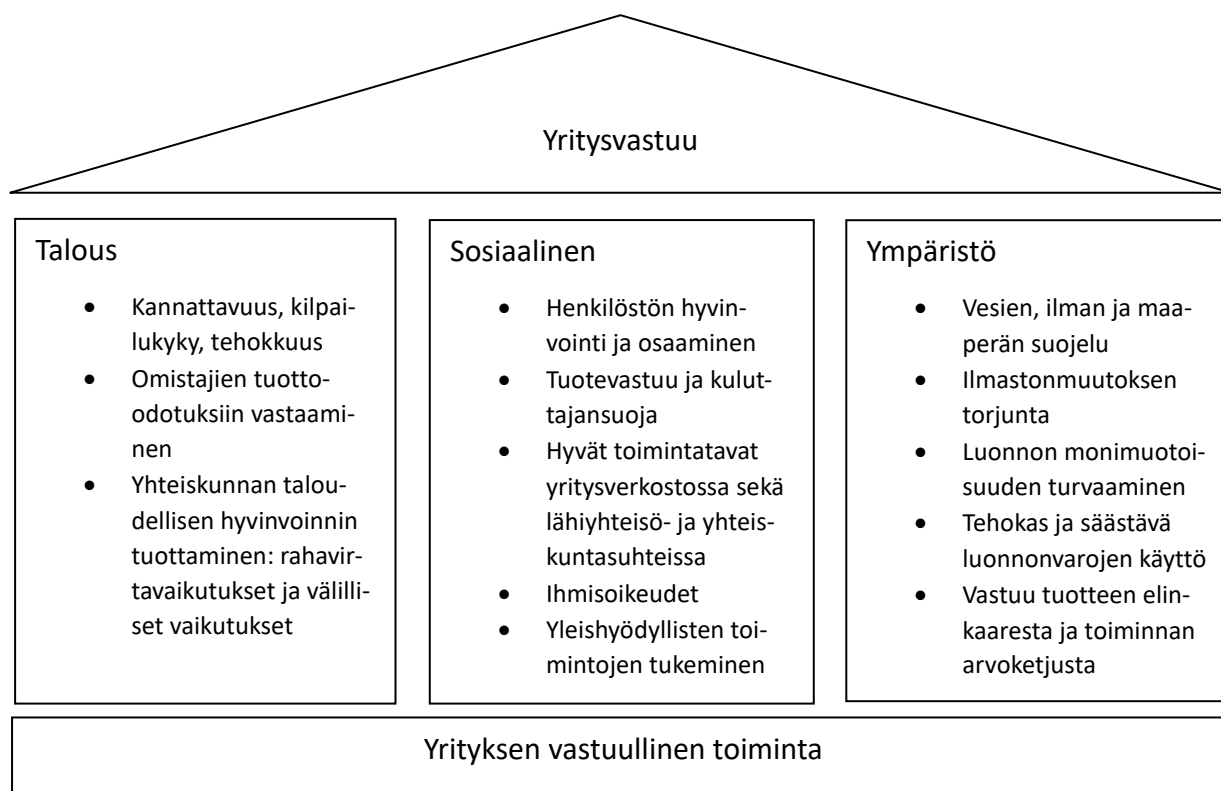
Kolmannessa luvussa paneudutaan vastuullisuuteen etenkin ympäristön ja ympäristölaskentatoimen osalta sekä kuinka ympäristölaskentatoimi on osa yhteiskuntavastuullisuutta. Tämän lisäksi luvussa esitellään yleisimpiä ympäristölaskennan viitekehyksiä ja standardeja. Tutkielman neljännessä luvussa esitellään tutkielman metodologiaa sekä aineistoa. Tutkielma toteutetaan regressioanalyysinä ja tutkielman aineisto koostuu Thomson Reuters Eikon -tietokannasta ja Orbis-tietokannasta ajetuista ESG-muuttujista (Environmental, Social, Governance) sekä kannattavuuden tunnusluvuista ROE:sta (Return on Equity) ja ROA:sta (Return on Assets). Tutkielman viides luku koostuu aineistoanalyysistä ja tutkimustulosten yhteenvedosta. Viimeisessä eli kuudennessa luvussa esitellään tutkielman johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotukset.

## **2 Yhteiskuntavastuun määritelmä ja aikaisemmat tutkimustulokset**

Tässä luvussa käsitellään yrityksen yhteiskuntavastuuta. Alkuun käsitellään yrityksen yhteiskuntavastuun teoriaa ja sen kehitysvaiheita. Ajan saatossa yrityksen yhteiskuntavastuu käsitetään yhä laajemmin taloudellisten, ympäristön ja sosiaalisten asioiden kokonaisuutena, ei niinkään yhtenä näkökohtana. Teorian jälkeen paneudutaan yrityksen yhteiskuntavastuun vaikutuksesta yrityksen kannattavuuteen ja ohessa käsitellään yrityksen yhteiskuntavastuusta raportointia. Yrityksen yhteiskuntavastuu voi vaikuttaa positiivisesti yrityksen maineeseen ja sitä kautta yritys voi myös saavuttaa kilpailuetua ja parantaa yrityksen kannattavuutta. Sen lisäksi yhteiskuntavastuusta raportointi on tullut lainmuutoksen myötä pakolliseksi toiminnoksi, mutta yritys voi saavuttaa kilpailuetua ottamalla yhteiskuntavastuullisuuden osaksi myös yrityksen strategiaa.

### **2.1 Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite ja vaiheet**

Yritysvastuu liittyy yhteiskunnan ja yrityksen väliseen vuorovaikutukseen (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani, 2013, s. 17). Niskalan ja muiden (2013, s. 17) mukaan yrityksen nähdään vaikuttavan ympäröivään yhteiskuntaan ja ympäristöön, mutta toisaalta myös yhteiskunta ja ympäristö vaikuttavat yritystoiminnan edellytyksiin. Heidän mukaansa yritysvastuu voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen: sosiaaliseen vastuuseen, ympäristövastuuseen ja taloudelliseen vastuuseen. Viime aikoina on alettu puhumaan myös yhteisen arvon luomisesta, jolloin lisäarvoa syntyy ympäröivälle yhteiskunnalle (Niskala ja muut 2013, s. 18.). Yritysvastuun kolmikantaisuutta havainnollistaa kuvio 1 seuraavalla sivulla.



**Kuvio 1.** Yritysvastuun kolmikanta (mukailien Niskala ja muut, 2013, s. 18).

Niskalan ja muut (2013, s. 17) mukaan sosiaaliseen vastuuseen kuuluu henkilöstön hyvinvointi, vastuulliset toimintatavat irtisanomissa, ihmisoikeuksien kunnioittaminen, tuotevastuu sekä vastuulliset toimintatavat yritysverkostossa, lähiyhteisö- ja yhteiskuntasuhteissa. Heidän mukaansa ympäristövastuuseen kuuluu tehokas ja säästeliäs luonnonvarojen hyödyntäminen. Tähän sisältyy ilman, maaperän ja vesien suojeleminen, luonnon monimuotoisuuden varmistaminen ja turvaaminen, ilmastonmuutoksen torjunta sekä vastuu tuotteiden ja palveluiden koko elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista ja toiminnan arvoketjusta ja -verkosta. Heidän mukaansa taloudelliseen vastuuseen kuuluu se, miten yritys tuottaa lisäarvoa yritykselle itselleen ja sen sidosryhmille. Niskala ja muut (2013, s. 18) kertovat, että sidosryhmille tuotettua lisäarvoa ovat muun muassa palkat työntekijöille, ostot toimittajilta, verojen maksu yhteiskunnalle. He esittävät, että näitä vaikutuksia voidaan tarkastella myös välillisesti ja siten arvioida yrityksen tuottamaa lisäarvoa esimerkiksi pohtimalla kansantaloudellista merkittävyyttä, innovaatioiden laajempaa yhteiskunnallista vaikuttavuutta ja sijoituspäätösten vaikuttavuutta.

Juutisen (2016, s. 38) mukaan yritysten yhteiskuntavastuussa on erotettavissa useita eri vaiheita ja ensimmäisen kerran se näkyi Suomessa teollistumisen aikaan. Patruunoiden vastuun aikana eli 1870-luvulta 1900-luvun alkuvuosikymmenille oli huoli työntekijöiden työkyvyn pysymisestä ja perheiden sitouttamisesta työnantajaan (Juutinen 2016, s. 38). Hänen mukaansa suomalainen yhteiskunta kuitenkin kehittyi 1950-luvulta alkaen yhä enemmän hyvinvointiyhteiskunnaksi ja siten patruunoiden ei enää tarvinnut ottaa niin paljon vastuuta työntekijöiden hyvinvoinnista, koska yhteiskunta otti niistä yhä enemmän vastuuta. Juutinen (2016, s. 39) esittää, että yritysten yhteiskuntavastuuta leimasi ympäristövastuun aika 1970-luvulla.

Öljykriisi vuonna 1973 lietsoi yhä enemmän huomiota ympäristönsuojeluun (Juutinen 2016, s. 39). Vuosituhannen vaihteen yritysten yhteiskuntavastuuta kutsuttiin yleisesti yhteiskuntavastuuksi tai sosiaalisesti vastuuksi (Juutinen 2016, s. 39). Hän esittää, että yhteiskunnassa alettiin nähdä, että yrityksellä on niin taloudellisia, ekologiaa kuin sosiaalisiaakin vaikutuksia. Juutisen (2016, s. 40) mukaan yhteiskuntavastuu nähdään kuitenkin melko irrallisena toimintona liiketoimintaan nähden vielä 2010-luvulle tultaessa. Hän lisää, että seuraavaa vaihetta 2010-luvulla voidaan kutsua strategiseksi yritys vastuuksi, jossa vastuullisuus on muuttunut tarkastelukulmaksi ja se nähdään yhtenä keskeisenä tehtävänä yrityksessä, varmistaen liiketoiminnan jatkuvuuden.

## **2.2 Yhteiskuntavastuun mittarit**

Aikaisemmassa yhteiskuntavastuun tutkimuksessa on hyvin laajasti käytetty erilaisia mittareita. Galantin ja Gedezin (2017, s. 677) mukaan talouden suorituskyvyn mittarit ovat usein standardeja, mutta yhteiskuntavastuun mittarit eivät ja tämä on siten problematisia tutkimuksessa. He toteavat haasteiden tämän osalta jakautuvan kolmeen ongelmaan. Ensimmäinen ongelma on konsensuksen puute operatiivisesta toiminnasta CSR-käsitteessä (Corporate Social Responsibility). Toinen ongelma liittyy mittausergelmiin, siksi että tätä käsitettä koskevat tiedot ovat enimmäkseen muita kuin taloudellisia ja niitä

on vähän saatavilla. Tässä tiivistyy raportoinnin standardoimattomuus. Kolmas haaste on tietojen julkistaminen, sillä CSR-raportointi ei ole monilla alueilla pakollista lain puitteissa.

Galant ja Gadez (2017, s. 680) esittävät, että yhteiskuntavastuun tutkimuksen lähestymistavat eli tutkimusasetelmat voidaan jakaa neljään kategoriaan. Ensimmäinen kategoria heidän mukaansa on maineindeksit, toinen kategoria on sisällönanalyysi, kolmas kategoria on kyselylomaketutkimukset ja neljäntenä kategoriana yksiulotteiset mittarit. Tämän alaluvun alaluvuissa käsitellään tarkemmin Galantin ja Gadezin (2017) esille tuomia tutkimusmenetelmiä juuri yhteiskuntavastuun näkökulmasta. Galant ja Gadez (2017, s. 687) toteavat, että yhteiskuntavastuun vaikutuksen tutkimukseen ei ole olemassa absoluuttisesti parasta tutkimusasetelmaa ja he myös kritisoivat yhteiskuntavastuututkimuksen kärsivän suuresti tutkijan subjektiivisuudesta. Galant ja Gadez (2017, s. 688) jopa kritisoivat subjektiivisuuden näkyvän kvantitatiivisen menetelmän tutkimuksissa, sillä tutkijoiden luomat mallit voivat antaa virheellisiä tuloksia, vaikka aineisto olisikin kerätty laadukkaasta lähteestä.

### **2.2.1 Maineindeksi**

Galantin ja Gadezin (2017, s. 680) mukaan yleisin keino tarkastella yhteiskuntavastuuta on käyttää maineindeksejä. Galantin ja Gadezin (2017, s. 680) mukaan maineeseen perustuvat mittarit huomioivat yhteiskuntavastuun monitulkintaisena toimintana ja siten se huomioi eri osa-alueita. Galant ja Gadez (2017, s. 681) toteavat käytetyimpien maineindeksien olevan Fortune Magazine Most Admirable, MSC KLD 400 Social Index, Dow Jones Sustainability Index sekä Vigeo Index.

Kocmanován, Karpíšekin ja Klímkován (2012, s. 334) mukaan viime vuosina sijoitusjohtajat ovat korostaneet sellaisten ESG-indikaattorien merkitystä, jotka osoittavat yritysten pitkän aikavälin suorituskykyä, joihin ne ovat investoineet niiden taloudellisia resursseja. ESG on lyhenne sanoista ympäristö (Environmental), sosiaaliset suhteet (Social) sekä hallintotapa (Corporate Governance). Heidän mukaansa tutkimukset osoittavat, että

sijoittajat ovat yhä vakuuttuneempia siitä, että ESG-integrointi maksimoi yritysten pitkän aikavälin edun ja että hyvä hallinto- ja ohjausjärjestelmä sekä vastuullisuus edistävät pitkän aikavälin arvon luomista osakkeenomistajille. ESG-mittarit ovat ehkä käytetyimpiä yhteiskuntavastuun mittareita.

Utz ja Wimmer (2014, s. 81) toteavat, että SRI-sijoitusrahastot (Socially Responsible Investing) eivät ole keskimäärin yhteiskunnallisesti vastuullisempia kuin perinteiset rahastot. Tässä yhteydessä ESG-luokitukset mahdollistavat tarkoituksenmukaisemman lähestymistavan. Heidän mukaansa erikoistuneet luottoluokituslaitokset soveltavat tiettyjä kriteerejä, jotka sisältävät erilaisia vastuullisuuteen liittyviä kysymyksiä. Jokainen luokiteltava yritys saa erityiset luokituspisteet. Toisin kuin SRI-rahastot ja -indeksit, ESG-luokitukset mahdollistavat suuret paneelitiedot, jotka tarjoavat huomattavasti tarkemman käsityksen siitä, miten vastuullisuus toteutuu yrityksessä. Halbritterin ja Dorfleitnerin (2015, s. 26) mukaan käytetyimpiä ESG-mittareita tarjoavat Thomson Reuters Asset4, Bloomberg sekä KLD. Thomson Reutersin tarjoama tietokanta on nykyään nimeltään Thomson Reuters Eikon, jota myös tässä tutkielmassa hyödynnetään.

Kocmanová ja muut (2012, s. 335) toteavat ympäristöasioiden vaikutuksen yritysten suorituskykyyn kasvavan ja sama trendi tulee olemaan niin jatkossakin. He toteavat, että esimerkiksi energian, luonnonvarojen tai jätteiden huono hallinta voi vaikuttaa nykyiseen suorituskykyyn. Tulevaisuudessa, jossa ympäristötekijät ovat todennäköisesti merkittävämpiä, laiminlyönti saattaa vaarantaa yrityksen pitkän aikavälin arvon ja tulevaisuuden (Kocmanová ja muut 2012, s. 335). Sen vuoksi on odotettavissa, että yrityksen on käytettävä ympäristön kannalta merkittäviä suorituskykymittareita, jotta ympäristön-suojelun, sosiaalisen ja taloudellisen suorituskyvyn välinen yhteys voidaan ottaa riittäväällä tavalla huomioon. He lisäävät, että kansainväliset järjestöt (GRI, UNCTAD, IFAC, PRI, UNEP FI, OECD, IFRS Foundation, CFA Institute jne.) suosittelevat sijoittajia sisällyttämään sijoitusanalyysiinsä ja päätöksentekoprosesseihin analyysseja, jotka käsittelevät ympäristön, sosiaalisen ja hallinnointi- ja ohjausjärjestelmän ja talouden indikaattoreiden kehittämistä eli ESG-tunnuslukuja.

### 2.2.2 Sisällönanalyysi

Galantin ja Gedezin (2017, s. 682) mukaan toiseksi käytetyin tutkimusmenetelmä on sisällönanalyysi. Heidän mukaansa sisällönanalyysissa on eri lähestymistapa kuin maineindeksissä. Heidän mukaansa sisällönanalyysin päämääränä on tarkastella minkälaisia näkemyksiä yhteiskuntavastuuraporteista saa, sillä aineistona hyödynnetään sisällönanalyysissa muun muassa yritysten toimintakertomuksia, CSR-raportteja sekä viestintää. Analyysissa pystyy nykymenetelmin hyödyntämään binaarimenetelmää, jolloin analyysin teko olisi tehokkaampaa. Galant ja Gedez (2017, s. 682) toteavat, että binäärilaskennan hyödyntämisessä voidaan asettaa tiettyjen näkökohtien mukaisesti saamaan arvon "0" tai "1", jolloin se kertoo kuinka yritys viestii yhteiskuntavastuusta yritysviestinnässään.

Galant ja Gedez (2017, s. 684) toteavat, että tärkein hyödyntämismahdollisuus tutkimusmenetelmässä on sen joustavuus, sillä tutkija voi keskittyä tiettyyn näkökohtaan yhteiskuntavastuusta. Sen lisäksi he toteavat, että tutkija saa sisällönanalyysina numeerista dataa, jolloin dataa pystytään myöhemmin hyödyntämään tilastollisiin menetelmiin. Waddock ja Graves (2017, s. 305) esittävät, että sisällön analyysiin liittyy kuitenkin ongelma yhtiöiden raporttien kattavuudesta, sillä usein yritykset pystyvät itse määrittämään sisällön raportteihin. Tarkennuksena he toteavat, että yritykset ovat voineet jättää joitain asioita pois raporteista ja toisaalta osaa korostaa.

### 2.2.3 Kyselytutkimus ja yksiulotteiset mittarit

Galantin ja Gedezin (2017, s. 684) mukaan kyselytutkimusta käytetään yhteiskuntavastuun tutkimuksissa tutkimusmenetelmänä usein silloin, kun tutkittavissa olevista yrityksistä ei ole valmiiksi saatavilla tietoja tietokannoista, kuten maineindeksejä. He toteavat usein syynä olevan myös sen, että tilinpäätöskertomuksia ei ole saatavilla tai julkaisut eivät täytä kriteerejä, jotta sisällönanalyysia voisi suorittaa. Galant ja Gedez (2017, s. 684) toteavat kyselytutkimuksen etuna olevan myös joustavuus. Tämän he toteavat siksi, että

sisällönanalyysin tavoin tutkijat voivat tutkimusmenetelmässä keskittyä tiettyihin vastuullisuuden elementteihin. Waddock ja Graves (1997, s. 304) esittävät, että kyselytutkimuksiin liittyy ongelmia tuottoasteiden mittaamisen osalta, sillä maineeseen perustuvat mittarit ovat kuvattu enemmän yrityksenjohtamiseen liittyvänä kuin yhteiskuntavastuuseen liittyvänä. He lisäävät, että maineeseen perustuvat mittarit usein korreloivat toisten mittareiden kanssa.

Galant ja Gadez (2017, s. 685) esittävät, että yksiolotteiset mittarit ovat luotu mittaamaan vain jotain tarkoin määriteltyä toimintoa yhteiskuntavastuussa. Esimerkkeinä he antavat ilmansaasteiden rajoittavat investoinnit, hiilijalanjäljen vähentämisen strategian käyttöönoton, ympäristövalvonnan käytön, kierrätetyn myrkyllisen jätteen suhteen syntyneeseen myrkylliseen jätteeseen, maailmanlaajuisen ympäristöstandardin käyttöönottamisen, ympäristöasioiden ennakoinnin, ympäristölaskentatoimen täytäntöönpanon, ympäristön kestävyyttä koskevan politiikan ja niin edelleen. Galant ja Gadez (2017, s. 685) toteavat, että yksiolotteisten mittareiden etuna olevan etenkin aineiston saatavuuden sekä sen vertailukelpoisuuden. Waddock ja Graves (1997, s. 304) esittävät, että yksiolotteiset mittarit eivät kuvaa riittävän kokonaisvaltaisesti yritysten yhteiskuntavastuun tasoa. Tämän lisäksi he kritisoivat tämän tutkimusmenetelmän osalta sitä, että mittareita on vaikea soveltaa eri toimialojen kesken.

### **2.3 Yhteiskuntavastuu vähittäiskaupassa**

Lukic (2012, s. 574) esittää, että moderni vähittäiskauppa on selvästi erilainen kuin perinteinen. Hän lisää, että erilaisia moderneja toimintokäsitteitä käytetään nykykaupassa, kuten Lean ja ulkoistaminen, joilla parannetaan kustannustehokkuutta ja yleistä suorituskykyä vähittäiskaupassa. Lukic (2012, s. 574) lisää, että viime vuosina kestävän kehityksen käsitettä on sovellettu enemmän vähittäiskaupassa, koska sen merkitys on kasvanut. Globaalit vähittäiskauppiat kuten Wal-Mart, Tesco, Carefour, Metro Group ja muut ovat erityisen tunnustettuja vastuullisuuden osalta (Lukic 2012, s. 574). Tämän käsitteen ydin on, että vähittäiskauppiat tekevät liiketoimintaa siten, että se täyttää



samanaikaisesti kaikki kolme tavoitetta: ympäristö, sosiaalinen ja taloudellinen (Lukic 2012, s. 574). Hän esittää, että näiden tavoitteiden saavuttamisen mittaamiseksi on kehitetty ja mukautettu erityisiä indikaattoreita vähittäiskaupan alalla. Kestävän kehityksen käsite on erittäin tehokas strateginen väline hallitsemaan nykyaikaisia vähittäiskaupan yrityksiä (Lukic 2012, s. 574).

Lukic (2012, s. 576) esittää myös, että kestävän kehityksen käsitettä vähittäiskaupassa tutkitaan perusteellisesti eri tuoteryhmien mukaan monissa maissa ja yrityksissä. Tuoteryhmien osalta sitä on erityisesti tutkittu toimitusketjuissa muotituotteiden vähittäiskaupassa ja tuotteiden elinkaarien osalta esimerkiksi ruuan osalta (Lukic, s. 576). Elinkaari-tutkimus kestävyden käsitteen mukaisesti mahdollistaa tavoitteiden toteutumisen ympäristön, sosiaalisten ja taloudellisten suorituskykyjen osalta (Lukic, s. 576). Miron, Petcu ja Sobolevschi (2011, s. 162) esittävät, että asiakkaiden kasvavat odotukset ja aggressiivinen kilpailu edesauttavat yrityksiä etsimään yhä tehokkaampia toimia CSR:n osalta. Yritysten tavoitteiden, kuten markkinaosuuden kasvattamisen, tuotteiden differoinnin ja älykkään myynnin edistämisen lisäksi, yritysten tavoitteena tulisi olla sidosryhmien odotusten yhdenmukaistaminen (Miron ja muut, 2011, s. 162). He esittävät, että tässä työkaluna helpottaa vastuullisuus, joka on tärkeä pilari kumppaneiden ja yleisön luottamuksen rakentamisessa.

Smigielska (2013, s. 130) esittää, että vähittäiskaupassa yhteiskuntavastuulla on tärkeä vaikutus vastuulliseen toimintaan, koska vähittäiskauppa edellyttää läheistä yhteyttä asiakkaaseen, joka puolestaan toimii hänen luonnollisessa ympäristössään. Hän esittää, että koko toimiala on kehittynyt CSR:n kehityksen mukana. Tärkeimmät tekijät tässä muutoksessa koskevat seuraavia tekijöitä: vähittäiskaupan yritysten kasvava merkitys ja -kelun kannalta, lisääntynyt kilpailu, asiakkaiden odotukset sekä suurempi sosiaalinen tietoisuus (Smigielska 2013, s. 130). Hän lisää, että aikaisemmin markkinoilla yhteiskuntavastuu rajoittui siihen, että vähittäiskauppiat toimittivat asiakkaille tavaroita, joita he odottivat. Vähittäiskauppias koettiin ostajan edun mukaisesti toimivaksi asiamieheksi.

Smigielska (2013, s. 130) esittää, että palvelun laadun tae oli suora kommunikointi asiakkaiden ja myymälän välillä. Smigielska (2013, s. 130) esittää myös, että tavaratalojen syntyminen 1900-luvun puolivälissä ja sen jälkeen muunlaisten massakauppioiden, supermarkettien ja hypermarkettien syntyminen käynnistivät tiettyjen standardien syntymisen, kuten tavaroiden palauttamisen takuut tai periaatteet, kuten ”taattu alin hinta” tai ”tyytyväisyys tai rahat takaisin takuu”. Nykyään tämä ei kuitenkaan enää riitä, hän lisää. Kuluttajat tai heitä edustavat organisaatiot asettavat vähittäismyyjille sosiaalista painetta toimittaa vain se, mikä on hyväksi ostajalle (Smigielska 2013, s. 130). Hyvän käsite on kattava: sillä tarkoitetaan sellaisten tuotteiden toimittamista, jotka ovat turvallisia ostajan terveyden kannalta, mutta myös ympäristöystävällisiä (Smigielska 2013, s. 130). Smigielskan (2013, s. 130) mukaan se tarkoittaa myös sen varmistamista, että palvelujen tuottamisprosessi ei tuhoa luonnonympäristöä.

Hollander (2002, s. 515) esittää, että nykyajan vähittäiskauppiat paitsi tarjoavat tuotteita, mutta toimivat myös tiettyjen elämäntyylien luojina. Hollander (2002, s. 515) antaa esimerkeiksi muun muassa amerikkalaiset The Gap:n ja The Limited:in. Ne kertovat kuluttajilleen osittain, mitä heidän tulisi ostaa ja osittain kategorisoivat ostajiaan. Kaupan rooli tietyn elämäntavan luojana on yhä merkittävämpi (Hollander 2002, s. 515). Smigielska (2013, s. 131) esittää, että massavähittäiskauppiat eivät ole vain portinvartijoita, jotka asettavat esteitä markkinoille ei-toivottuja tavaroita vastaan, mutta ne myös vaikuttavat yhä enemmän siihen, mitä tavaroita markkinoilla tullaan tarjoamaan omalla brändillään. Smigielska (2013, s. 131) esittää myös, että tämä suuntaus tarkoittaa, että yhä useammin vähittäiskauppiat hallitsevat ketjuja, joista he ovat vastuussa. Hänen mukaansa tämä johtaa vastuullisuusnormien täytäntöönpanoon toimitusketjuissa, joita he itse hallitsevat. Smigielska (2013, s. 131) lisää, että sen myötä niillä on nyt myös mahdollisuus seurata näiden standardien noudattamista.

Smigielska (2013, s. 131) esittää, että toinen näkökohta tästä vastuusta ovat eettiset standardit yhteistyöstä toimittajan kanssa, joka on usein heikommassa markkina-asetmassa kumppanina. Hän toteaa, että nämä standardit olisivat suotuisia molemmille

osapuolille toimittajasuhteessa. Niiden soveltaminen suosii pitkäaikaisten suhteiden luomista toimittajien kanssa ja tämä on tärkeä tekijä vähittäiskaupan yritysten pysyvässä kilpailuedussa. Smigieslska (2013, s. 131) esittää, että tärkeä rooli tietyn elämäntyylin luomisessa on tällä hetkellä kauppakeskuksilla. Ne ovat myös paikkoja, joissa tarjotaan erilaisia palveluja, kuten kulttuuripalveluja. Hän toteaa, että tästä syystä niistä käytetään nimitystä shoppailu- ja vapaa-ajankeskus. Hollander (2002, s. 516) vertaa nykyisten kauppakeskusten roolia vanhoihin lähipalveluihin. Hän toteaa, että nämä täyttävät tarkeitä sosiaalisia- ja virkistystarpeita, ainakin joillekin markkinasegmenteille. Hän lisää, että usein ne ovat paikkoja, jossa nuoret kokoontuvat rennosti tai paikkoja, joissa he menevät konsertteihin ja elokuvateattereihin.

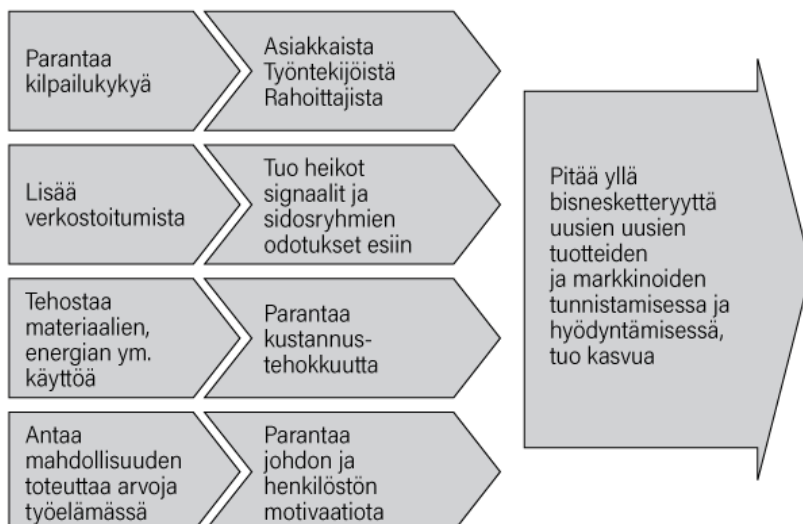
Jones, Comfort, Hillier ja Eastwood (2005, s. 210) esittävät artikkelissaan, että vähittäiskauppiat etsivät parhailaan ratkaisuja useisiin ympäristökysymyksiin, kuten energiankulutukseen, päästöihin, raaka-aineiden käyttöön, vedenkulutukseen, jätehuoltoon, pakkausten määrään, kierrätykseen, geenimuunneltuihin elintarvikkeisiin ja kemikaalien käyttöön. Jones ja muut (2005, s. 210) toteavat, että esimerkiksi Marks & Spencer tunnustaa, että kemikaaleja käytetään jokaisessa heidän tuotteessansa, mutta he ovat erityisesti keskittäneet huomionsa torjunta-aineiden, polyvinyylikloridin ja värjäyksen käyttöön. Yhtiö on pyrkinyt tasapainoilemaan kysynnän kanssa, jotta heillä olisi riittävä määrä ympäristövaatimuksia täyttäviä sekä korkealaatuisia elintarvikkeita tarjolla, mutta samalla heillä olisi tarjolla jatkuvasti tuoreita hedelmiä, vihanneksia, perunoita ja salaatteja (Jones ja muut 2005, s. 210). Heidän tavoitteenaan on käyttää mahdollisimman vähän torjunta-aineita saadakseen asiakkaiden ja yhteiskunnan luottamuksen. He työskentelevät poistaakseen päästöjä ja toisekseen yhtiö on kieltänyt tai korvannut noin 79 torjunta-ainetta (Jones ja muut 2005, s. 210).

Vuoteen 2003 mennessä edellä mainituista elintarvikkeista noin 72 prosenttia olivat vapaita ei-biohajoavista lannoitteista ja biosideistä eli hyönteismyrkyistä (Jones ja muut 2005, s. 210). Jones ja muut (2005, s. 120) huomauttavat, että vuoteen 2002 mennessä oli korvattu lähes 99 prosenttia PVC pakkauksista, joiden hävittäminen vapautti erilaisia

kemikaaleja. Jones ja muut (2005, s. 211) esittävät, että vähittäiskauppiat tunnustavat myös yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset koko yhteiskuntaan ja yhteisöihin, joissa ne toimivat. Tässä kontekstissa kestävä kehityksen agendana ovat henkilöstön, terveyden, turvallisuuden sekä osallisuuden kehittäminen ja siihen liittyvät kysymykset (Jones ja muut 2005, s. 211). Jones ja muut (2005, s. 212) esittävät, että suuret vähittäiskauppiat pyrkivät myös yhä enemmän olemaan ”hyviä naapureita” paikallisissa yhteisöissä.

## **2.4 Yhteiskuntavastuu ja taloudellisen menestyksen yhteys – aikaisempia tutkimustuloksia**

Juutinen (2016, s. 59) esittää, että yrityksen yhteiskuntavastuuseen panostamalla yritys voi parantaa kilpailukykyään, luoda uutta kassavirtaa sekä saamaan edullisempaa rahoitusta. Juutisen (2016, s. 59) mukaan yritysvastuu nostaa esille eri tahojen odotukset ja heikot signaalit, jolloin sen avulla voidaan parantaa kustannustehokkuutta, kun resursien, raaka-aineiden tai energian käyttö pienentyy ja tehostuu. Lisäarvon muodostumista tulee tarkastella kassavirtavaikutusten avulla, jolloin kiinnitetään huomiota, mitkä asiat lisäävät myyntiä, mikä parantaa hintaa tai mitkä asiat vähentävät kustannuksia (Juutinen 2016, s. 60). Yritys vastuun merkitystä on haasteellista arvioida tarkasti, sillä osa vaikutuksista on suoria ja osa niistä toteutuu epäsuorasti (Juutinen 2016, s. 62). Epäsuora arvonlisäystä voivat olla muun muassa asiakasuskollisuuden parantuminen, henkilöstön sitoutuminen, maineen parantuminen tai brändin parantuminen (Juutinen 2016, s. 62). Vaikutukset näistä näkyvät yrityksen markkina-arvossa, eikä niistä siten pysty erottelamaan yksittäisiä osuuksia. Sen lisäksi kasvupotentiaalia, joka on yritys vastuun aikaansaama, on vaikea yksiselitteisesti erottaa kassavirrasta (Juutinen 2016, s. 62). Kuvio 2 havainnollistaa yhteiskuntavastuun tuomia hyötyjä.



**Kuvio 2.** Yhteiskuntavastuun hyödyt (Juutinen, 2016, s. 59).

Ekatahin, Samyn, Bamptonin ja Halabin (2011, s. 249–260) Royal Dutch Shell Plc:n case-tutkimuksessa todettiin, että CSR:llä ja tulojen kasvulla on positiivinen yhteys, tulos kertoo siis, että yhteiskuntavastuulliset yritykset voivat tehdä parempaa tulosta. Brooks ja Oikonomou (2018, s. 1) toteavat, että yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suorituskyvyn tai kannattavuuden välistä suhdetta on tutkittu jo yli neljä vuosikymmentä. Kaikki tutkimukset eivät kuitenkaan ole osoittaneet positiivista yhteyttä (Brooks ja Oikonomou 2018, s. 1). Taloudellisen suorituskyvyn ja yhteiskuntavastuun suorituskyvyn väliseen suhteeseen vaikuttaa yhteiskuntavastuun ja suorituskyvyn määrittelyt, hypoteesit, toimiala, maa, aika sekä eri menetelmien hyödyntäminen (Brooks ja Oikonomou 2018, s. 2).

Aiheeseen läheisesti liittyvää tutkimusta löytyy myös suomalaisessa kontekstissa. Schadewitz ja Niskala (2010, s. 104) tutkivat yhteiskuntavastuun vaikutusta yrityksen markkina-arvoon suomalaisissa yrityksissä. Ohlsonin-malli toimi yrityksen arvon määrittelyssä ja yhteiskuntavastuun osalta tutkijat käyttivät GRI-standardin mukaista raportointia (Schadewitz ja Niskala 2010, s. 96). Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena hyödyntäen regressioanalyysia, kuten tässäkin tutkielmassa sitä hyödynnetään. Schadewitz ja Niskala (2010, s. 105) löysivät tutkimuksessaan positiivisen yhteyden yhteiskuntavastuun ja markkina-arvon välillä. Schadewitzin ja Niskalan (2010, s. 105) mukaan

nykyaikaisilla pääomamarkkinoilla osakehintakäyttäytyminen on erittäin tärkeä asia, sillä pitkällä tähtäimellä kaikkien sidosryhmien kannalta on parasta, että osakkeen hinta palauttaa ”todellisen” taloudellisen arvon. Heidän tuloksensa osoittaa, että johtajat voivat lisätä osakekurssien informaatiollisuutta vastuullisuusraportoinnin avulla. Heidän mukaansa on hyödyllistä, että GRI-vastuuta koskevat tiedot ilmoitetaan osana vuosittaista raportointikäytäntöä.

Brooksin ja Oikonomoun (2018, s. 11) 45 vuoden ajalta tehdyssä kirjallisuuskatsauksessa huomattiin kuitenkin olevan vahva positiivinen linkki yhteiskuntavastuullisuuden ja taloudellisen suorituskyvyn välillä, mutta se on taloudellisesti melko pieni. Kirjallisuuskatsauksessa on käsitelty useampien tutkimusten tuloksia. Brooks ja Oikonomou (2018, s. 12) löysivät, että yhteiskuntavastuullisuudessa on epäsymmetria taloudellisen vaikutuksen ja yrityksen vastuuttomasti toimimisen välillä. Yrityksen toimiessa yhteiskunnan näkökulmasta vastuuttomasti on sen negatiiviset vaikutukset yrityksen talouteen suuremmat, kuin sen toimiessa vastuullisesti ja siten hyötyessään positiivisesti taloudellisesti (Brooks ja Oikonomou 2018, s. 12). He huomauttavat vielä, että on kuitenkin epäselvää vaikuttaako taloudellinen menestys positiivisesti yhteiskuntavastuullisuuteen, vaiko yhteiskuntavastuullisuus taloudelliseen menestykseen.

Bhardwaj, Chatterjee, Demir ja Turut (2018, s. 215) esittävät, että toimialan ensimmäisellä vastuullisuuden strategiaansa osaksi ottaneella yrityksellä on kilpailuetu, koska silloin katteet ovat alkuun paremmat kuin toimialalla keskimäärin. Bhardwaj ja muut (2018, s. 215) perustelevat väitettään sillä, että asiakkaat arvioivat herkemmin kontekstia silloin, kun heille tarjotaan ensimmäistä kertaa uutta. Kilpailuetu menetetään, mikäli yritys ei voita kilpailijaansa yhteiskuntavastuustrategiallaan tai muutoin vahvista asiakkaiden herkkyyttä ja siten saa asiakkaan huomiota tuotteita tai palveluja kohtaan (Bhardwaj 2018, s. 215).

Oh ja Park (2015, s. 92) esittävät tutkimuksessaan, että positiivinen yhteys löytyy yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suorituskyvyn väliltä. Heidän tutkimuksessansa todetaan

myös, että toimialalla on vaikutus siihen, kuinka vahva yhteys on. He lisäävät, että toimiala vaikuttaa myös siihen, että lisääkö yhteiskuntavastuu kannattavuutta vai yrityksen kasvumahdollisuuksia. Oh ja Park (2015, s. 92) antavat esimerkkeinä muun muassa, että elintarvike- ja juomateollisuus ovat kevyttä valmistusteollisuutta, jolloin yhteiskuntavastuu edistää kannattavuutta, mutta kasvavilla toimialoilla (kemianteollisuus, elektroniikka ja koneteollisuus) yhteiskuntavastuu vaikuttaa yrityksen kasvuun. Heidän mukaansa yhteiskuntavastuu ei lisää kannattavuutta näillä toimialoilla, sillä nämä toimialat investoivat usein kansainväliseen kilpailukykyyn. He toteavat, että toimialat, jotka ovat suoraan yhteydessä kuluttajiin, kuten palvelualoilla, syntyy yritykselle imagoa, joka parantaa yrityksen kasvua ja kannattavuutta.

Ailawadi, Neslin, Luan ja Taylor (2014, s. 156) tiivistävät artikkelissaan Augerin, Burken, Devinneyn ja Louvieren (2003) artikkelin, jossa he esittävät, että kuluttajagallupit maa-laavat ruusuksen kuvan yhteiskuntavastuualoitteista, mutta tosi asiassa ne kärsivät yhteiskunnallisesta toivottavuusharhasta ja pätevyyteen liittyvistä ongelmista. Ailawadi ja muut (2014, s. 156) esittävät artikkelissaan, että ei ole selvää onko myönteisillä teoilla vaikutusta kuluttajauskollisuuteen share of walletin (SOW) muodossa. SOW:illa tarkoitetaan artikkelissa siis sitä, että ”lohkeaako” asiakkaan lompakosta osuutta. Aikaisemmat tutkimukset perustuvat pitkälti laboratorioasetelmiin, jotka mittavat asenteita ja aikeita varsinaisen käyttäytymisen sijaan (Ailawadi ja muut 2014, s. 157). CSR-tutkimuksissa voidaan liioitella aikeita ja asenteita, verrattuna tosielämän osto-ympäristöön, jossa on useita muita tekijöitä, kuten tuotteen laatu, hinta, valikoima, helppous ja niin edelleen, jotka vaikuttavat ostopäätökseen (Ailawadi ja muut 2014, s. 157).

Ailawadi ja muut (2014, s. 157) tarkastelevat neljää CSR-toimintoa, jotka ovat merkityksellisiä empiirisessä kontekstissa: ympäristöystävällisyys, yhteisön tuki, paikallisten tuotteiden myynti ja työntekijöiden oikeudenmukainen kohtelu. Viimeiset kaksi liittyvät suoraan asiakkaan ostokokemukseen, kun taas kaksi ensimmäistä eivät (Ailawadi ja muut 2014, s. 157). Ailawadin ja muiden (2014, s. 157) mukaan nämä neljä

yhteiskuntavastuutoimintoa voidaan ryhmitellä asiakaskokemuksiksi ja ei-asiakaskokemuksiksi ja ne kaikki neljä ovat melko erilaisia.

Pavan ja Krauzin (1996, s. 348) tutkimuksessa he kävivät 22 tutkimusta läpi, joissa käydään CSR:n ja taloudellisen menestymisen yhteyttä. Heidän mukaansa ainoastaan yhdessä tutkimuksessa huomattiin negatiivinen yhteys. He lisäävät kuitenkin CSR:n ja taloudellisen menestymisen yhteyden olevan kompleksinen sekä vivahteikas. Tässä tutkimuksessa on korostettu toistuvaa ja paradoksaalista havaintoa, jonka mukaan yritysten, joiden on katsottu täyttävän sosiaalisen vastuun kriteerit, on yleensä osoitettu toimivan taloudellisesti vähintään yhtä hyvin, ellei paremmin kuin muut yritykset. Pava ja Krausz (1996, s. 348) nostavat esiin loppupäätelmissään, että kaksi kiinnostavaa tutkimusalaa ovat toimitusjohtajan rooli yhteiskuntavastuun tavoitteiden asettamisessa ja se, miten yritykset puolustavat ja perustelevat yhteiskuntavastuun menoja vuosikertomuksen avulla.

Lópezin, Garcian ja Rodriguezin (2007, s. 296) mukaan yritykset ja sijoittajat uskovat, että yhteiskuntavastuun huomioonottamisella on pitkän ajan arvoa. López ja muut (2007, s. 296) tutkivat tätä yhteyttä Dow Jones yhteiskuntavastuunindeksi eli DJSI:n (Dow Jones Sustainability Index) sekä DJGI:n (Dow Jones Global Index) kautta. He totesivat tutkimuksessaan, että yhteys näiden muuttujien välillä on negatiivinen. Heidän tutkimusasettelunsa kuitenkin mittasi vain ensimmäistä vuotta vastuullisuustoimien käyttöönotossa. López ja muut (2007, s. 296) esittävät, että yhteyttä tutkittaessa on otettava aikataulu jatkossa tarkemmin huomioon. He esittävät, että alkuun yrityksen johdon kannattaa katsoa lyhyen aikavälin kustannusten yli, eikä vielä ensimmäisen vuoden osalta tehdä enempää johtopäätöksiä. Heidän mukaansa negatiivinen vaikutus taloudelliseen suorituskyykyyn on itsekorjaava, koska erot vähenevät ajan myötä verrattaessa vastuullisuustoimien implementoineita yrityksiä ja yrityksiä, jotka eivät ole vastuullisuustoimia implementoineet.



## 2.5 Yhteiskuntavastuusta raportointi

Niskala ja muut (2013, s. 98) esittävät, että on olemassa useita yleisesti hyväksytyjä raportointiohjeistoja, jotka toimivat ohjausvälineenä ja vertailukohtana yritysraportoinnin kehittämisessä yrityksessä. Niskala ja muut (2013, s. 98–99) toteavat, että raportointiohjeistot toimivat sekä parhaiden käytäntöjen ohjenuorana että auttavat asettamaan tavoitteita johtamiselle. He toteavat, että yritysraportointi on työkalu yrityksen riskien hallintaan. Niskalan ja muiden (2013, s. 99) mukaan raportoinnin avulla voidaan tunnistaa monia yrityksen toimintaan liittyviä riskejä, esimerkiksi toimittajaketuissa, sidosryhmäsuhteissa, lainsäädännössä, yrityskuvassa ja brändeissä. He toteavat, että pörssiyrityksillä yritysraportointi voi vaikuttaa osakkeen arvon vaihteluihin, epävarmuuteen ja pääoman kustannuksiin. Niskala ja muut (2013, s. 100) lisäävät vielä, että usein vastuullisuus mielletään menestyvän yrityksen tunnusmerkiksi, lisäten vakautta ja vähentäen yrityksen epävarmuutta ja riskiä.

Niskala ja muut (2013, s. 100) toteavat, että yritysraportoinnin toteutus on monivaiheinen prosessi. He esittävät, että raportointiohjeistot antavat vain suuntaviivat, mutta prosessi ja suunnittelu vaihtelevat yrityskohtaisesti. Niskala ja muut (2013, s. 101) lisäävät, että toteutusta määrittävät niin ulkoiset kuin sisäiset paineet. Yritysraportoinnin voidaan nähdä olevan työkalu sitoutumisen näyttämiseksi yritysraportoinnista (Niskala ja muut 2013, s. 101).

## 2.6 Yhteiskuntavastuun vaikutus yrityksen maineeseen

Heinonen (2006, s. 39) esittää, että yrityksen maineella on monia yritystä hyödyttäviä tekijöitä. Hänen mukaansa hyvä maine muun muassa hidastaa kilpailevien yritysten pääsyä markkinoille, viestii tuotteiden tai palveluiden hyvästä laadusta sekä siten mahdollistaa premium-hinnoittelun, houkuttelee osaavia työntekijöitä ja auttaa pääomamarkkinoilla. Heinosen (2006, s. 39–40) mukaan osaketta aliarvostetaan, media suhtautuu kriittisemmin, asiakkaat ovat hintasensitiivisempiä ja henkilöstön moraalit heikkenee, mikäli

yrittäjällä on huono maine. Hänen mukaansa sijoittavat suhtautuvat parempimaineiseen yritykseen luottavaisesti ja siten hyvä maine vaikuttaa sijoittajan sijoituspäätöksiin. Heinonen (2006, s.40) kuitenkin toteaa, että yksiselitteistä ei kuitenkaan ole, että kumpi on tullut yritykseen ennen, hyvä maine vai taloudellinen menestyminen.

Boulstridgen ja Carriganin (2000, s. 356) mukaan mainetta voidaan ajatella summana kaikista niistä toiminnoista, joilla on vaikutus yrityksen sidosryhmiin. Heidän mukaansa maineella onkin monesti vaikutusta sidosryhmien odotuksiin. Toisaalta Boulstridge ja Carrigan (2000, s. 356) kyseenalaistavat kuluttajien roolin vastuullisuudessa ja heidän mukaansa tulee tutkia tarkkaan ovatko heidän kuluttajasegmenttinsä kiinnostuneita yrityksen maineesta. Mikäli toimiala ei ole maineherkkää, tulee yrityksen johdon pohtia strategiseen maineenhallintaan kohdistettujen varojen suuntaamista muihin sidosryhmiin, kuten rahoittajiin ja työntekijöihin (Boulstridge ja Carrigan, 2000, s. 356).

Heinonen (2006, s. 135) esittää, että yritysvastuun nähdään vaikuttavan positiivisesti yrityksen talouteen, mutta yritysvastuu nähdään vähäisempänä tekijänä maineeseen verrattuna. Heinonen (2006, s. 136) toteaa, että kokonaismaine vaikuttaa siis myynnin lisääntymisessä tai osakkeen arvostuksessa enemmän kuin yrityksen yhteiskuntavastuu. Hän lisää, että eniten hyvä yritysvastuu näkyy positiivisesti henkilöstön rekrytoinneissa ja pysyvyydessä. Marinin, Ruizin ja Rubion (2009, s. 75) mukaan tärkeää yritykselle on saavuttaa sitoutunut ja merkityksellinen suhde asiakkaidensa kanssa ja heidän näkemyksensä mukaan yhteiskuntavastuuseen laitettujen panostukset johtavat tähän pidemmällä aikavälillä.

Du, Bhattacharya ja Sen (2007, s. 224) esittävät, että positiiviset mielikuvat yrityksen yhteiskuntavastuullisuudesta johtavat mahdollisesti pidemmän tähtäimen lojaaliuteen ja yritystä kannattavaan käyttäytymiseen, eikä ainoastaan suurempaan ostamisen todennäköisyyteen. Stanalandin, Lwin ja Murphyn (2011, s. 47) mukaan näkemykset yrityksen vastuullisuusasenteesta muodostuvat erilaisten markkinointipanostusten kautta. Heidän mukaansa markkinointipanostukset voivat näkyä esimerkiksi brändin ja maineen

rakentamisen yhteydessä. Stanaland ja muut (2011, s. 48) esittävät, että sitoutuminen vastuullisiin toimintoihin johtaa monesti yrityksen kannalta positiivisiin tuloksiin. Boulstridge ja Carrigan (2000, s. 366) esittävät, että yrityksen maineella on merkitystä kilpailukyvyn muodostumisessa ja monesti panostukset siihen ovat kannattavia.

Schnietzin ja Epsteinin (2005, s. 338) mukaan hyvä maine yritys vastuuasioissa voi kuitenkin suojata osakkeen arvon pudotukselta kriisitilanteissa. Hyvä yritys vastuumaine luo siis mainepuskuria, joka auttaa yritystä, mikäli sille tulee jokin kriisi (Schnietz ja Epstein 2005, s. 341). Mata, Fialho ja Eugénio (2018, s. 1202) esittävät, että motivaatio ympäristöraportoinnille johtuu olennaisesti yritysten maineen johtamisesta. He lisäävät, että sen lisäksi motivaatiota syntyy yritysten sisäisistä tekijöistä, sidosryhmien painostuksesta, ympäristöonnettomuuksista, lainsäädännöstä tai koska yrityksellä on käytössä ympäristöjohtamisen järjestelmä. He toteavat, että osa tutkimuksista esittää, että yritykset ovat sitoutuneita raportointiin turvatakseen asemansa.

### **3 Ympäristövastuullisuus osana yrityksen yhteiskuntavastuullisuutta**

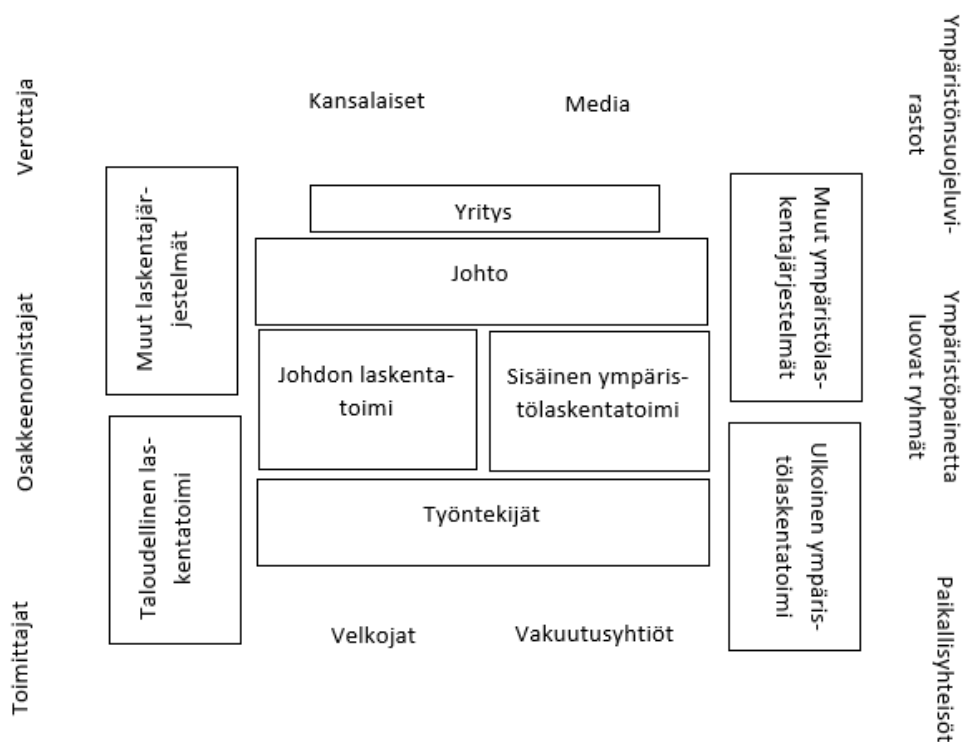
#### **3.1 Ympäristölaskentatoimi**

Niskala ja Mätäsaho (1996, s. 14) esittävät, että ympäristölaskentatoimi on syntynyt tarpeesta tuottaa tietoa yrityksen sidosryhmille. Heidän mukaansa yrityksen toimintaan liittyy tiettyjä odotuksia ja vaatimuksia, joihin yritysten tulee vastata. Vaatimuksia tulee yrityksen toimintaan monesta eri suunnasta, markkinoilta, politiikasta ja kansalaistoiminnasta (Niskala & Mätäsaho, 1996, s. 14). Eri sidosryhmillä on kuitenkin eri intressejä saatavalle informaatiolle (Niskala & Mätäsaho, 1996, s. 14). He esittävät myös, että yrityksen ympäristöä koskevalle tiedolle on paljon erilaisia odotuksia, vaatimuksia ja intressejä. Niskalan ja Mätäsahon (1996, s. 15) kertovat, että markkinat ovat kiinnostuneet etenkin saamastaan korvauksesta annetulle panokselle. He esittävät, että yhteiskunta ja poliittiset päätöksentekijät ovat kiinnostuneita säädösten ja lakien noudattamisesta sekä tuoton tuottamisesta yhteiskunnalle. Kansalaiset ovat sen sijaan kiinnostuneita ympäristön tilasta ja vaativat sen mukaista informaatiota (Niskala & Mätäsaho, 1996, s. 15).

Leen (2015, s. 16) mukaan yhä useammat teollisuudenalat pyrkivät käyttämään energiaa tehokkaammin markkinapaineen, yleisen tietoisuuden ympäristön kestävydestä sekä nousevien energiakustannusten ja volatiliiteetin vuoksi. Leen (2015, s. 16) mukaan energiatehokkuus on mahdollisesti yksi tärkeimmistä ja kustannustehokkaimmista keinoista, joilla teollisuudenalat voivat vähentää kasvihuonekaasupäästöjään kestävä kehityksen edistämiseksi. Hän toteaa, että vaikka teollisuudenaloilla on tarjolla kustannustehokkaita energia-alan toimenpiteitä, niitä ei aina toteuteta erilaisten esteiden vuoksi. Esteiksi organisaatiotasolla Lee (2015, s. 19) mainitsee muun muassa rajoitetun tarjonnan infrastruktuurin, ostomenettelyn, laatuongelman, hinnoittelun ja verotuksen, riittämättömän tiedotuksen ja koulutuksen, sääntelyn ja hyödyllisyyden esteet, vääränlaiset kannustimet, poliittiset esteet sekä rahan tai rahoituksen puutteen.

Setthsakkon (2010, s. 315) mukaan ympäristölaskentatoimen omaksumiseen sekä käyttämiseen liittyy myös esteitä. Setthsakko (2010, s. 321) esittää, että yrityksen työntekijöiltä vaaditaan sopeutumis- ja oppimiskykyä ympäristölaskentatoimen käyttöönotto-prosessissa aivan, kuten minkä tahansa uuden järjestelmän tai toimintamallin käyttöönotto-prosessissa. Hän lisää, että työntekijöille täytyy tarjota koulutusta, joka tukee siirtymisessä uusiin käytäntöihin. Setthsakko (2010, s. 323) toteaa, että osa yrityksistä voi olla syventyneempiä lyhyen aikavälin taloudellisiin hyötyihin, eikä ympäristövaikutuksiin, jolloin asioita ei nähdä suuressa mittakaavassa. Setthsakko (2010, s. 325) lisää, että monille yrityksille ei ole tarjolla tukea liittyen ympäristölaskentatoimen menetelmiin tai niiden johto on vastahakoinen ottamaan vastaan tukea.

Schaltegger ja Burrit (2000, s. 31) esittävät, että yrityksen sidosryhmät ovat mitä tahansa yksityishenkilöitä tai ryhmiä, joilla on siteitä yritykseen, koska he voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan. Schaltegger ja Burrit (2000, s. 31) kertovat, että sidosryhmä terminä tarkoittaa, että nämä ryhmät tai yksilöt saavat jonkinlaista etua tai ovat alttiita yrityksen toiminnan taloudelliselle, sosiaaliselle tai ympäristölliselle toiminnalle. Sidoryhmät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin ryhmiin (Schaltegger ja Burrit 2000, s. 31). Sidoryhmiin kuuluvat esimerkiksi yrityksen johtajat ja työntekijät sisäisinä sidoryhminä. Valtion sääntelyvirastot, osakkeenomistajat, ympäristöpainetta luovat ryhmät, toimittajat, asiakkaat, paikallisyhteisöt ja kansalaiset ulkopuolisina sidoryhminä. Yritysten sidoryhmien osallisuutta yrityksen toimintaan havainnollistaa kuvio 3 seuraavalla sivulla.



**Kuvio 3.** Laskentajärjestelmät ja sidosryhmät (mukaillen Schaltegger & Burrit, 2000, s. 32).

Niskala ja Mätäsaho (1996, s. 15) esittävät, että ympäristölaskentatoimi voidaan jakaa perinteisen laskentatoimen mukaisesti sisäiseen ja ulkoiseen laskentatoimeen. Sisäisellä ympäristölaskentatoimella on suuri merkitys ulkoiseen ympäristölaskentatoimeen, jotta ulkoinen laskentatoimi pystyy tuottamaan informaatiota riittävästi eri sidosryhmien tarpeisiin (Niskala ja Mätäsaho 1996, s. 15). Heidän mukaansa johdon ympäristölaskentatoimi voi olla tärkeässä osassa yrityksen toiminnan ja päätöksenteon tukemisessa ja ohjaamisessa. Ympäristölaskentatoimi onkin osa ympäristöjohtamista (Niskala ja Mätäsaho 1996, s. 15). Ympäristölaskentatoimi tuottaa yritykselle informaation kokonaisvaltaiseen ympäristöjohtamiseen ja sen informaation pohjalta voidaan toimia niin, että yritys ja ympäristö hyötyvät (Niskala & Mätäsaho 1996, s. 15). Liu, Yin, Pengue, Benetto, Huisingh, Schnitzer, Wang ja Casazza (2018, s. 1060) esittävät, että ympäristölaskentatoimi on käytännössä, jolla muutetaan raakadataa informaatioksi. Heidän mukaansa

ympäristölaskentatoimen laajuuden ja tavoitteiden asettamisen olevan ratkaisevassa roolissa saada tarvittavaa informaatiota.

Gray (2013, s. 463) esittää, että ympäristöllä on hyvin vähän tekemistä ympäristölaskentatoimen kanssa. Grayn (2013, s. 463) mukaan perinteisessä laskentatoimessa ympäristö kuvataan usein kustannuksina, velkoina, riskeinä tai mahdollisuuksina. Johdon ympäristölaskentatoimessa ympäristöä kuvataan myös kustannuksina ja hintoina, jolloin huomioidaan paremmin resurssien palautuminen ympäristöön (Gray 2013, s. 464). Molemissa siis luonto ja ympäristö pyritään muuttamaan rahamääräiseen muotoon. Ympäristölaskentatoimi tuottaa informaatiota, jonka avulla voidaan saada yritykselle rahallisia hyötyjä, mutta siinä samalla se pienentää yrityksen ympäristöön kohdistamia haittoja. Ramus ja Montiel (2005, s. 388) esittävät, että tuotantoyritykset, mukaan lukien öljy- ja kaasuteollisuus implementoivat palvelualaa todennäköisemmin ympäristötoimia niiden toimintaan. Heidän mukaansa tämä johtuu siitä, että palveluala ei saa vastaavaa hyötyä implementoinnista kuin tuotantoyritykset, minkä lisäksi palvelualalla ei ole vastaavan suuruisia taloudellisia sanktioita.

Dascalu, Caraiani, Lungu, Colceag ja Guse (2010, s. 28) esittävät johdon ympäristölaskentatoimen olevan kattava tapa sisällyttää ympäristönäkökulma liiketoiminnan päätöksentekoon. Dascalu ja muut (2010, s. 28) esittävät myös, että sisäisten ympäristökustannusten sisällyttäminen kirjanpitoon auttaa yritystä maksimoimaan nykyinen kannattavuutensa. Heidän mukaansa yritystä voidaan ohjata edelleen maksimoimaan pitkän aikavälin kannattavuutensa ottamalla huomioon myös ulkoiset ympäristökustannukset. Tämän menetelmän käyttöönotto auttaa yritystä saavuttamaan vahvemman kilpailuaseman suhteessa kilpaileviin yrityksiin, jotka käyttävät vain perinteistä kirjanpitoa. Dascalu ja muut (2010, s.29) lisäävät, että kilpailuedun laajuus riippuu siitä, kuinka laajasti ja luovasti yritys käyttää päätöksenteossaan ympäristölaskentaa.

### 3.1.1 Ympäristölaskentatoimen ja ympäristöjohtamisen historia

Pohjola (2003, s. 9) esittää, että tänä päivänä vastuullinen liiketoiminta on haasteena lähes jokaiselle suomalaiselle yritykselle. Hän lisää, että viime vuosisadan lopun vuosikymmenillä ympäristönsuojelu ja -huomioiminen liitettiin vain osaan toimialoista. Näitä toimialoja olivat muun muassa puunjalostus, metalliteollisuus ja kemianteollisuus, sillä näistä usein syntyi jotain konkreettisia tuotteita. Tuohon aikaan miellettiin, että vain fyysillä tuotteella saattoi olla ympäristövaikutuksia (Pohjola 2003, s. 9).

Kallion (2001, s. 9) mukaan yritykset ovat vuosien saatossa suhtautuneet ympäristöön eri tavoin, ja asenteet sitä kohtaan ovat muuttuneet. Hän lisää, että vasta 1960-luvulla herättiin ympäristöhuoleen. Pohjolan (2003, s. 11) mukaan 1960-luvulla vallitsi käsitys, jossa huomioitiin ympäristönsuojelu teollistuneessa yhteiskunnassa. 1990-luvulle tultaessa käsitys oli muuttunut ympäristöasioiden hallinnaksi vallitsevassa informaatioyhteiskunnassa (Pohjola 2003, s. 11). Hän lisää, että ympäristönäkökulmia ei ole implementoitu täysin tuotekehitys- ja tutkimusprojekteihin 2000-luvullakaan. Tulevaisuudessa seuraava vaihe on ympäristöasioiden ennakointi verkostoyhteiskunnassa (Pohjola 2003, s. 11).

Mathews (1997) määrittelee ympäristölaskentatoimen vaiheet kolmeen eri vaiheeseen. Mathews (1997, s. 483) esittää, että vanhimmat ympäristölaskentaa koskevat tutkimukset ovat 1970- ja 1980-luvuilta, jolloin ympäristölaskentaa koskeva tutkimus oli normatiivista sekä kuvailevaa. Laskentatoimen roolista käytiin tuohon aikaan keskusteluja siitä, millainen rooli laskentatoimella on yrityksen julkaisemassa ympäristöä käsittelevässä informaatiossa. Mathews (1997, s. 499) mukaan 1990-luvun alussa alkoi muodostua vahva käsitys ympäristölaskentatoimen ja laskentatoimen sulautumisesta. Sulautuminen esiintyi ensin ympäristölaskentatoimen, ympäristötilinpäätösten ja ympäristöauditointien muodossa. Ympäristölaskennan tehtävät ja velvollisuudet muodostuivat 1990-luvun loppupuolella. Mathews (1997, s. 500) esittää, että yksi ympäristölaskentatoimen vastuista oli ympäristösuorituskyvyn mittaaminen siltä osin, kun yritys täyttää ja ylittää sen



toiminnalle asetetut kriteerit. Hänen mukaansa tutkimus ei ollut enää niin kuvailevaa tai normatiivista.

Kallion (2001, s. 14) mukaan ympäristöjohtamisen kehitysvaiheet voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen. Hänen mukaansa ensimmäistä vaihetta leimasi haluttomuus yhdistää ympäristönäkökohtia yrityksen toimintaan. Hän lisää, että sen sijaan ympäristönäkökulmat olivat ulkoisen paineen painostamia. Hän toteaa ensimmäinen vaiheen ajoittuvan aikaan ennen 1980-luvun puoliväliä. Seuraavan vaiheen Kallio (2001, s. 16) toteaa sijoittuvan 1980-luvun puolivälin jälkeiseen aikaan. Hän toteaa, että toista vaihetta leimasi herääminen siihen, että mikäli yritys haluaa olla menestyä pitkällä aikavälillä, niin sen tulee poistaa ristiriidat yhteiskunnan vaatimusten ja arvomaailman kanssa.

Kolmannen vaiheen Kallio (2001, s. 18) toteaa ajoittuvan 1990-luvun puolelle ja sitä kutsutaan moderniksi ympäristöjohtamiseksi. Hänen mukaansa modernissa ympäristöjohtamisessa alettiin tunnistaa ympäristötekijöiden strateginen potentiaali. Strategisen potentiaalinn tunnistamisen lisäksi kasvaneet lainsäädäntö- ja markkinapaineet leimasivat uuden vuosituhatosen modernia ympäristöjohtamista. Ympäristöjohtamisen kehityksen myötä tarve ympäristölaskentatoimen kehittämiseksi kasvoi (Niskala ja Mätäsaho 1996, s. 22). Yritykset tarvitsivat informaatiota päätöksentekoa ja toiminnanohjausta varten vastakseen kasvavaan trendiin, jossa ympäristö ja taloudelliset tekijät linkittyvät toisiinsa (Niskala ja Mätäsaho 1996, s. 28).

### **3.1.2 Ympäristölaskentatoimi osana yrityksen yhteiskunnallista laskentatoimea**

Niskala ja Mätäsaho esittävät, että yrityksen yhteiskunnallinen laskentatoimi on yhteiskunnallisten vaikutusten selvittämistä ja ympäristölaskentatoimi toimii osana yrityksen yhteiskunnallista laskentatoimea. Yrityksen yhteiskunnallinen laskentatoimi tuottaa taloudellista informaatiota kustannuksista ja hyödyistä yhteiskunnalle ja sen lisäksi raportoi vastuun noudattamista (Niskala & Mätäsaho 1996, s. 66). Niskala (1995, s. 31) esittää, että yrityksen ympäristölaskentatoimen voi määritellä osaksi yrityksen yhteiskunnallista

laskentatoimea, sillä se rekisteröi, mittaa ja raportoi johdolle ja muille sidosryhmille yrityksen ympäristövaikutuksista. Yrityksen ympäristölaskentatoimi tutkii kvalitatiivisessa, kvantitatiivisessa ja rahamääräisessä muodossa yrityksen ympäristövaikutuksia (Niskala 1995, s. 31).

Niskala ja Mätäsaho (1996, s. 79) esittävät, että yrityksen ulkoinen ympäristölaskentatoimi tuottaa yrityksen ympäristöä koskevasta informaatiosta raportteja sidosryhmien tarpeisiin. Sen lisäksi sen tehtävät liittyvät myös raportointimenetelmien kehittämiseen ja ympäristöön kohdistuvien vaikutusten taloudelliseen arvottamiseen (Niskala ja Mätäsaho 1996, s. 79). He esittävät, että ulkoinen ympäristölaskentatoimi voidaan jakaa seuraaviin osiin: ympäristöraportointiin, ympäristökirjanpitoon ja ympäristötilintarkastukseen.

Schaltegger ja Burritt (2000, s. 74) esittävät, että ympäristönsuojelua koskevan päätöksenteon tukemiseksi, taloudelliset vaikutukset olisi sisällytettävä erillisinä erinä nimenomaisesti hallinointiin ja kirjanpitoon. Yksi tärkeä kysymys on, pitäisikö ympäristöön perustuvien rahavirtojen olla aktivoituna vai menoina (Schaltegger ja Burritt 2000, s. 75). Toinen kysymys on, miten kulut ja taloudelliset vaikutukset tulisi käsitellä ja miten ne tuotaisiin ilmi yhtiön varoihin (Schaltegger ja Burritt 2000, s. 75). Tavanomainen kirjanpito ei tuota informaatiota siitä, kuinka paljon luontoa on vahingoitettu ja johto ei välttämättä edes huomaa sitä (Schaltegger ja Burritt 2000, s. 77). Syitä tälle ovat se, että ympäristö- ja luontoresursseja ei ole lisättyä tilien saldoihin, luonnonvarojen poistoja ei ole sisäistettyä tai vahinkoja ei ole huomioituna (Schaltegger ja Burritt 2000, s. 77-78). He lisäävät, että vahingot eivät ole huomioitu perinteisessä kirjanpidossa muuten kuin heijastettu sakkoina, rangaistuksina, lupina tai puhdistuskuluina. Schaltegger ja Burritt (2000, s. 79) huomauttavat, että perinteinen kirjanpito ei myöskään osoita kuka on vastaanottanut rahaa, jota yritys on käyttänyt, eikä sitä missä tavarantoimittajat sijaitsevat. Kirjanpidosta ei myöskään näe miten rahat on käytetty tulevaisuuden sukupolvia ajatellen (Schaltegger ja Burritt, s. 79). Niskala ja Mätäsaho (1996, s. 81) toteavat, että ympäristö voi vaikuttaa tilinpäätöseriin muun muassa varastojen vanhenemisena,

käyttöomaisuuden pitoajan lyhentymisenä, poistokäytännön muuttumisena sekä käyttöomaisuuden arvon muutoksena.

### **3.2 Ympäristösuorituskyvyn mittarit**

Pohjolan (2003, s. 44) mukaan ympäristösuorituskyky koostuu kahdesta osa-alueesta: yrityksen toimintojen ympäristökuormitusten arviointi sekä yrityksen käyttämien raaka-aineiden ja tuotteiden ympäristökuormituksen arviointi. Hän toteaa, että yrityksen ympäristösuorituskykyä tulee tarkastella sekä palveluiden tai tuotteiden että prosessien kautta. Hän lisää, että ympäristöasioiden kustannustehokas päätöksenteko syntyy, kun yhdistetään yrityksen toiminnan operatiiviset tekijät, ympäristönäkökohdat sekä laske- ja talousraportointijärjestelmän tiedot. Pohjolan (2003, s. 44) mukaan ympäristöjohtamisjärjestelmässä on menettelyt ja toimintatavat operatiivisen toiminnan aiheuttamien ympäristökuormitusten ja -vaikutusten hallintaan. Hänen mukaansa kirjanpitojärjestelmä määrittelee ympäristökustannuksista saatavan tiedon muodon ja tarkkuustason.

Olsthoornin, Tytecan, Wehrmeyerin ja Wagnerin (2001, s. 453) mukaan päätöksenteko ja monimutkaisten asioiden hallinta vaatiivat menetelmiä, joilla näitä kysymyksiä käsitellään yksinkertaisella mittayksiköllä. Heidän mukaansa on selvää, että tietojen tarkka luonne tulee vaihdella tehtävän päätöksen, päätöksenteon kontekstin ja asianomaisten sidosryhmien mukaisesti. He antavat esimerkiksi, että kuluttaja haluaa yksinkertaisen signaalin, onko tuote ”vihreä” vai ”ei-vihreä”. Sen sijaan tuotesuunnitteluinsinööri tarvitsee tuotesuunnitteluun liittyen tarkempia tietoja, jotta suunnittelustrategiaan saadaan paras informaatio. He lisäävät, että ympäristömittarien tulee vaihdella myös yrityksen tyypistä, toimialasta, koosta, aikahorisontista, organisaatiokulttuurista sekä yritystä koskevista laeista ja säädöksistä riippuen. Tämän lisäksi vaikuttava tekijä voi olla esimerkiksi markkinoiden herkkyyys koskien ympäristöä (Olsthoorn ja muut 2001, s. 453).

Horváthová (2010, s. 52) kävi tutkimuksessaan läpi 37 ympäristösuorituskyvyn ja taloudellisen suorituskyvyn välisestä suhteesta tehtyä tutkimusta. Hänen tutkimuksensa päämääränä oli ymmärtää tekijät, jotka vaikuttavat ympäristösuorituskyvyn ja taloudellisen suorituskyvyn yhteyteen. Hän toteaa, että vuosien varrella ei ole syntynyt yksimielisyyttä siitä, miksi tutkimustulokset vaihtelevat niin suuresti aiheeseen liittyen, joten tutkimus kokoaa syitä näille vaihteluille. Horváthován (2010, s. 55) toteaa, että yrityksen koolla ja toimialalla on vaikutusta suorituskykyjen väliseen suhteeseen, mihin hän kuitenkin lisää, että iso osa tutkimuksista ei ole kohdistettu tietyille toimialalle, mikä tekee yhteyden tarkastelusta hankalaa. Horváthován (2010, s. 56) tutkimuksesta käy ilmi merkittävä huomio, sillä hän löysi, että Euroopassa ja Amerikassa tehdyissä tutkimuksissa oli eroja. Hän teki myös olennaisen huomion, että käytetyllä taloudellisen suorituskyvyn mittarilla ei ollut niin merkittävää roolia tulokseen kuin käytetyllä ympäristösuorituskyvyn mittarilla.

Guentherin ja Orlitzkyn (2011, s. 373–374) mukaan ympäristösuorituskyky ei ole täsmällinen termi. He toteavat termillä olevan eri kerroksia ja laajuuksia. Termillä on myös monta dimensiota sekä sitä on mahdollista mitata monella eri aikavälillä. Heidän mukaansa termi eroaa paljonkin maittain ja valtiohallinnon olevan merkittävä aiheuttaja termin eroavaisuuksiin. Lisi (2015, s. 27–41) esittää ympäristösuorituskyvyn tehokkuuden määritelmäksi toimia, joilla yritys saavuttaa ympäristötavoitteensa. Lisi (2015, s. 40) toteaa myös ympäristösuorituskyvyn määrittelyssä ja mittareissa olevan huomattavissa selvästi erotettavia eroja eri toimialojen ja yritysten välillä.

Epsteinin ja Royn (2001, s. 594) mukaan yrityksen on luotava ympäristösuorituskykymitarit seuratakseen ja arvioidakseen kestävän kehityksen toimiaan. Mittarit, joissa tietyn lähteen kestävän kehityksen tulokset annetaan numeromääräisenä, ovat sopivimpia (Epstein ja Roy 2001, s. 594). Epstein ja Roy (2001, s. 594) esittävät, että ensinnäkin kestävän kehityksen strategia on muunnettava mitattaviksi tavoitteiksi. Heidän mukaansa, sen lisäksi on luotava mittarit, joihin sisältyy ympäristöohjelmien menojen tasot. Numeeriset ja prosentuaaliset mittarit ovat sellaisia, joiden perusteella johto voi tehdä päätöksiään (Epstein & Roy 2001, s. 595). Henri ja Journeault (2010, s. 68) esittävät

ympäristösuorituskyvyn mittareita olevan esimerkiksi materiaalikustannusten lasku, energian säästö, materiaalien uudelleenkäyttö sekä elinkaarikustannukset. Henri, Boiral ja Roy (2014, s. 656) esittävät ympäristösuorituskyvyn mittareita olevan muun muassa sanktiomaksut, kunnostamisen kulut, ilmaan ja veteen pääsevät saasteet, hiilijalanjälki, markkinointimahdollisuus, rahoituksen saamisen helppous, henkilökunnan osallistuminen ja osakkeenomistajan hyödyn kasvu.

### **3.3 Ympäristöjohtaminen ja sen hyödyt**

Pohjolan (2003, s. 43) mukaan ympäristötehokkuus ja ympäristösuorituskyky ovat termejä, joita käytetään ympäristöasioiden arvioinnissa. Hänen mukaansa ympäristöasioiden visiosta lähtee ympäristöjärjestelmän rakentaminen. Pohjolan (2003, s. 43–44) mukaan ympäristöohjelma sisältää käytännön toimintasuunnitelmat ja -ohjeet, jotta visio saavutetaan. Ympäristöjärjestelmän keskeinen sisältö on mittauskohteet, mittaukset ja ympäristöasioista raportointi (Pohjola, 2003, s. 44). Pohjola (2003, s. 45) toteaa yritykseen luotaessa ympäristönäkökulmaa johtamiseen, tulisi se nähdä kokonaisuutena liiketoiminnallisesta näkökulmasta, ettei siitä tule yritykseen erillinen osa. Hän lisää, että vaarana on se, että ympäristönäkökulma ei kata koko toimitusketjua, vaan se alkaa muodostaa yrityksessä omaa toimialuetta.

Annin, Zailanin ja Wahidin (2006, s. 88–89) mukaan osa tutkijoista on sitä mieltä, että parantunut ympäristövastuullisuus parantaa yrityksen suorituskykyä, kun taas osa tutkijoista uskoo, että parantunut ympäristösuojelun taso on kannattavuuden ja osakkeiden arvonalentumisen kustannuksella tehty. Ympäristöjohtamisjärjestelmän hyötyjä voi kuitenkin saada esimerkiksi rahoituksessa, vakuutuksissa, markkinoinnissa ja lainsäädännössä (Ann ja muut 2006, s. 75). Vakuuttajat ja rahoittajat voivat saavuttaa paremman luottamuksen vastuullisesti toimivaa yritystä kohtaan (Ann ja muut 2006, 75). Testa, Rizzi, Daddi, Gusmerotti, Frey ja Iraldo (2014, s. 172) esittävät, että etenkin isot ja kompleksiset yritykset hyötyvät ympäristöjohtamisjärjestelmän käyttöönottamisesta, sillä isolla yrityksellä on isompi potentiaali hyötyä tehokkuuden parantumisesta. Sen sijaan pienillä

yrityksillä on pienempi potentiaali hyötyä tehokkuuden kasvusta, sillä tehokkuus on usein tarkemman valvonnan alla pienissä yrityksissä (Testa ja muut 2014, s. 172). Testa ja muut (2014, s. 172) tarkentavat, että ympäristöjohtamisjärjestelmän rekisteröinti tai sertifiointi ei välttämättä tarkoita sitä, että tehokas ympäristöjohtamisjärjestelmä olisi saavutettu.

Phan, Baird ja Su (2017, s. 355–374) tarkastelevat artikkelissaan johdon ympäristölaskentatoimen hyödyntämistä sekä laskentajärjestelmän suorituskykyä. Phan ja muiden (2017, s. 369) tutkimustulokset korostavat ylimmän johdon tuen merkitystä ja EMS-järjestelmän kattavuutta EMA:n käytön lisäämisessä, erityisesti MEMA:n käytön lisäämisessä, minkä osoitettiin parantavan havaittua ympäristönsuojelun tasoa. He toteavat, että ylimmän johdon tuki on avain EMA:n käyttöönottoon ja kehittämiseen, on tärkeää, että ylimmällä johdolla on hyvä käsitys EMA:n käytännöistä sekä riittävät resurssit täytäntöönpanoon. Heidän tulostensa mukaan ympäristölaskentatoimen nykyinen rooli koostuu yrityksen ympäristösuorituskyvyn edistämisestä ja ympäristötiedon tuottamisesta.

Lannelongue, Gonzales-Benito ja Gonzales-Benito (2014, s. 135) tarkastelevat yritysten ympäristöjohtamisen ja ympäristömotivaatioiden yhteyttä. Heidän tarkastelunsa fokuksena olivat etenkin legitimaatiota käsittelevät motivaatiot, joiden päämääränä olivat parhaiden käytäntöjen, lakien tai alan standardien mukaisesti toimiminen. Lisäksi heidän tarkastelunsa fokuksena oli kompetenssia eli kilpailukykyä käsittelevät motivaatiot, joiden päämääränä oli ympäristöjätteiden supistaminen tai uudenaikaisten tuotteiden ja teknologioiden parantaminen ja kehittäminen. Lannelonguen ja muiden (2014, s. 136) mukaan kokonaisvaltaiseen ympäristöjohtamiseen kuuluu ympäristövaikutusten tarkkailu, valvonta ja huomiointi, ympäristövaikutusten rajoittaminen ja leikkaaminen sekä tämän kautta parempien lopputulemien kautta päästä tavoitteisiin. Heidän mukaansa tästä poikkeava aktiviteetti johtaa epäyhtenäiseen ympäristöjohtamiseen. Lannelonguen ja muiden (2014, s. 144) tutkimustuloksista käy ilmi, että legitimaatioon

liittyvät motivaatiot aiheuttavat hajanaista ympäristöjohtamista. He toteavat kilpailukyvyn motivaatioiden liittyvän vahvasti kokonaisvaltaiseen ympäristöjohtamiseen.

### 3.3.1 ISO 14001

Bansalin ja Bognerin (2002, s. 269) mukaan ISO 14001 on kansainvälinen standardi ympäristöjohtamiselle julkaistiin vuonna 1996. He lisäävät, että se on saanut laajasti tunnettuutta yrityksissä. Lähes jokaisessa organisaatiossa johto miettii, että pitäisikö organisaation hankkia ISO 14001 hallintajärjestelmä (Bansal ja Bogner 2002, s. 269). ISO 14001:llä on meriittejä siitä, että se on parantanut muun muassa yritysten kilpailukykyä, johtamisen valvontaa ja säännösten noudattamista (Bansal ja Bogner 2002, s. 269). Bansalin ja Bognerin (2002, s. 271) mukaan standardi asettaa kriteerit ympäristöjohtamisjärjestelmälle, esimerkiksi sille, että millainen yrityksen organisaation tulisi olla, mitä vastuita yrityksellä tulisi olla sekä millaisia käytänteitä, menettelyjä, prosesseja ja resursseja yrityksellä tulisi olla. He lisäävät, että ISO 14001 on kaikista ympäristöjohtamisen sertifiikaateista kaikkein yleisin. Kuten useat ISO standardit, niin myös ISO 14001 standardi on vapaaehtoinen, eikä mikään laki sitä määrää hankkimaan. Bansalin ja Bognerin (2002, s. 271) huomauttavat, että standardi keskittyy johtamisprosessiin, eikä niinkään ympäristön hyötymiseen.

Ensimmäinen askel standardin käyttöönottoprosessissa on se, että yritys tunnistaa kaikkien ympäristönäkökohdat eli yrityksen ja ympäristön välisen vuorovaikutuksen sekä sitä koskevan ympäristölainsäädännön (Bansal ja Bogner 2002, s. 271). Toinen askel on luoda suunnitelma ympäristövaikutusten lieventämiseksi (Bansal ja Bogner 2002, s. 272). Tämä edellyttää, että yritys asettaa ympäristötavoitteita ja muuttaa organisaatiotaan ja dokumentointiprosessejaan niin, että tavoitteet voidaan saavuttaa. Kolmas vaihe edellyttää, että yritys toteuttaa politiikkaansa ja pyrkii tavoitteisiinsa (Bansal ja Bogner 2002, s. 272). Se tarkoittaa sitä, että järjestelmästä tulee viestiä, työntekijät tulee kouluttaa järjestelmään ja menettelyt on dokumentoitava. Bansalin ja Bognerin (2002, s. 272) mukaan neljäs askel on tunnistaa yrityksen todelliset ympäristövaikutukset. Viides askel edellyttää,

että yritys arvioi ympäristöjohtamisjärjestelmää ja tekee tarpeelliset muutokset (Bansal ja Bogner 2002, s. 272). He lisäävät, että tässä vaiheessa yritys arvioi uudelleen sen asettamia tavoitteita ja tehtyjä muutoksia, jotta se mahdollistaa jatkuvan parantamisen.

Bansalin ja Bognerin (2002, s. 272) mukaan hyvä ympäristöjohtamismenetelmä tekee kahta asiaa. Ensinnäkin sen tulisi paljastaa tapoja, kuinka yritys voi vähentää ympäristövaikutuksiaan. Näin toimimalla se voi vähentää kustannuksiaan tai lisätä tuottavuuttaan. Toiseksi sen tulee koordinoita yrityksen ympäristötoimintoja, jotta yritys parantaisi tehokkuuttaan. He antavat useita esimerkkejä, joissa ISO 14001 standardin mukainen ympäristöjohtamisjärjestelmä on vähentänyt kustannuksia ja epäpuhtauksia. Tällaisia yrityksiä ovat muun muassa 3M ja Dow. Annin ja muiden (2006, s. 80–91) mukaan on havaittavissa positiivinen yhteys yrityksen ISO 14001 standardin käyttöönotossa ja sen suorituskyvyssä. Bansal ja Bogner (2002, s. 277) mukaan ISO 14001 -sertifiointi voi auttaa myös vahvistamaan yrityksen imagoa. Tämä voi auttaa yritystä rakentamaan vahvempia suhteita ja luottamusta sidosryhmien kanssa sekä siten auttaa organisaatiota olla joutumasta haitalliseen taloudelliseen tai poliittiseen tilanteeseen (Bansal ja Bogner 2002, s. 277). He huomattavat, että maineen rakentamisessa on kyettävä erottumaan kilpailijoista ja sertifiointin avulla se on mahdollista.

### **3.3.2 EMAS**

EMAS-järjestelmä perustuu EU:n (EY) N:o 1221/2009 asetukseen (Ympäristöministeriö 2018). Tuomisen, Moision ja Sahlbergin (2007, s. 8) mukaan EMAS on vapaaehtoinen järjestelmä kaikille organisaatioille, joiden tavoitteena on edistää ympäristönäkökulmaa rationaalisella tavalla. EMAS-järjestelmän vaatima raportti on oiva tapa viestiä kuluttajille ja muille sidosryhmille, että yritys haluaa parantaa sen ympäristönsuojelumenetmiään jatkuvasti ja kustannustehokkaasti (Tuominen ja muut 2007, s. 8). Tuominen ja muut (2007, s. 8) toteavat, että EMAS-järjestelmä perustuu ISO 14001:n mukaiseen järjestelmään. Sen vuoksi EMAS-järjestelmän rekisteröinti on erittäin helppoa, mikäli yrityksellä on jo ISO 14001 standardin mukainen sertifiointi. EMAS koostuu kahdesta osasta:



järjestelmästä, joka noudattaa ISO 14001 standardia ja EMAS-selontekoa (Tuominen ja muut 2007, s. 8). He lisäävät, että ottaessaan EMAS-järjestelmän käyttöön rekisteröity yritys kansalliseen ja EU:n laajuiseen rekisteriin. Daddi, De Giacomo, Frey ja Iraldo (2018, 2369–2370) esittävät, että nykyään EMAS-akkreditoituja yrityksiä on vähemmän kuin ennen. He toteavat, että tämän uskotaan johtuvan pääosin siitä, että EMAS ei saa riittävää tukea viranomaisilta eikä ole siten riittävän tunnettu. Sen vuoksi usea yritys on luopunut sen hyödyntämisestä sellaisenaan. Osasyyn uskotaan myös olevan se, että EMAS:ilta puuttuu luottamus sen olevan riittävän tehokas johtamisjärjestelmä (Daddi ja muut 2018, s. 2371). Testa ja muut (2014, s. 171–172) esittävät, että etenkin energiaintensiivisellä alalla EMAS-järjestelmällä on vaikutusta yrityksen ympäristösuorituskykyyn. EMAS:n käyttöönotto on tehokkainta pitkällä aikavälillä, kun kaikki järjestelmän elementit ovat täysin integroitu yrityksen johtamiseen ja alkavat toimia tehokkaasti (Testa ja muut 2014, s. 172). He toteavat, että etenkin työntekijöiden oppimiskäyrän olevan ratkaisevassa osassa ympäristösuorituskyvyn edistämisessä.

### **3.3.3 Suomen kirjanpitolain muutos**

Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan Suomessa 29.12.2016 hyväksyttiin kirjanpitolain muutos, joka velvoittaa laissa määriteltyjen yhtiöiden raportoimaan yhteiskuntavastuutaan. Raportointivelvoitettuja yhtiöitä ovat suuret ja yleisen edun kannalta merkittävät, eli listayhtiöt, luottolaitokset ja vakuutusyhtiöt, joiden henkilömäärä ylittää tilikauden aikana 500 henkeä (Työ- ja elinkeinoministeriö). Tämän lisäksi yhtiön liikevaihdon tulee olla yli 40 miljoonaa euroa tai taseen loppusumman tulee ylittää 20 miljoonaa euroa. Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan selvitykset vastuullisuudesta annettiin ensimmäisen kerran vuonna 2018 vuoden 2017 tilikaudelta.

Muutos kirjanpitolaissa perustuu EU:n direktiiviin, joka edellyttää edellä mainittuja yhtiöitä raportoimaan toiminnoistaan, jotka koskevat sosiaalisia asioita, ympäristöä ja työntekijöitä (Työ- ja elinkeinoministeriö). Näiden lisäksi raportoitavia asioita ovat ihmisoi-keudet, korruptio ja lahjonnan torjunta sekä millaisia toimintalinjoja yhtiöllä on niihin.

Yhtiöiden tulee antaa lyhyt kuvaus liiketoimintamallistaan sekä kerrottava toimintoihinsa liittyvistä riskeistä sekä riskien hallinnasta (Työ- ja elinkeinoministeriö). Ministeriö tarkentaa, että lainsäädäntö ei kuitenkaan yksilöi, että missä muodossa tiedot tulee esittää. Vaihtoehtoina yhtiöillä on joko raportoida vastuullisuusasioista osana toimintakertomusta tai viitata toimintakertomuksessa, mikäli yritys tekee erillisraportin (Työ- ja elinkeinoministeriö).

### **3.3.4 Global Reporting Initiative -raportointiohjeisto**

Kurittun (2018, s. 9) mukaan GRI-ohjeisto on laajasti käytetty ympäri maailmaa ja sen tavoitteena on ollut luoda yhteinen viitekehys ei-taloudellisten tietojen raportointiin. Kurittun (2018, s. 9) mukaan sen kehittäminen alkoi ennen 2000-luvun alkua ja silloin raportointiin lähinnä ympäristöasioista ei-taloudellisina raporteina. Hän lisää, että ensimmäinen GRI-viitekehys julkaistiin vuonna 2000 ja seuraava versio G2 jo vuonna 2002. Kurittu (2018, s. 10) toteaa, että tuolloin trendinä oli avoimuus vastuullisuusraporteissa ja siten raportit paisuivat, kun niihin yritettiin sisällyttää mahdollisimman paljon tietoa. Raportit saattoivat tuolloin olla jopa reilu satasivuisia. Kurittu (2018, s. 10) toteaa, että G3 julkaistiin 2006 ja se oli GRI-raportointiohjeiston kolmas versio. Hän esittää, että uuden version myötä myös raportointitapaan tuli selkeä muutos. Sen myötä olennaisuuden periaate tuli raportointiin ja siten yritysten tuli tunnistaa toiminnan tärkeimmät vaikutukset ja sidosryhmiensä tarpeet sekä siten raportoida vain näistä asioista. Hänen mukaansa tämän ajan henkenä oli myös, että oltiin vastuussa vain asioista, mitkä tapahtuvat oman talon sisällä, eikä niinkään hankintaketjujen osista tai ulkoistetuista toiminnoista.

Kurittu (2018, s. 10) toteaa, että G4-versio julkaistiin vuonna 2013 ja sen myötä vastuullisuuden ajatteluaan laajentuneen koko yrityksen arvoketjuun. Kurittu (2018, s. 11) lisää sen lisäksi hallituksen roolin ja vastuullisuuden johtamistavan nousseen entistä tärkeämpään rooliin. Hän toteaa, että vuonna 2016 GRI-standardi ei eroa merkittävästi aiemmasta G4-versiosta. Hän toteaa, että standardoinnin myötä tarkoituksena ei ole enää suunnitella kokonaan uusia ohjeistuksia, vaan päivittää jatkossa sisältöä. Hän lisää, että

tämä muutos helpottaa yrityksiä, sillä niiden ei tarvitse muutaman vuoden välein enää opetella uusia ohjeistuksia.

Kurittu (2018, s. 77) toteaa GRI-standardin jakautuvan kolmeen pääkoodiin 101, 102 ja 103. Hän kertoo, että 101 koodissa määritellään, millaiset vaatimukset raportin tulee täyttää. Se ohjailee taustalla raportintekijää valikoimaan oikeat asiat, jotka päätyvät raporttiin. 102 sisältää tietoja raportoivasta yrityksestä ja se ei sisällä varsinaisia tunnuslukuja, vaan se antaa kontekstin raportille. Siinä on muun muassa organisaation strategia, organisaation kuvaus, organisaation eettiset toimintaperiaatteet, yhtiön hallitus, yhtiön sidosryhmät sekä yhtiön raportointitapa listattuna. 103 sisältää tietoja johtamismallista eli kuinka yritys johtaa olennaiseksi tunnistettuja asioita. Kurittu (2018, s. 109) esittää GRI:ssä johtamismallin jaettavan kolmeen osaan: miksi asia on tunnistettu olennaiseksi, miten yritys johtaa ja hallitsee olennaista asiaa sekä onko olennaisten asioiden johtamistapa riittävä.

Kurittu (2018, s. 112–113) mukaan GRI-tunnusluvut jaetaan kolmeen kansioon, jotka ovat 200 Taloudellisen vastuun tunnusluvut, 300 Ympäristövastuun tunnusluvut ja 400 Sosiaalisen vastuun tunnusluvut. Hän toteaa, että näistä ei ole tarpeen jokaista tunnuslukua raportoida, vaan olennaisuuden perusteella esittää tärkeimmät tunnusluvut raportissa. Kurittu (2018, s. 113) kertoo, että tunnusluvut ovat osa näkökohtaa, esimerkiksi energiankulutus on näkökohta ja sen alle kuuluu tunnuslukuja sekä tunnusluville on annettu yksityiskohtaiset raportointiohjeet ja ne tulee esittää samanlaisessa muodossa raportissa. Ympäristövastuu on jaettu GRI-standardissa kahdeksaan näkökohtaan: ”301 Materiaalit”, ”302 Energia”, ”303 Vesi”, ”304 Luonnon monimuotoisuus”, ”305 Päästöt”, ”306 Päästöt vesistöihin ja jätteet”, ”307 Ympäristölainsäädännön noudattaminen” sekä näkökohta ”308 Toimittajien ympäristöarvioinnit” (Kurittu 2018, s. 121).

### **3.3.5 ISO 26000**

Bernhart ja Maher (2011, s. 1) toteavat, että ISO 26000 on vapaaehtoinen sosiaalisen vastuun ohjausstandardi, jollaista ei ole maailmanlaajuisesti vastaavaa. Standardi

yhtenäistää yrityksiin kohdistuvia odotuksia niiden yhteiskuntavastuusta (Bernhart ja Maher 2011, s. 1). Standardi tarjoaa sen seitsemälle eri näkökulmalle niihin liittyviä periaatteita ja ohjeita sosiaalisen vastuun integroimiseksi koko organisaatioon (Bernhart ja Maher 2011, s. 1). Bernhart ja Maher (2011, s.2) esittävät, että se auttaa yhdistämään sosiaalista vastuuta laatuun, hankintoihin, terveyteen ja turvallisuuteen sekä viestintään, mikä puolestaan vahvistaa niitä. ISO 26000 standardi tarjoaa laajemman kokonaisuuden standardina, kuin yhteen sosiaalisen vastuun näkökulmaan keskittyneet GRI-ohjeisto, ISO 14001 ja AA1000 sarja (Bernhart ja Maher 2011, s. 2). He toteavat, että on monia periaatteita ja kehitystavoitteita, kuten YK on julkaissut, mutta niissä on kovin vähän implementointiohjeita. Bernhart ja Maher (2011, s. 2) esittävät, että ISO 26000 on ratkaisu implementointihaasteisiin ja se sopii kaikkiin organisaatioihin sovellettavaksi.

## 4 Tutkielman metodologia

Tässä luvussa käsitellään tarkemmin tutkimusmenetelmää eli tutkielman metodologiaa. Tutkielman empiirinen osio toteutetaan regressioanalyysina. On oleellista tarkastella tutkimuksen reliabiliteettia ja validiteettia. Heikkilän (2014, s. 177) mukaan näillä voidaan evaluoida tutkimuksen luotettavuutta. Hän lisää, että validiteetin tarkoittavan sitä, kuinka onnistuneesti tutkimuksessa on mitattu sitä, mitä on tarkoitettukin mitattavan. Tähän hän kertoo vaikuttavan paljon se, että sopiiko valittu tutkimusmenetelmä tutkimustavaksi valitulle aineistolle ja vastaako se siten tutkimusongelmaan. Heikkilän (2014, s. 178) mukaan reliabiliteetti sen sijaan tarkoittaa sitä, että kuinka hyvin tutkimus tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Hän antaa ohjeeksi varmistaa sisäinen reliabiliteetti mittamalla moneen kertaan sama tilastoyksikkö. Ulkoisen reliabiliteetin hän toteaa tarkoittavan sitä, että kuinka mittaus voidaan toistaa muissa tutkimuksissa.

Tämän tutkielman empiirisessä osiossa käytetään erilaisia tunnuslukuja ja indeksejä. Indeksejä ovat Thomson Reuters Eikon -tietokannan yhteiskuntavastuun ja ympäristövastuun ESG-muuttujia. Validiteettia tuleekin siis tarkastella, että mittaako nämä indeksit oikeasti yhteiskuntavastuullisuutta ja ympäristövastuullisuutta. Tutkielman lähtökohtana on kuitenkin luottaminen siihen, että nämä indeksit mittaavat näitä asioita riittävän hyvin, että voidaan todeta tutkimusmenetelmän mittaavan selittävien muuttujien osalta hyvin. On hyvä kuitenkin huomioida, että välttämättä kaikkia yhteiskuntavastuun ja ympäristövastuun elementtejä tutkielma ei kuitenkaan mittaa. Kuten myös tutkielmassa on todettu, niin tutkimusalalla ei ole löytynyt yhtenevää linjaa tutkimustavaksi, mikä mittaisi yhteiskuntavastuuta parhaiten.

Talouden tunnusluvuiksi on valittu ROE ja ROA, jotka ovat melko vakiintuneet kannattavuuden tunnusluvut alan tutkimuksessa. Nämä tunnusluvut eivät kuitenkaan mittaa täydellisesti kannattavuutta, joten osin myös tältä osin tutkielman validiteetissa on rajoitteita. Validiteetin rajoitteeksi voidaan vielä asettaa aineisto, sillä kaikki aineiston yritykset ovat pörssiin listattuja yrityksiä, jolloin lähtökohta aineistossa on se, että yritykset

ovat suuria yrityksiä. Tutkielma ei siten huomioi pien- ja keskisuuria yrityksiä. Validiteetin huomioon osalta tutkielmassa on melko suoraan oletettu, että ympäristölaskentatoimen harjoittaminen on sama asia kuin ympäristövastuullisuus. Tässä tutkielmassa on siis oletettu, että ollakseen ympäristövastuullinen on harjoitettava ympäristölaskentatoimea. Validiteettia tutkielmassa voidaan kuitenkin pitää hyvänä näistä mainituista rajoitteista huolimatta.

Tutkielman reliabiliteetti on myös hyvällä tasolla ja sen pystyy hyvin toistamaan myös toisilla toimialoilla. Aineistoksi lopulta valikoitui eurooppalaisia pörssiin listattuja vähittäiskaupan alan yrityksiä ja otos oli kappalemääräisesti 144. Otos ajettiin Thomson Reuters Eikon -tietokannasta vuosilta 2011–2020 sekä Orbis-tietokannasta. Nämä tiedot ovat saatavilla myös muille toimialoille, joten tutkimus on mahdollista toistaa myös muille toimialoille. Tutkielman empiirinen osio on toteutettu IBM SPSS Statistics -ohjelmistolla, mutta empiirinen osio on mahdollista toistaa myös millä tahansa muulla tilastollisen analyysin ohjelmistolla.

#### **4.1 Tutkielman aineisto sekä oman ja koko pääomantuottoasteet selittävinä muuttujina**

Tämän tutkielman tutkimusaineisto on rajattu Euroopan pörssiin listattuihin vähittäiskaupan toimialan yrityksiin, ja joiden vastuullisuuteen liittyvät muuttujat ovat saatavilla vuosilta 2011–2020 Thomson Reuters Eikon -tietokannasta sekä samalta aikaväliltä yrityksen kannattavuuden tunnusluvut ja kontrollimuuttujat Orbis-tietokannasta. Tutkimusaineistoksi valikoitui pörssiyritykset niiden tietojen saatavuuden vuoksi. Rajaus aineiston valinnasta on tehty jo aiheen valinnassa, joten toimialarajauksia ei tietokantaan ole sen enempää tehty. Tutkielman selittävät muuttujat ovat Thomson Reuter Eikon -tietokannasta saatavat ESG-muuttujat. Tutkielman aineisto ajettiin kahden toimialan osalta 17 merkittävälle Euroopan maalle. Näitä maita ovat Alankomaat, Belgia, Espanja, Irlanti, Iso-Britannia, Italia, Kreikka, Kypros, Luxemburg, Puola, Ranska, Ruotsi, Saksa, Suomi,

Tanska, Unkari ja Viro. Data on haettu Thomson Reuters Eikon -tietokannasta sekä Orbis-tietokannasta päivämäärällä 4.11.2022.

Tämän tutkielman aineistoksi valittiin pörssiin listattuja yrityksiä huolimatta Galantin ja Gadezin (2017, s. 688) esittämästä huolesta liittyen yhteiskuntavastuun tutkimustuloksiin liittyvästä valintaharhasta. Heidän mukaansa kritiikki koskee alan tutkimusta siltä osin, että monesti tutkitaan vain suurimpia pörssiyrityksiä. He esittävät syyksi sen, että pk-yrityksistä ei ole kattavasti tietoa saatavilla valmiissa aineistoissa. Tämä myös osoitautui kynnyskysymyksenä tässä tutkielmassa. Galant ja Gadez (2017, s.688) toteavat, että pienten yritysten uupuminen tutkimusjoukosta vaikuttaa tutkimustuloksiin ratkaisevasti. Heidän mukaansa suurilla yrityksillä on suuremmat paineet ja odotukset sidosryhmiltä huomioida vastuullisuus toiminnassaan, kuin pienyrityksillä.

Tämän tutkielman selitettäviksi muuttujiksi on valittu taloudellisen suorituskyvyn mittarit, tarkalleen ottaen kannattavuuden tunnusluvut. On olemassa useita taloudellisen suorituskyvyn mittareita. Horváthován (2010, s. 55) mukaan näissä taloudellisissa suorituskyvyn mittareissa on kuitenkin eroavaisuuksia, kuten siinä miten helppoa sidosryhmien on mahdollisuus tarkastella niiden kehitystä. Sen lisäksi eroavaisuuksia löytyy mittareiden vertailtavuudessa. Tunnusluvuiksi valikoitui alan tutkimuksessa ehkä tyypillisimmät koko pääoman tuottoaste (ROA) sekä oman pääoman tuottoaste (ROE). Näin on muun muassa Waddockin ja Gravesin (1997, s. 310) tutkimuksessa. Myös Lópezin ja muiden (2007) tutkimuksessa käytettiin muun muassa näitä taloudellisen suorituskyvyn tunnuslukuja eli ROE:ta ja ROA:a.

Vastuullisuussuorituskyvyn mittariksi valikoitui vastuullisuuden kokonaismuuttuja Thomson Reuters ESG Score-muuttuja. Ympäristösuorituskyvyn mittari koostuu kolmesta Thomson Reuters Eikon-tietokannan kategoriasta: Resource Use, Emissions ja Environmental. Näiden yhdistelmästä (myöhemmin ENV Score) saamme ympäristövastuullisuuden muuttujan laskettua. Tutkielmassa on tehty oletus, että mikäli yrityksellä on laskettuna ENV Score:n osatekijät, niin yrityksellä on käytössä edes jonkinasteista

ympäristölaskentatoimen järjestelmää tai suorittavat osin ympäristölaskentatoimea. Tarkemmin ESG-muuttujat käsitellään tutkielman luvussa 4.3 ESG Eikon -yhteiskuntavastuu-muuttuja. Tämän kappaleen alta löytyy muiden muuttujien laskentakaavat (mukaillen Bureau van Dijk, 2016).

$$ROE \text{ (Oman pääoman tuotto - \% ennen veroja)} = \frac{\text{Tulos ennen veroja}}{\text{Oma pääoma keskimäärin}} \times 100. \quad (1)$$

$$ROA \text{ (Koko pääoman tuotto - \% ennen veroja)} = \frac{\text{Tulos ennen veroja+korkokulut}}{\text{Sijoitettu pääoma keskimäärin}} \times 100. \quad (2)$$

$$\text{Leverage (Velkaantuneisuusaste)} = 100 \% - \text{Solvency \%} \left( \frac{\text{Oma pääoma}}{\text{Kokopääoma}} \times 100 \% \right). \quad (3)$$

Aineistoa on ajettu Eikon- ja Orbis-tietokannasta kymmeneltä vuodelta, jotta mahdollisia muutostrendejä olisi mahdollista tarkastella. Aineistoa tuli asetetuilla kriteereillä yhteensä 144 yritystä.

Havaintomatriisi eli taulukko 1 kertoo muuttujien havaintomäärät, keskiarvot, keskihajonnat sekä minimi- ja maksimiarvot. Koko-muuttujasta (Taseen loppusumma) ja Ikä-muuttujasta on otettu luonnollinen logaritmi jakauman normalisoimiseksi. Aineisto on winsoroitu muuttujien SalesGrowth%, ROE, ROA ja Leverage ääriarvoissa yhden prosentin tarkkuudella. Tarkoittaen aineistossa 6 minimiarvon korvaamista ja 6 maksimiarvon korvaamista. Taulukosta on havaittavissa yhteiskuntavastuun kokonaisindeksin keskiarvon olevan 50,43; kun taas ympäristövastuun kokonaisvastuun olevan jopa 45,27. Havaintomatriisin mukaisesti yhtiöiden oman pääoman tuottoasteen keskiarvo on 15,30 % sekä koko pääoman tuottoasteen keskiarvo 6,25 %. Koko pääoman tuottoasteen on Yritystutkimus ry:n (2017, s. 67) asettamien viitearvojen mukaan tyydyttävä. Kaikki luvut alla olevassa taulukossa on laskettu käyttäen Microsoftin Excel-ohjelmiston kaavoja käyttäen (KESKIARVO, KESKIHAJONTA.S, MIN ja MAKSI).



**Taulukko 1.** Havaintomatriisi.

Muuttuja	Kuvaus	N	Keskiarvo	Keskihajonta	Minimi	Maksimi
ROE	Oman pääoman tuottoaste (% , Eikon)	632	15,30	32,40	-148,05	200,33
ROA	Koko pääoman tuottoaste (% , Eikon)	654	6,25	10,19	-34,25	46,33
ESG Score	Yhteiskuntavastuun kokonaisindeksi (Eikon)	669	50,43	19,38	5,12	90,91
ENV Score	Ympäristövastuun kokonaisindeksi (Eikon)	668	45,27	27,29	0	98,46
TotAssets	Taseen loppusumma (total assests)	661	6 704 641,33	11 531 705,10	4313,46	66 302 960,87
Leverage	Velkaantumisaste	648	60,81	17,63	15,35	122,97
Age	Yrityksen ikä vuosissa	640	50,27	44,21	0	228
SalesGrowth	Myynnin kasvu (%)	633	4,97	15,83	-54,03	66,88

## 4.2 Regressioanalyysi

Tämä tutkielma on toteutettu kvantitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen eli kyseessä on määrällinen tutkimus. Heikkilän (2014, s. 12) mukaan tutkimuksen tavoitteena on saada vastaus esitettyihin kysymyksiin, jotka on johdettu tutkimusongelmasta. Hän esittää tutkimusongelman ja tutkimuksen tavoitteen ratkaisevan merkittävästi, mikä tutkimusmenetelmä tulee valita. Holopaisen ja Pulkkinen (2002, s. 18) mukaan empiirinen tutkimus jakautuu havainnoivaan tutkimukseen sekä kokeelliseen tutkimukseen. Havainnoivan tutkimuksen he esittävät jakautuvan kausaaliseen tutkimukseen sekä kuvailevaan tutkimukseen. Kausaalisisessa tutkimuksessa pyritään selvittämään muuttujien välisiä syy-seuraussuhteita. Kuvaileva tutkimus jakautuu heidän mukaansa vielä pitkittäistutkimukseksi ja poikittaistutkimukseksi.

Heikkilän (2014, s. 15) mukaan kvantitatiivisen tutkimusotteen avulla voidaan tutkia lukumääriin liittyviä kysymyksiä sen laajan aineisto-otannan vuoksi. Hän lisää vielä, että kvantitatiivisen tutkimusotteen avulla saadaan määriteltä olemassa oleva tilanne, mutta se ei vastaa täysin kysymykseen miksi, eli kvantitatiivinen tutkimus ei anna asioille syitä. Holopaisen ja Pulkkinen (2002, s. 216) mukaan, kun tilastollinen riippuvuus on

havaittu, niin voidaan selvittää onko muuttujien välillä syy-seuraussuhdetta. He lisäävät, että vielä riippuvuus ei todista sitä, että toinen tekijä aiheuttaa toisen.

Holopaisen ja Pulkisen (2002, s. 218) mukaan regressioanalyysin tavoitteena on löytää muuttujien välillä mahdollinen yhteys ja kuvata sitä matemaattisen mallin kautta. He lisäävät, että jos muuttujia on vain kaksi, niin toista muuttujaa sanotaan selittäväksi muuttujaksi ja toista selitettäväksi muuttujaksi. Heidän mukaansa yksinkertaisimmassa lineaarisessa mallissa pyritään kuvaamaan yhden selittävän muuttujan kautta tarkasteltavaa ilmiötä.

Heikkilän (2014, s. 90) mukaan muuttujien välisiä riippuvuuksia tutkittaessa, tutkitaan useimmiten aina kahden muuttujan välillä. Hän lisää, että riippuvuuden tutkiminen kannattaa aloittaa hajontakaavion avulla ja yleisin on Pearsonin korrelaatiokerroin eli tulo-momenttikerroin. Heikkilä (2014, s. 91) esittää, että korrelaatiokerroin asettuu  $-1:n$  ja  $1:n$  välille eli se on normeerattu. Hän lisää  $0$ -arvon tarkoittavan, ettei lineaarista riippuvuutta ole. Hän toteaa, että voimakas korrelaatio ei vielä tarkoita syy-seuraussuhdetta. Ennen kuin voidaan estimoida regressiomallia tulee varmistua, että jäljempänä mainitut ehdot täyttyvät. Heikkilän (2014, s. 235) mukaan lineaarisiin regressiomalleihin liittyy edellytyksiä ja näitä ovat esimerkiksi järkevät selittäjät,  $y:n$  ja  $x:n$  arvot riippuvat lineaarisesti, selitettävät muuttujat eivät korreloi keskenään eli tällöin ei esiinny multikollineaarisuutta, aikasarja-aineiston peräkkäiset havainnot eivät riipu toisistaan, selittävä muuttuja  $y$  ja virhetermi ovat normaalijakautuneita sekä virhetermi ei korreloi muuttujien arvojen kanssa.

Heikkilän (2014, s. 91) kertoo, että selitysasteen ilmoittavan sen, että kuinka suuren osan selittävä muuttuja selittää selitettävän muuttujan vaihteluita. Hän kertoo laskentakaavan selitysasteelle olevan korrelaatiokerroin potenssiin kaksi. Heikkilän (2014, s. 92) mukaan, mikäli kahden muuttujan välillä todetaan oleva merkittävää lineaarista riippuvuutta sekä toisen muuttujan käyttäytyminen voidaan selittää toisen muuttujan avulla, niin riippuvuutta voidaan kuvata regressiosuorana. Alla lineaarisen regressiosuoran yhtälö, jossa  $y$

on selitettävä muuttuja,  $a$  on vakio,  $b$  on selittävän muuttujan kerroin ja  $x$  selittävä muuttuja (Heikkilä 2014, s. 223).

$$y = a + bx. \quad (4)$$

Heikkilän (2014, s. 223) mukaan selittäviä muuttujia voi olla useitakin lineaarisessa mallissa. Alta löytyy sille yhtälö. Muun muassa tässä tutkielmassa on selittävänä muuttujana yhteiskuntavastuu ensimmäisen hypoteesin osalta ja toisen hypoteesin osalta ympäristövastuu sekä kontrollimuuttujat.

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \varepsilon. \quad (5)$$

Tutkielman muuttujien välinen korrelaatiomatriisi löytyy alla olevasta taulukosta 2.

**Taulukko 2.** Korrelaatiomatriisi.

	Vuosi	LnAge	LnTo- tAssets	ROE	Sales Growth	Leve- rage	ROA	ENV Score	ESG Score
Vuosi	1								
LnAge	-0,139****	1							
LnTo- tAssets	-0,213***	0,387****	1						
ROE	-0,161****	0,051	-0,018	1					
Sales Growth	-0,139****	-0,145****	-0,044	0,121****	1				
Leve- rage	0,099**	-0,002	0,163****	-0,022	-0,172****	1			
ROA	-0,222****	0,021	-0,106****	0,756****	0,199****	-0,312****	1		
ENV Score	-0,089**	0,272****	0,601****	0,117***	-0,128****	0,126****	0,100**	1	
ESG Score	0,013	0,226****	0,637****	0,065	-0,126****	0,200****	-0,008	0,863****	1

Merkitsevyystasot \*\*\*\* jos p-arvo < 0.001; \*\*\* jos p-arvo < 0.01; \*\* jos p-arvo < 0.05; \* jos p-arvo < 0.1

Taulukko 2 kertoo, että ROE:n ja ROA:n välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevää lineaarista riippuvuutta. Mielenkiintoiseksi tekee tuloksista sen, että ESG Scoren sekä ROA:n ja ESG Scoren ja ROE:n välillä ei ole havaittavissa edes suuntaa antavaa lineaarista riippuvuutta, mutta ENV Scoren ja ROA:n sekä ENV Scoren ja ROE:n välillä on erittäin merkitsevää lineaarista riippuvuutta. Matriisi kertoo myös ENV Scoren ja ESG Scoren välillä olevan lineaarista riippuvuutta. Muun muassa LnTotAssets ja ROA:n välillä on merkittävää negatiivista lineaarista riippuvuutta. Negatiivinen korrelaatio tarkoittaa, että muuttujan arvon kasvaessa toisen muuttujan arvo laskee. Taulukosta on havaittavissa, että selittävät muuttujat korreloivat keskenään, joten regressiomallit luodaan erillisillä selittävillä muuttujilla. Korrelaatio ei tällöin ole este tutkimukselle, kunhan muuttujien välillä ei esiinny multikollineaarisuutta. Poikkeuksena ovat ENV Score ja ESG Score, jotka on tämän vuoksi jaettu erillisiin regressiomalleihin. Tutkielmassa käytettävät merkitsevyytasot löytyvät alla olevasta taulukosta 3.

**Taulukko 3.** Merkitsevyytasot.

Merkitsevyytaso	Kuvaus	Symboli
10 %	Tilastollisesti suuntaa antava	*
5 %	Tilastollisesti merkitsevä	**
1 %	Tilastollisesti hyvin merkitsevä	***
0,1 %	Tilastollisesti erittäin merkitsevä	****

### 4.3 ESG Eikon -yhteiskuntavastuumuuttuja

Kuten aiemmin tässä tutkielmassa on esitetty, niin tutkielman aineisto on ajettu Thomson Reuters Eikon -tietokannasta. Thomson Reuters (2017, s. 2) julkaisussaan esittelee tietokantaansa ja sen sisältävän jopa yli 6000:n yhtiön ESG-muuttujatiedot aina vuodesta 2002 alkaen. Muuttujia tietokannassa on jopa yli 400 kymmenessä eri kategoriassa. Thomson Reutersin (2017, s. 4) Eikon-tietokantaan data kerätään yli 150 analyytikolta ja he käsittelevät jokaista muuttujaa jokaisen yrityksen osalta manuaalisesti. Näin he taakaavat, että tietokannan päivitys on jatkuvaa ja luotettavaa. Thomson Reutersin (2017,

s. 4) tietokantaan tiedot päivitetään joka toinen viikko ja tällöin ESG-muuttujat lasketaan uusiksi, jolloin taataan datan luotettavuus.

Aikaisemmat Asset4-ratingit korvautuivat Eikon-tietokannan tultua saataville (Thomson Reuters 2017, s. 3). Thomson Reutersin (2017, s. 3) Eikon-tietokantaan isoimpia parannuksia aikaisempaan ovat toimialan ja maan vertailuarvot, automaattisesti mukautetut luokkapisteet koon ja vaikuttavuuden perusteella sekä prosenttiilranking. Tunnusluvut ovat saatavilla niin prosenttimääräisinä kuin myös kirjainarvoin (Thomson Reuters 2017, s. 3). Kirjainarvot esitetään asteikolla D- – A+ ja prosenttimääräiset arvot luonnollisesti 0 % - 100 %.

Thomson Reuters Eikon -tietokannan (2017, s. 6) ESG-kategoriat jakautuvat kolmen teeman mukaisesti, joita ovat Environmental (Ympäristö), Governance (Hallinto) ja Social (Sosiaalinen). Environmental teeman alla on kolme kategoriaa: Resource Use, Emissions ja Innovation. Governance teeman alla on myös kolme kategoriaa: Management, Shareholders ja CSR Strategy. Social teeman alla on sen sijaan neljä kategoriaa: Workforce, Human Rights, Community ja Product Responsibility. Thomson Reuters (2017, s. 2) esittää, että sen Eikon-tietokanta on yksi laajimmista ESG-tietokannoista. Eikon-tietokantaan on sisällytetty useita globaaleja indeksejä, kuten SMI, DAX, CAC 40, FTSE 100, FTSE 250, S&P 500, NASDAQ 100, DJ STOXX, MSCI Worlds, S&P/TSX, COMPOSITE, Russell 1000, MSCI Emerging Markets, Bovespa, S&P ASX 300, S&P NZX 50 (Thomson Reuters 2017, s. 5). Tutkielmaan tietokanta valikoitui myös siitä syystä, että kyseinen tietokanta on Vaasan yliopistolla käytössä.

Thomson Reuters Eikon -tietokannassa (2017, s. 6) on kaksi erilaista kokonaisvastuun ESG-muuttujaa, jotka ovat Thomson Reuters ESG Score sekä Thomson Reuters ESG Controversy Score. Näistä ensimmäinen valikoitui myös tähän tutkielmaan käytettäväksi muuttujaksi. Thomson Reuters ESG Score lasketaan julkisesti saatavasta datasta. Jälkimmäinen Thomson Reuters ESG Controversy Score sen sijaan huomioi myös mahdollisia vastuullisuuskriisejä ja -vaikutuksia sekä mahdollisia sanktioita. Edellä mainittu olisi

mielenkiintoinen siitä aspektista, että yhteiskuntavastuulla on merkittävä rooli maineen rakennuksessa ja miten mahdolliset kriisit vaikuttaisivat siihen. Tämä jätettiin kuitenkin tässä tutkielmassa tarkastelun ulkopuolelle siitä syystä, että maineen rakentamisen tutkimus menee pitkälti markkinoinnin tutkimusalueelle.

Thomson Reuters Eikon -tietokannan muuttujien laskenta esitellään tässä kappaleessa. Eikon-tietokantaan (2017, s. 8) lasketaan ensin muuttujan kategoriapisteet. Kategoriapisteet lasketaan seuraavasti:

1. Kuinka moni yritys on huonompi kuin kyseinen yritys?
2. Kuinka monella yrityksellä on sama arvo?
3. Kuinka monella yrityksellä ei ole arvoa lainkaan?

Kategoriapisteet lasketaan alla löytyvällä kaavalla.

$$\text{score} = \frac{n. \text{ of companies with a worst value} + \frac{n. \text{ of companies with the same value included the current one}}{2}}{n. \text{ of companies with value}} \quad (6)$$

Kategoriapisteiden laskennan jälkeen tietokannassa määritetään benchmarkattava kohde (Thomson Reuters 2017, s. 8). Environmental ja Social -kategorioiden osalta benchmarkattava kohde on TRBS Industry Group. Sen sijaan Governance-kategorian benchmarkattava kohde on valtion hallinto. Viimeisenä vaiheena muuttujien laskennassa huomioidaan kategorioiden painoarvo ja sen määrittää jokaisen kategorian sisältämien indikaattorien määrä eli mitä enemmän indikaattoreita tietyssä kategoriassa on sitä suurempi painoarvo sillä kategorialla on (Thomson Reuters 2017, s. 8). Painoarvot jakautuvat seuraavasti: Resource Use 11 %, Emissions 12 %, Innovation 11 %, Workforce 16 %, Human Rights 4,5 %, Community 8 %, Product Responsibility 7 %, Management 19 %, Shareholders 7 % sekä CSR Strategy 4,5 %. Selkeyden vuoksi seuraavalta sivulta löytää painotukset taulukkomuodossa.

**Taulukko 4.** ESG-kategoriapainotukset (mukailten Thomson Reuters 2017, s. 8).

Teema	Kategoria	Indikaattorit	Painoarvo
<b>Environmental</b>	Resource Use	20	11 %
	Emissions	22	12 %
	Innovation	19	11 %
<b>Social</b>	Workforce	29	16 %
	Human Rights	8	4,50 %
	Community	14	8 %
	Product responsibility	12	7 %
<b>Governance</b>	Management	34	19 %
	Shareholders	12	7 %
	CSR Strategy	8	4,50 %
<b>Yhteensä</b>		178	100 %

Tässä tutkielmassa on tutkittu yritysten yhteiskuntavastuullisuutta ja ympäristövastuullisuutta aikavälillä 2011–2020. Seuraavalta sivulta löytyvästä taulukosta 5 selviää näiden muuttujien kehitys aikavälillä. Yhteiskuntavastuun indeksissä on tapahtunut jatkuvaa kasvua, joten voidaan olettaa, että yritykset ovat vastuullisempia kuin ennen. Yhteiskuntavastuun indeksi on aikavälillä laskenut 0,94 prosenttia ja ympäristövastuun indeksi laskenut 39,93 prosenttia. Laskua selittänee uudemmat yritykset, joilla on vuonna 2020 vasta ensimmäistä kertaa muuttujat laskettuna. Koronapandemiolla on varmasti ollut myös vaikutusta arvoihin. Pidemmän aikavälin trendi olisi parempi vielä asian tarkasteleluun.

**Taulukko 5.** Yhteiskuntavastuun ja ympäristövastuun kokonaisindeksien kehitys 2011–2020

Vuosiluvut	2011	2012	2013	2014	2015	
<b>Yhteiskuntavastuun kokonaisindeksi (keskiarvo)</b>	47,66	48,90	48,88	50,29	50,45	
<b>Ympäristövastuun indeksi (keskiarvo)</b>	48,36	48,56	47,98	48,25	46,24	
Vuosiluvut	2016	2017	2018	2019	2020	<b>Muutos vuodesta 2011</b>
<b>Yhteiskuntavastuun kokonaisindeksi (keskiarvo)</b>	52,51	53,67	53,06	52,63	47,21	- 0,94 %
<b>Ympäristövastuun indeksi (keskiarvo)</b>	46,21	45,55	45,06	46,46	39,93	- 17,43 %

#### 4.4 Kontrollimuuttujat

Tutkielmaani valitsin kontrollimuuttujiksi yrityksen koon, yrityksen iän, toimialakoodin tukkumyynnin ja vähittäiskaupan välillä, vuosiluvun, myynnin kasvun ja velkaantumisasteen, sillä ne ovat yksiä käytetyimpiä kontrollimuuttujia alan tutkimuksessa, joita on myös tässä tutkielmassa nostettu esiin. Toimialakoodin osalta on sekä Wholesale että Retail osalta tehty toimialamäärittely. Tutkielmassa on tehty oletus tuloksia tulkittaessa tehty, että tukkukauppa ja vähittäiskauppa kuuluvat molemmat vähittäiskaupan päätermin alle. Yrityksen koon mittarina tässä tutkielmassa käytetään Total Assets -tunnuslukua, joka on haettu Orbis-tietokannasta. Waddockin ja Gravesin (1997, s. 308) mukaan yrityksen koko on oleellinen muuttuja sen vuoksi, että aikaisemmat havainnot ovat sellaisia, että pienempien yritysten toiminta ei ole yhtä avointa kuin isojen yritysten, sillä isoilla yrityksillä on isommat paineet huomioida sidosryhmien odotuksia. On myös aiheellista pohtia sitä näkökantaa, että isommilla yrityksillä on usein enemmän mahdollisuuksia ja resursseja laittaa panostuksia yhteiskuntavastuullisiin ja ympäristövastuullisiin toimiin.



Leverage eli velkaantuneisuusaste on valittu kontrollimuuttujaksi sen ollessa myös yleinen alan tutkimuksessa muun muassa Nisakin ja Yuniartin (2018, s. 4) tutkimuksessa. Margolixen, Efenbeinin ja Walshin (2003, s. 14) mukaan vakailla ja vähäisen riskitason yrityksillä on paremmat mahdollisuudet toteuttaa yhteiskuntavastuuta. Barnettin ja Salomonin (2012, s. 1310) mukaan yrityksen velkaisuudella on vaikutusta yrityksen johdon käytökseen, sillä velka johtaa siihen, että yritysjohto pyrkii toimimaan yrityksen etua ajatellen, mutta voi myös pienentää yrityksen joustavuutta tai mahdollisuutta laajentua uusille toiminta-alueille ja siten se vaikuttaisi negatiivisesti yrityksen tuottoihin.

Yrityksen ikä on valittu kolmanneksi kontrollimuuttujaksi sen ollessa yleinen muuttuja alan tutkimuksessa. Ikä-muuttujasta on otettu luonnollinen logaritmi jakauman normalisoimiseksi. Muun muassa Abdi, Li ja Càmara-Turull (2022, s. 5062) käyttävät ikää, kokoa ja leveragea kontrollimuuttujina muiden ohessa. On oletettavaa, että ajan myötä yrityksillä on myös kasvanut sisäiset ja ulkoiset paineet olla vastuullisempia kuin aikaisemmin, joten aika on valittu myös kontrollimuuttujaksi. Edellä mainittujen lisäksi kontrollimuuttujaksi valittiin myynninkasvu eli Sales Growth -prosentti, kuten Hardalloun ja Alessan (2022, s. 11) tutkimuksessa.

## 5 Aineistoanalyysi

Tutkielman tavoitteena on regressioanalyysin kautta selvittää yhteiskuntavastuullisuuden yhteys yrityksen kannattavuuteen. Tämän lisäksi tavoitteena on selvittää, että onko yhteiskuntavastuun osatekijällä ympäristövastuullisuudella yhteyttä yrityksen kannattavuuteen. Tutkielman empiirisen osion tilastolliset analyysit eli regressioanalyysit on toteutettu IBM SPSS Statistics -ohjelmistolla.

### 5.1 Yhteiskuntavastuun sekä ympäristövastuun yhteys koko ja oman pääoman tuottoasteisiin vähittäiskaupassa

Yhteiskuntavastuun ja ympäristövastuun yhteys yrityksen kannattavuuteen tutkitaan tässä alaluvussa. Regressiomalleja on yhteensä neljä, joista kaksi ensimmäistä mittaa selittävien muuttujien yhteyttä yrityksen ROA-tunnuslukuun. Kontrollimuuttujat ovat aikaisemman mukaisesti toimialakoodi, koko, vuosiluvut, velkaantuneisuusaste ja myynnin kasvu. Ensimmäiset kaksi regressiomallia ovat yhteiskuntavastuun yhteys yrityksen koko pääoman tuottoasteeseen (malli 1) sekä ympäristövastuun yhteys yrityksen koko pääoman tuottoasteeseen (malli 2). Alla löytyy regressiomalli mallille 1 ja mallille 2 ja tarkemmat selitteet sen alta.

$$\begin{aligned}
 ROA = & a + b_1V + b_2IndustryCode + b_3LnTotAssets + b_4Y2020 + \\
 & b_5Y2019 + b_6Y2018 + b_7Y2017 + b_8Y2016 + b_9Y2015 + b_{10}Y2014 + \\
 & b_{11}Y2013 + b_{12}Y2012 + b_{13}Y2011 + b_{14}SalesGrowth\% + b_{15}Leverage + \\
 & b_{15}LnAge + \varepsilon.
 \end{aligned}
 \tag{7}$$

a = vakiotermi

b = selittävän muuttujan kerroin

V= ENV Score mallissa 1

V= ESG Score mallissa 2

$\varepsilon$  = virhetermi

Alla olevassa taulukossa on esitetty regressiomallien 1 ja 2 tulokset. Taulukkoon on sisällytetty regressiokertoimet, merkitsevyytasot, selitysaste sekä merkitsevyyttä kuvaava F-testi.

**Taulukko 6.** Malli 1 ja malli 2 regressioanalyysi.

	Malli 1		Malli 2	
Selittävä muuttuja	Kerroin (keskivirhe)	VIF	Kerroin (keskivirhe)	VIF
Vakio	36,952**** (3,892)	-	34,883**** (3,956)	-
ENV Score	0,112**** (0,017)	1,668	-	-
ESG Score	-	-	0,126**** (0,026)	1,835
IndustryCode	-0,728 (0,786)	1,160	-1,223 (0,789)	1,135
LnAge	0,307 (0,382)	1,223	0,478 (0,388)	1,221
2019	4,183**** (1,300)	1,461	4,144*** (1,320)	1,461
2018	6,192**** (1,369)	1,422	5,906**** (1,389)	1,419
2017	7,143**** (1,443)	1,392	6,783**** (1,464)	1,389
2016	7,845**** (1,502)	1,366	7,586**** (1,524)	1,364
2015	5,837**** (1,561)	1,346	5,812**** (1,588)	1,351
2014	6,562**** (1,608)	1,317	6,785**** (1,638)	1,324
2013	7,942**** (1,591)	1,317	8,176**** (1,624)	1,329
2012	6,990**** (1,611)	1,321	7,407**** (1,643)	1,332
2011	6,344**** (1,677)	1,308	6,927**** (1,713)	1,324
LnTotAssets	-2,201**** (0,301)	1,812	-2,107**** (0,322)	2,016

<b>Sales-Growth%</b>	0,080**** (0,025)	1,132	0,072*** (0,025)	1,125
<b>Leverage</b>	-0,155**** (0,022)	1,096	-0,170**** (0,022)	1,106
<b>F-testi</b>	13,705****	-	12,124	-
<b>Selitysaste, R<sup>2</sup></b>	0,262 (8,8524)	-	0,239 (8,9892)	-
<b>Korjattu selitysaste R<sup>2</sup></b>	0,243	-	0,219	-
<b>Durbin-Watson</b>	0,891	-	0,865	-

Merkitsevyytasot \*\*\*\* jos p-arvo  $\leq$  0.001; \*\*\* jos p-arvo < 0.01; \*\* jos p-arvo < 0.05; \* jos p-arvo < 0.1

Taulukosta 6 havaitaan, että tilastollisesti erittäin merkitsevää yhteyttä on, niin ESG Scorella kuin E Scorella selittävän muuttujan kanssa malleissa 1 ja 2. P-arvot näillä molemmilla on alle 0,001 eli alle 0,1 prosenttia. Malleissa 1 ja 2 kontrollimuuttujalla LnTotAssets on tilastollisesti erittäin merkitsevää negatiivista yhteyttä koko pääoman tuottoasteeseen.

Regressiomallien 1 ja 2 selitysasteet asettuvat mallin 1 osalta 0,262 sekä mallin 2 osalta 0,239. Korjatut selitysasteet ovat puolestaan mallin 1 osalta 0,243 sekä mallin 2 osalta 0,219; tarkoittaen ROA:n vaihtelu selittyy 24,3-prosenttisesti mallissa 1 ja 21,9-prosenttisesti mallissa 2. Keskivirhe selitysasteessa eli virhetermin keskihajonnassa on molemmissa malleissa verrattain korkea (8,8524 ja 8,9892), jolloin se vaikuttaa negatiivisesti tulosten luotettavuuteen. F-testin tulokset asettuvat 13,705 mallissa 1 ja 12,124 mallissa 2, p-arvon ollessa vain mallissa 1 alle 0,001.

Taulukosta 6 löytää aiemmin mainittujen lisäksi myös muuttujien välistä keskinäistä korrelaation tarkastelua. Tarkastelu on toteutettu VIF-arvon eli variance inflation factorin avulla. Dhakalin (2018, s. 1451) mukaan VIF-arvon tulee maksimissaan olla 10. Näin on malleissa 1 ja 2 jokaisen muuttujan osalta, joten multikollineaarisuus ei ole esteenä tutkimukselle.

Regressiomallit 3 ja 4 ovat yhteiskuntavastuun yhteys yrityksen oman pääoman tuottoasteeseen (malli 3) ja ympäristövastuun yhteys yrityksen oman pääoman tuottoasteeseen (malli 4). Myös näissä regressiomalleissa kontrollimuuttujina ovat toimialakoodi, koko, vuosiluvut, velkaantuneisuusaste ja myynninkasvu. Alla löytyy regressiomalli mallille 3 ja mallille 4 ja tarkemmat selitteet sen alta.

$$ROE = a + b_1V + b_2IndustryCode + b_3LnTotAssets + b_4Y2020 + b_5Y2019 + b_6Y2018 + b_7Y2017 + b_8Y2016 + b_9Y2015 + b_{10}Y2014 + b_{11}Y2013 + b_{12}Y2012 + b_{13}Y2011 + b_{14}SalesGrowth\% + b_{15}Leverage + b_{15}LnAge + \varepsilon. \quad (8)$$

a = vakiotermi

b = selittävän muuttujan kerroin

V= ENV Score mallissa 3

V= ESG Score mallissa 4

$\varepsilon$  = virhetermi

**Taulukko 7.** Malli 3 ja malli 4 regressioanalyysi.

	<b>Malli 3</b>		<b>Malli 4</b>	
<b>Selittävä muuttuja</b>	<b>Kerroin (keskivirhe)</b>	<b>VIF</b>	<b>Kerroin (keskivirhe)</b>	<b>VIF</b>
<b>Vakio</b>	64,041 (13,995)	-	59,417**** (14,103)	-
<b>ENV Score</b>	0,306 **** (0,062)	1,699	-	-
<b>ESG Score</b>	-	-	0,368**** (0,092)	1,864
<b>IndustryCode</b>	-2,419 (2,823)	1,161	-3,650 (2,812)	1,134
<b>LnAge</b>	2,074 (1,367)	1,238	2,516* (1,376)	1,237
<b>2019</b>	15,957**** (4,688)	1,466	16,036**** (4,724)	1,467
<b>2018</b>	18,374**** (4,894)	1,432	17,729**** (4,927)	1,429

<b>2017</b>	24,488**** (5,232)	1,393	23,519**** (5,266)	1,390
<b>2016</b>	26,396**** (5,335)	1,377	25,854**** (5,372)	1,376
<b>2015</b>	19,626**** (5,589)	1,352	19,707**** (5,642)	1,358
<b>2014</b>	16,252*** (5,830)	1,324	16,850*** (5,889)	1,331
<b>2013</b>	25,390**** (5,845)	1,331	26,125**** (5,918)	1,344
<b>2012</b>	19,455**** (5,846)	1,331	20,779**** (5,920)	1,345
<b>2011</b>	18,177*** (6,010)	1,311	19,937**** (6,097)	1,330
<b>LnTotAssets</b>	-6,317**** (1,118)	1,912	-6,185**** (1,183)	2,111
<b>Sales-Growth%</b>	0,246*** (0,089)	1,122	0,227** (0,089)	1,116
<b>Leverage</b>	0,124 (0,086)	1,135	0,075 (0,086)	1,134
<b>F-testi</b>	5,287	-	4,658****	-
<b>Selitysaste, R<sup>2</sup></b>	0,124	-	0,111	-
<b>Korjattu selitysaste R<sup>2</sup></b>	0,101	-	0,087	-
<b>Durbin-Watson</b>	0,952	-	0,941	-

Merkitsevyystasot \*\*\*\* jos p-arvo < 0.001; \*\*\* jos p-arvo < 0.01; \*\* jos p-arvo < 0.05; \* jos p-arvo < 0.1

Taulukosta 7 havaitaan, että tilastollisesti hyvin merkitsevää yhteyttä on sekä ENV Scorella että ESG Scorella näyttäisi olevan erittäin merkitsevää tilastollista yhteyttä. Mallissa 3 ja 4 kontrollimuuttujalla LnTotAssets on tilastollisesti erittäin merkitsevää negatiivista yhteyttä oman pääoman tuottoasteeseen.

Regressiomallien 3 ja 4 selitysasteet asettuvat mallin 3 osalta 0,124 sekä mallin 4 osalta 0,111. Korjatut selitysasteet ovat puolestaan mallin 3 osalta 0,101 sekä mallin 4 osalta 0,087; tarkoittaen ROE:n vaihtelu selittyy 10,1-prosenttisesti mallissa 3 ja 8,7-prosenttisesti mallissa 4. Näiden selitysasteiden osalta voidaan todeta selitysasteen olevan hyvin heikko luodulla regressiomallilla. F-testin tulokset asettuvat 5,287 mallissa 3 ja 4,658

mallissa 4, p-arvon ollessa alle 0,001 vain mallissa 4. VIF-arvot ovat hyväksyttävällä tasolla multikollinearisuutta tarkasteltaessa.

## 5.2 Yhteenveto tutkimustuloksista

Tämän tutkielman tavoitteena oli tutkia, että onko Euroopassa vähittäiskaupan alalla toimivilla yrityksillä positiivinen yhteys kannattavuuteen, mikäli ne toimivat yhteiskuntavastuullisesti sekä onko ympäristölaskentatoimen hyödyntämisellä yrityksessä positiivinen yhteys yrityksen kannattavuuteen. Useat tutkimukset ovat antaneet ristiriitaisia tuloksia tai niistä on löytynyt vain maltillisia positiivisia vaikutuksia. Yksimielisyyttä ei ole saavutettu tutkijoiden keskuudessa.

Tutkielmassa tutkittiin lineaarisen regressioanalyysin kautta yhteiskuntavastuun ja ympäristövastuun yhteyttä yrityksen kannattavuuteen vuosina 2011–2020 eli kymmenen vuoden ajalta. Kannattavuuden tunnusluvut tutkielmassa olivat ROA ja ROE. Yhteiskuntavastuun tunnuslukuna toimi ESG Score. Ympäristövastuun tunnuslukuna toimi ENV Score eli Thomson Reuters Eikon -tietokannan valmiiden Resource Use, Emissions ja Innovation -tunnuslukujen tasapainotettu keskiarvo taulukon 4 mukaisesti. Jokaisessa mallissa kontrollimuuttujina käytettiin regressioanalyysissä toimialakoodia, yrityksen kokoa, vuosilukuja, velkaantuneisuusastetta ja myynninkasvua. Näistä toimiala ja vuosiluvut toimivat niin kutsuttuina dummy-muuttujina eli ne sai arvoja 1 tai 0. Toimialan osalta 1 arvon sai wholesale-toimialalla toimiva yritys ja 0 retail-toimialalla toimiva yritys. Vuosilukujen osalta 1 arvon on saanut kyseisen vuoden vuosiluku ja 0 arvon muut vuodet.

Tutkimuksessa havaitaan, että ESG Scorella ja ENV Scorella on tilastollisesti merkittävä yhteys ROA:n ja ROE:en kanssa. Mallit 1 ja 2 osalta selitysaste on tyydyttävä, mutta mallien 3 ja 4 selitysaste on hyvin heikko. Tilastollisen merkittävyyden vuoksi molemmat hypoteesit hyväksytään, mutta voidaan arvela muilla tekijöillä olevan suurempi yhteys kannattavuuden luonnissa. Taulukosta 8 voi havaita yhteenvedon hypoteeseista.

Taulukko 8. Hypoteesien yhteenveto.

<b>Hypoteesit</b>	<b>Hyväksytty / Hylätty</b>
H1) Yrityksen yhteiskuntavastuulla on positiivinen yhteys yrityksen kannattavuuteen.	Hyväksytty
H2) Ympäristölaskentatoimen hyödyntäminen yrityksessä vaikuttaa positiivisesti yrityksen kannattavuuteen.	Hyväksytty



## 6 Johtopäätökset

Tutkielman tavoitteena oli selvittää kahteen hypoteesiin vastaukset kirjallisuutta, tutkimusta läpikäymällä. Näiden pohjalta muodostettiin regressiomallit, joilla tutkielman empiirinen osio toteutettiin. Asetetut hypoteesit olivat: ”H1) Yrityksen yhteiskuntavastuulla on positiivinen yhteys yrityksen kannattavuuteen.” ja ”H2) Ympäristölaskentatoimen hyödyntäminen yrityksessä vaikuttaa positiivisesti yrityksen kannattavuuteen.” Tämän tutkielman tutkimusongelma on se, että olisiko yritysten toiminnan muuttamisella mahdollisuus toimia ratkaisuna ilmaston muutosta vastaan.

Yrityksen yhteiskuntavastuullisuudella on haivattu olevan positiivinen yhteys yrityksen taloudelliseen menestykseen. On kuitenkin epäselvää, johtuuko taloudellinen menestys vastuullisesti toimimisesta vai vastuullisesti toimiminen yrityksen taloudellisesta menestyksestä. Historiallisesti tutkimukset ovat olleet osin ristiriitaisia yhteydestä taloudellisen menestymisen ja vastuullisesti toimimisen välillä. Tähän on vaikuttanut kuitenkin vahvasti monet tekijät, kuten tutkimuksille asetetut hypoteesit ja erilaiset toimialat. (Brooks & Oikonomou 2018:11–12.) Voimme päätellä tästä sen, että ei ole selvää, että onko yhteiskuntavastuullisuudella positiivinen yhteys yrityksen kannattavuuteen, vaikka useat tutkimukset tätä näkemystä puoltavatkin.

Yritysten ympäristövaikutusten hallintaan kohdistuu yhä enemmän odotuksia yhteiskunnalta ja kuluttajilta. Vastuullisuutta yrityksiltä jopa vaaditaan. Tästä on esimerkkinä sosiaalissa mediassa lisääntynyt kansalaisaktiivisuus, kuin myös esimerkiksi Eetti ry:n kaltaisten järjestöjen kasvanut näkyvyys. Nykyään yrityksiltä vaaditaan laskentamenetelmiä ei-taloudellisten asioiden mittaamiseen ja niiden raportointiin. Tulevaisuudessa vastuullisuusraportoinnilla ja tilinpäätöksellä voisi olla jopa täydellinen integraatio. Ympäristölaskentajärjestelmät ovat todennäköisesti järjestetty hyvin, mikäli yrityksen vastuuraportointi on informatiivista ja kattavaa. Sisäisiä laskentajärjestelmiä on kuitenkin vaikea ulkopuolelta arvioida. Tilinpäätöksessä on jo nyt suomalaisissa pörssiyrityksissä pakollista raportoida vastuullisuudessa, mutta tätä ei ole vielä määritelty tarkemmin. Hiilamon

(2022) mukaan tähän voi tulla kuitenkin muutos, sillä EU:ssa valmistellaan yritysvastuulakia, minkä lisäksi Suomessa valmistellaan myös kansallista yritysvastuulakia.

Venäjän hyökkäyksen eli Ukrainan sodan aiheuttaman energiakriisin myötä energian hintojen nousu on ollut huimaa. Voidaan todeta hyvin jalkautetun ympäristöjohtamisen luovan yritykseen energiansäästöä. Se näkyy pienentyneinä energiakustannuksina, jonka rooli korostuu korkeiden energianhintojen myötä. Suuremmilla yrityksillä on suurempi potentiaali hyötyä tehokkuuden kasvusta kuin pienillä yrityksillä. Mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisi koronapandemian ja energiakriisin aikakauden vaikutusten tutkiminen. Etenkin vähittäiskauppa kasvoi merkittävästi korona-aikana, mutta energiakriisin vaikutukset ovat vielä epäselvät. Energiakriisi kasvattaa kuluja, mutta vähittäiskaupoilla on varmasti useita keinoja, joilla vastata tähän markkinahäiriöön. Muita mielekkäitä jatkotutkimuksen aiheita voisi olla tutkia maineen rakennusta tarkemmin vastuullisessa liikkeenjohdossa. Tästä esimerkkinä olisi sisällyttää tutkimukseen ESG Controversies -muuttuja, sen huomioidessa yrityksen skandaalit ja ristiriidat. Olisi myös mielenkiintoista tutkia pidemmällä aikavälillä, että ovatko heikosti vastuullisuudessa menestyneet yritykset rypeneet skandaaleissa ja ovatko ne yhä toiminnassa.

Yhteiskuntavastuun teoreettinen viitekehitys ei ole vielä tänä päivänä yksitulkintainen eikä yhtenäinen. Vastuullisuus tulisi kuitenkin määritellä tarkemmin, sillä se voi eri tahoille tarkoittaa eri asioita. Toiselle vastuullisesti toimiminen voi tarkoittaa esimerkiksi lähellä tuotettua ja toiselle ympäristöystävällisiä ratkaisuja. Tämän lisäksi tarvitaan tarkempaa sääntelyä, että miten määritellään vastuullisuus toimitusketjuissa ja toimitusverkoissa. Voidaanko ajatella loppumyyjän vähittäiskaupassa olevan vastuussa kaikesta verkostossaan tapahtuvasta energiankulutuksesta ja päästöistä vai onko loppumyyjä vastuussa ainoastaan kaupan päästöistä. Vähittäiskauppa on siitä hankala määritellä, että toimitusverkosto on usein hyvin laaja ja lopputuotteen valmistukseen ja kuljetukseen osallistuu usein usea taho.

Yrityksen ollessa ympäristösuuntautunut on sillä suurempi todennäköisyys saavuttaa ympäristöinnovaatioita ja siten luoda itselleen kilpailuetua. Yritys pystyy parantamaan mainettaan huomioimalla ja toteuttamalla vastuullisuutta toiminnassaan ja siten yritys voi hyödyntää tätä markkinoinnissaan ja sen avulla luoda yritykselle kilpailuetua. Pelkääntään vastuullisuutta mittaavat laskentajärjestelmät ja näistä viestiminen ei todennäköisesti tuo kaivattua kannattavuuden kasvua yritykselle. Sen sijaan kokonaisvaltaisen vastuullisuusjohtamisen jalkauttaminen yritykselle voi luoda yritykselle lisäarvoa. Tutkielman tekijä myös uskoo vastuullisten valintojen kasvun jatkuvan omaksutun tiedon lisääntyessä, vastuullinen teko kerrallaan, vaikka suoranaista vahvaa positiivista yhteyttä ei monista tutkimuksista löydetä. Vastuullisuuden voidaan nähdä keskeisenä tehtävänä yrityksessä, varmistaen liiketoiminnan jatkuvuus. Brooks ja Oikonomoun (2018, s. 12) mukaan yhteiskuntavastuullisuudella ja yrityksen kannattavuudella on havaittu myös olevan epäsymmetria. Heidän mukaansa toimiessaan yhteiskunnan näkökulmasta vastuuttomasti on sen negatiiviset vaikutukset yrityksen talouteen suuremmat, kuin yrityksen toimiessa vastuullisesti ja siten yritys hyötyy positiivisesti taloudellisesti.

Yritys voi toimia vastuullisesti myös osin huomaamattaan tai ei tietoisesti, esimerkiksi vanhan koneen hajottua ja investoituaan uuteen koneeseen. Teknologian kehitys takaa usein sen, että uudet koneet ovat tehokkaampia ja ympäristön näkökulmasta siten parempia valintoja. Toki valinta osuu uuden koneen hankinnassa paremmin vastuulliseen valintaan, kun yrityksessä tietoisesti tehdään valinta vastuullisemmasta valinnasta. Toisaalta myös entistä tehokkaammat koneet voivat aiheuttaa enemmän ympäristötuhoja, mikäli niitä käytetään ympäristötuhoa aiheuttaviin toimiin. Yritysten vastuullista toimintaa tulee siis peilata myös yleiseen teknologian kehitykseen.

## Lähteet

- Abdi, Y., Li, X., & Càmara-Turull, X. (2022). Exploring the impact of sustainability (ESG) disclosure on firm value and financial performance (FP) in airline industry: The moderating role of size and age. *Environment, development and sustainability*, 24(4), 5052-5079. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01649-w>
- Ailawadi, K., Neslin, S., Luan, Y. & Taylor, G. (2014). Does retailer CSR enhance behavioral loyalty? A case for benefit segmentation. *International Journal of Research in Marketing*, 31(2), 156. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2013.09.003>
- Akdoğan, H. & Hicyorulmaz, E. (2015). The Importance of the Sustainability of Environmental Accounting. *Journal of economic development, environment and people*, 4(2), pp. 6-20. doi:10.26458/jedep.v4i2.104
- Ann, G., Zailani, S. & Abd Wahid, N. (2006). A study on the impact of environmental management system (EMS) certification towards firms' performance in Malaysia. *Management of environmental quality*, 17(1), 73-93. <https://doi.org/10.1108/14777830610639459>
- Auger, P., Burke, P., Devinney, T. & Louviere, J. (2003). What will consumers pay for social product features? *Journal of Business Ethics*, 42(3), 281. <https://doi.org/10.1023/A:1022212816261>
- Bansal, P. & Bogner, W. C. (2002). Deciding on ISO 14001: Economics, Institutions, and Context. *Long range planning*, 35(3), 269-290. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(02\)00046-8](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(02)00046-8)
- Barnett, M. L. & Salomon, R. M. (2012). Does it pay to be really good? addressing the shape of the relationship between social and financial performance. *Strategic management journal*, 33(11), 1304-1320. <https://doi.org/10.1002/smj.1980>
- Bernhart, M. & Maher, S. (2011). *ISO 26000 in Practice: A User Guide*. 132 s. ISBN 978-0-87389-812-6.
- Bhardwaj, P., Chatterjee, P., Demir, K. D. & Turut, O. (2018). When and how is corporate social responsibility profitable? *Journal of business research*, 84, 206-219. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.026>

- Boulstridge, E. & Carrigan, M. (2000). Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude-behaviour gap. *Journal of communication management* (London, England), 4(4), 355-368. <https://doi.org/10.1108/eb023532>
- Brooks, C. & Oikonomou, I. (2018). The effects of environmental, social and governance disclosures and performance on firm value: A review of the literature in accounting and finance. *The British accounting review*, 50(1), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2017.11.005>
- Daddi, T., De Giacomo, M. R., Frey, M. & Iraldo, F. (2018). Analysing the causes of environmental management and audit scheme (EMAS) decrease in Europe. *Journal of environmental planning and management*, 61(13), 2358-2377. <https://doi.org/10.1080/09640568.2017.1395316>
- Dascalu, C., Caraiani, C., Iuliana Lungu, C., Colceag, F. & Raluca Guse, G. (2010). The externalities in social environmental accounting. *International journal of accounting and information management*, 18(1), 19-30. <https://doi.org/10.1108/18347641011023252>
- Dhakar, C. (2018). Interpreting the Basic Outputs (SPSS) of Multiple Linear Regression. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. 8(6), 1448-1452. DOI: 10.21275/4061901
- Du, S., Bhattacharya, C. & Sen, S. (2007). Reaping relational rewards from corporate social responsibility: The role of competitive positioning. *International journal of research in marketing*, 24(3), 224-241. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2007.01.001>
- Ekatah, I., Samy, M., Bampton, R. & Halabi, A. (2011). The relationship between corporate social responsibility and profitability: The case of royal dutch shell plc. *Corporate reputation review*, 14(4), 249-261. <https://doi.org/10.1057/crr.2011.22>
- Epstein, M. J. & Roy, M. (2001). Sustainability in Action: Identifying and Measuring the Key Performance Drivers. *Long range planning*, 34(5), 585-604. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(01\)00084-X](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(01)00084-X)

- Galant, A. & Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship: A review of measurement approaches. *Ekonomska istraživanja*, 30(1), 676–693. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1313122>
- Ghardallou, W., & Alessa, N. (2022). Corporate Social Responsibility and Firm Performance in GCC Countries: A Panel Smooth Transition Regression Model. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 14(13), 7908. <https://doi.org/10.3390/su14137908>
- Guenther, E. & Orlitzky, M. (2012). Special issue: Measuring corporate environmental performance. *Journal of Management Control*, 22(4), 373-374. <https://doi.org/10.1007/s00187-011-0148-1>
- Gray, R. (2013). Back to basics: What do we mean by environmental (and social) accounting and what is it for? —A reaction to Thornton. *Critical perspectives on accounting*, 24(6), 459-468. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2013.04.005>
- Halbritter, G. & Dorfleitner, G. (2015). The wages of social responsibility — where are they? A critical review of ESG investing. *Review of financial economics*, 26(1), 25-35. <https://doi.org/10.1016/j.rfe.2015.03.004>
- Heikinmatti, K., Jahkonen, E., Kanervisto, M., Kekki, S., Marjomaa, J., Ruusulaakso, J. & Toivio, A. (2017). Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi (10., korjattu laitos.). *Gaudeamus*.
- Heinonen, J. (2006). *Mainejohtaja*. [WSOY]: WSOYpro.
- Henri, J., Boiral, O. & Roy, M. (2014). The Tracking of Environmental Costs: Motivations and Impacts. *The European accounting review*, 23(4), 647-669. <https://doi.org/10.1080/09638180.2013.837400>
- Henri, J. & Journeault, M. (2010). Eco-control: The influence of management control systems on environmental and economic performance. *Accounting, organizations and society*, 35(1), 63-80. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.02.001>
- Hiilamo, E. (2022, 3. tammikuuta). EU:ssa valmistellaan yritysvastuulakia, jonka kulis- seissa on meneillään "skandaali", sanoo meppi Heidi Hautala. *Yle*, noudettu 20.10.2022 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-12244346>

- Hollander, S. C. (2002). Retailers as creatures and creators of the social order. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(11), 514-517. <https://doi.org/10.1108/09590550210449368>
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. (2002). *Tilastolliset menetelmät*. WSOY.
- Horváthová, E. (2010). Does environmental performance affect financial performance? A meta-analysis. *Ecological economics*, 70(1), 52-59. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2010.04.004>
- Ikäheimo, S., Laitinen, E. K., Laitinen, T., & Puttonen, V. (2011). *Laskentatoimi ja rahoitus. Vaasan yritysinformaatio*.
- Jones, P., Comfort, D., Hillier, D. & Eastwood, I. (2005). Retailers and sustainable development in the UK. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(3), 207-214. <https://doi.org/10.1108/09590550510588370>
- Juutinen, S. (2016). *Strategisen yritysvastuun käsikirja*. Talentum Pro
- Kallio, T. J. (2001). *Moderni ympäristöjohtaminen: Historia, käsite ja organisatorinen kenttä*. [Turun kauppakorkeakoulu].
- Kallunki, J. (2014). *Tilinpäätösanalyysi*. Talentum Media.
- Kocmanová, A., Karpíšek, Z. & Klímková, M. (2012). The construction of environmental indicators for determination of performance of ESG indicators to support decision-making of investors. *Verslas: teorija ir praktika*, 13(4), 333–342. <https://doi.org/10.3846/btp.2012.35>
- Kurittu, K. (2018). *Yritysvastuuraportointi: Kiinnostavan viestinnän käsikirja*. Alma.
- Lannelongue, G., Gonzalez-Benito, O. & Gonzalez-Benito, J. (2014). Environmental Motivations: The Pathway to Complete Environmental Management. *Journal of business ethics*, 124(1), 135-147. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1854-4>
- Lee, K. (2015). Drivers and Barriers to Energy Efficiency Management for Sustainable Development. *Sustainable development (Bradford, West Yorkshire, England)*, 23(1), 16-25. <https://doi.org/10.1002/sd.1567>
- Lehtonen, T., Niemi, M., Perälä, A., Pitkänen, V., Westinen, J. (2020). *Ilmassa ristivetoa – Löytyykö yhteinen ymmärrys?*. Hanketyöryhmä, e2 Tutkimus ja Vaasan yliopisto.

- Noudettu 27.10.2021 osoitteesta [https://www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassa\\_ristivetoa%20loppuraportti\\_30\\_11\\_2020.pdf](https://www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassa_ristivetoa%20loppuraportti_30_11_2020.pdf)
- Lisi, I. E. (2015). Translating environmental motivations into performance: The role of environmental performance measurement systems. *Management accounting research*, 29, 27-44. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2015.06.001>
- Liu, G., Yin, X., Pengue, W., Benetto, E., Huisingh, D., Schnitzer, H., Wang, Y. & Casazza, M. (2018). Environmental accounting: In between raw data and information use for management practices. *Journal of cleaner production*, 197, 1056-1068. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.194>
- López, M. V., Garcia, A. & Rodriguez, L. (2007). Sustainable Development and Corporate Performance: A Study Based on the Dow Jones Sustainability Index. *Journal of business ethics*, 75(3), 285-300. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9253-8>
- Lukic, R. (2012). Sustainable Development of Retail in Serbia. *Revista de Management Comparat International*, 13(4), 574-586.
- Margolis, J. D. & Walsh, J. P. (2003). Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business. *Administrative science quarterly*, 48(2), 268-305. <https://doi.org/10.2307/3556659>
- Marin, L., Ruiz, S. & Rubio, A. (2009). The Role of Identity Saliency in the Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior. *Journal of business ethics*, 84(1), 65-78. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9673-8>
- Mata, C., Fialho, A. & Eugénio, T. (2018). A decade of environmental accounting reporting: What we know? *Journal of cleaner production*, 198, 1198-1209. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.087>
- Mathews, M. (1997). Twenty-five years of social and environmental accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10(4), 481-531. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004417>
- Miron, D., Petcu, M. & Sobolevschi, I. (2011). Corporate social responsibility and the sustainable competitive advantage. *Amfiteatru Economic*, 13(29), 162–179.
- Nisak, K., & Yuniarti, R. (2018). The effect of profitability and leverage to the carbon emission disclosure on companies that registered consecutively in sustainability



- reporting award period 2014-2016. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 164(1), . <https://doi.org/10.1088/1755-1315/164/1/012026>
- Niskala, M. (1995). Yrityksen ympäristölaskentatoimi: Ympäristöraportoinnin mittausulottuvuudet ja mittauskokeilu. Lapin yliopisto.
- Niskala, M. & Mätäsaho, R. (1996). Ympäristölaskentatoimi. [WSOY].
- Niskala, M., Pajunen, T., Tarna-Mani, K. & Niskala, M. (2013). Yritysvastuu: Raportointi- ja laskentaperiaatteet. KHT-Media.
- Oh, W. & Park, S. (2015). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance in Korea. *Emerging markets finance & trade*, 51(sup3), 85-94. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2015.1039903>
- Olsthoorn, X., Tyteca, D., Wehrmeyer, W. & Wagner, M. (2001). Environmental indicators for business: A review of the literature and standardisation methods. *Journal of cleaner production*, 9(5), 453-463. [https://doi.org/10.1016/S0959-6526\(01\)00005-1](https://doi.org/10.1016/S0959-6526(01)00005-1)
- Bureau van Dijk. (2016). [Rajattu pääsy].
- Pava, M. L. & Krausz, J. (1996). The Association between Corporate Social-Responsibility and Financial Performance : The Paradox of Social Cost. *Journal of business ethics*, 15(3), 321-357. <https://doi.org/10.1007/BF00382958>
- Pohjola, T. (2003). Johda ympäristöasioita tehokkaasti: Ympäristöosaaminen menestystekijänä. Talentum.
- Phan, T. N., Baird, K. & Su, S. (2017). The use and effectiveness of environmental management accounting. *Australasian journal of environmental management*, 24(4), 355-374. <https://doi.org/10.1080/14486563.2017.1354235>
- Ramus, C. A. & Montiel, I. (2005). When Are Corporate Environmental Policies a Form of Greenwashing? *Business & society*, 44(4), 377-414. <https://doi.org/10.1177/0007650305278120>
- Schadewitz, H. & Niskala, M. (2010). Communication via responsibility reporting and its effect on firm value in Finland. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 8(4), 96-106. <https://doi.org/10.1002/csr.234>

- Schaltegger, S., Burritt, R. & Roger Burritt. (2000). *Contemporary Environmental Accounting: Issues, Concepts and Practice*. Routledge.
- Schnietz, K. E. & Epstein, M. J. (2005). Exploring the Financial Value of a Reputation for Corporate Social Responsibility During a Crisis. *Corporate reputation review*, 7(4), 327-345. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540230>
- Setthasakko, W. (2010). Barriers to the development of environmental management accounting: An exploratory study of pulp and paper companies in Thailand. *EuroMed journal of business*, 5(3), 315-331. <https://doi.org/10.1108/14502191011080836>
- Smigielska, G. (2013). Corporate Social Responsibility of European Retail Chains in Poland. *Revista de Management Comparat International*, 14(1), 127-137.
- Stanaland, A. J. S., Lwin, M. O. & Murphy, P. E. (2011). Consumer Perceptions of the Antecedents and Consequences of Corporate Social Responsibility. *Journal of business ethics*, 102(1), 47-55. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0904-z>
- Teoh, C. W. & Gaur, S. S. Environmental concern: An issue for poor or rich. *Management of environmental quality*, 30(1), 227-242. <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2018-0046>
- Testa, F., Rizzi, F., Daddi, T., Gusmerotti, N. M., Frey, M. & Iraldo, F. (2014). EMAS and ISO 14001: The differences in effectively improving environmental performance. *Journal of cleaner production*, 68, 165-173. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.12.061>
- Thomson Reuters. (2017). Thomson Reuters ESG Scores. Noudettu 21.10.2021 osoitteesta [https://www.esade.edu/itemsweb/biblioteca/bbdd/inbdd/archivos/Thomson\\_Reuters\\_ESG\\_Scores.pdf](https://www.esade.edu/itemsweb/biblioteca/bbdd/inbdd/archivos/Thomson_Reuters_ESG_Scores.pdf)
- Tuominen, K., Moisio, J. & Sahlberg, S. (2007). *Environmental Management - ISO 14001 & EMAS - Part 6*.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. Vastuullisuusraportointi. Noudettu 12.10.2021 osoitteesta <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>

- Utz, S. & Wimmer, M. (2014). Are they any good at all? A financial and ethical analysis of socially responsible mutual funds. *Journal of asset management*, 15(1), 72–82.  
<https://doi.org/10.1057/jam.2014.8>
- Waddock, S. A. & Graves, S. B. (1997). The Corporate Social Performance-Financial Performance Link. *Strategic management journal*, 18(4), 303–319.  
[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199704\)18:4%3C303::AID-SMJ869%3E3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199704)18:4%3C303::AID-SMJ869%3E3.0.CO;2-G)
- Ympäristöministeriö. (2018). IPCC: Ilmasto lämpenee hälyttävällä vauhdilla. Noudettu 12.10.2021 osoitteesta <https://ym.fi/-/ipcc-ilmasto-lampenee-halyttavalla-vauhdilla>

## Liitteet

### Liite 1. Tutkielman aineiston yritykset

ABLIVA AB	DCC PLC	HALFORDS GROUP PLC
ACARIX AB	DELIVERY HERO SE	HARVIA OYJ
ALCADON GROUP AB	DFS FURNITURE PLC	HAWESKO HOLDING AG
ALLEGRO.EU S.A.	DINO POLSKA SA	HEADLAM GROUP PLC
ALLIGO AB	DIPLOMA PLC	HENNES & MAURITZ AB
ANORA GROUP PLC	DISTRIBUIDORA INTERNAC-	HEXAGON AB
AO WORLD PLC	IONAL DE ALIMENTACION.	HILTON FOOD GROUP PLC
APPRECIATE GROUP PLC	S.A.	HOME24 SE
ARJO AB	DOXEE S.P.A.	HORNBACH HOLDING AG &
ASPO OYJ	DUNELM GROUP PLC	CO. KGAA
AXFOOD AB	ECKERT & ZIEGLER	INPOST S.A.
BAYWA AG	STRAHLEN- UND MEDIZINTE-	IVU TRAFFIC TECHNOLOGIES
BE GROUP AB	CHNIK AG	AG
BEFESA S.A.	ESSITY AKTIEBOLAG (PUBL)	JACQUET METALS SA
BERGMAN & BEVING AKTIE-	ETABLISSEMENTEN FRANZ	JASTRZEBSKA SPOLKA WEG-
BOLAG	COLRUYT NV	LOWA SA
BHG GROUP AB	EUROCASH SA	JERONIMO MARTINS SGPS
BRICKABILITY GROUP PLC	FDM GROUP (HOLDINGS)	S.A.
BYGGMAX GROUP AB	PLC	JOULES GROUP PLC
CARREFOUR	FERGUSON PLC	KERING
CASINO GUICHARD-PERRA-	FEVERTREE DRINKS PLC	KESKO OYJ
CHON	FNAC DARTY	KINGFISHER PLC
CATELLA AB	FOCUSRITE PLC	KLOECKNER & CO SE
CCC S.A.	FRASERS GROUP PLC	KONINKLIJKE AHOLD DEL-
CECONOMY AG	GEAR4MUSIC (HOLDINGS)	HAIZE N.V.
CERILLION PLC	PLC	L'OCCITANE INTERNATIONAL
CLAS OHLSON AB	GIGASET AG	S.A.
CLAVISTER HOLDING AB	GLOBAL FASHION GROUP S.A	MARKS AND SPENCER
CONTEXTVISION AB	GLOBAL PORTS INVEST-	GROUP PLC
CONVATEC GROUP PLC	MENTS PLC	MARR SPA
CROPENERGIES AG	GRAFTON GROUP PLC	
CYFROWY POLSAT SA	GRUPA AZOTY S.A.	

MASTERPLAST NYILVANO-	SCS GROUP PLC	ZOOPLUS SE
SAN MUKODO RESZVENY-	SHOE ZONE PLC	
TARSASAG	SIG PLC	
MATAS A/S	SIVERS SEMICONDUCTORS	
MCCOLL'S RETAIL GROUP	AB	
PLC	SMCP	
METRO AG	SMITHS NEWS PLC	
MONNALISA S.P.A.	SOMEK S.P.A.	
MOTHERCARE PLC	SONAE SGPS S.A.	
MUNTERS GROUP AB	SRP GROUPE	
MUSTI GROUP OYJ	STEINHOFF INTERNATIONAL	
MUTARES SE & CO. KGAA	HOLDINGS N.V.	
MYTILINEOS S.A.	STOCKMANN OYJ ABP	
N BROWN GROUP PLC	SUPERDRY PLC	
NAKED WINES PLC	TAKKT AG	
NEW WAVE GROUP AB	TCM GROUP A/S	
NEXT PLC	TESCO PLC	
NORDIC WATERPROOFING	THE CHARACTER GROUP PLC	
HOLDING AB	THEWORKS.CO.UK PLC	
OCADO GROUP PLC	THG PLC	
O'KEY GROUP S.A.	THULE GROUP AB	
ONTEX GROUP NV	THUNDERFUL GROUP AB	
ORIOLA OYJ	TOKMANNI GROUP OY	
ORSERO S.P.A.	TOPPS TILES PLC	
ORYZON GENOMICS S.A.	TRAVIS PERKINS PLC	
OXE MARINE AB	UNIPHAR PLC	
OXFORD METRICS PLC	VA-Q-TEC AG	
PETS AT HOME GROUP PLC	VERKKOKAUPPA.COM OYJ	
POLYGIENE AB (PUBL)	VICORE PHARMA HOLDING	
RALLYE	AB	
RE:NEWCELL AB	WALLIX GROUP	
REXEL	WATCHES OF SWITZERLAND	
RS GROUP PLC	GROUP PLC	
RUBIS	WESTWING GROUP SE	
SAINSBURY (J) PLC	WH SMITH PLC	
SANIONA AB	X5 RETAIL GROUP N.V.	
SANISTAL A/S	ZALANDO SE	