



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Tiina Högnabba

Tietotilinpäätös sijoittajaviestinnässä

Laskentatoimen ja rahoituksen
akateeminen yksikkö
Laskentatoimen ja rahoituksen pro
gradu -tutkielma
Laskentatoimen ja tilintarkastuk-
sen maisteriohjelma

Vaasa 2025

VAASAN YLIOPISTO**Laskentatoimen ja rahoituksen akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Tiina Högnabba		
Tutkielman nimi:	Tietotilinpäätös sijoittajaviestinnässä		
Tutkinto:	Kauppatieteiden maisteri		
Oppiaine:	Laskentatoimi ja rahoitus		
Työn ohjaaja:	Elina Haapamäki		
Valmistumisvuosi:	2025	Sivumäärä:	87

TIIVISTELMÄ:

Digitalisuuden hyödyntäminen liiketoiminnan kilpailuetuna on lisääntynyt datan määrän kasvaessa eri toimialoilla. Erityisesti asiakasdatan ja uusien teknologioiden, kuten tekoälyn hyödyntämiseen liittyy sekä tehostamisen ja kannattavuuden lisäämisen mahdollisuuksia, mutta myös tietoturvaan ja kuluttajaluottamukseen liittyviä riskejä. Laskentatoimen tutkimus tunnistaa aineettoman pääoman kirjaamisen liittyvän tutkimusongelman sekä datan arvonluontiin liittyvän taloudellisen raportoinnin puutteet informaation epäsymmetrian aiheuttajana. Tutkijat esittävät yhtenä vaihtoehtona vastuullisuusraportoinnin täydentämistä datalähtöisen liiketoiminnan kuvaamiseen.

Tutkielman teoriaosuus käsittelee aineettoman pääoman luonnetta kilpailuedun saavuttamisessa. Lisäksi teoriassa perehdytään datalähtöisen liiketoiminnan riskeihin sekä digitaaliseen vastuullisuuteen. Dataliiketoiminnan riskejä tarkastellaan sekä tietosuojan että digitaalisen vastuullisuuden näkökulmista. Datan arvonluontiin liittyvää raportointia käsitellään erityisesti vuosikertomukseen integroidun vastuullisuusraportoinnin täydentämisen näkökulmasta sekä vastuullisuusraportointia tutkivien teorioiden kautta.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tapaustutkimuksena. Tutkimuksen haastatteluaineisto koostuu viidestä teemahaastattelusta, jotka kerättiin tutkimuskohteen sisäisistä ja ulkoisista sidosryhmistä. Lisäksi aineistona hyödynnetään Keskon Oyj:n vuosikertomukseen integroitua tietotilinpäätöksiä vuosien 2022 ja 2023 raportoinnissa. Haastatteluaineiston avulla pyritään selvittämään tietotilinpäätöksen laatimisen motivaatiotekijöitä sekä sidosryhmien että kohdeyrityksen näkökulmasta.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että Keskon sidosryhmien näkökulmasta tietotilinpäätöksen laatiminen on perusteltua ja sitä voidaan hyödyntää laajasti niin sidosryhmäviestinnän kuin sisäisen viestinnän välineenä. Tietotilinpäätös linkittyy vahvasti Keskon vastuullisuusstrategiaan ja siten sen sijoittuminen vuosikertomukseen on perusteltua. Toisaalta tutkimuksessa todettiin myös, että vastuullisuusraportoinnin vaatimusten muuttuessa Euroopan Unionin kestävyysraportointidirektiivin myötä tulee myös tietotilinpäätöksen rooli vuosikertomuksen osana muuttumaan.

AVAINSANAT: yritysvastuu, kilpailuetu, aineeton pääoma, sijoittajaviestintä, integroitu raportointi

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkimuksen tausta, tarkoitus ja rajaukset	7
1.2	Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmä	10
1.3	Tutkielman rakenne	11
2	Aineeton pääoma	12
2.1	Aineeton pääoma käsitteenä	12
2.2	Data arvonluonnin välineenä	13
2.3	Aineettoman hyödykkeen kirjanpitoikäisyydestä	15
2.4	Aineettoman pääoman vapaaehtoinen raportointi	17
3	Datastrategia kilpailuetuna	20
3.1	Kestävällä datastrategialla kilpailuetua	20
3.2	Dataintensiivisen arvonluonnin riskisyys	23
3.3	Digitaalinen vastuullisuus	25
3.4	Tekoäly ja vastuullisuus	27
4	Vastuullisuusraportointi ja sitä tutkivat teoriat	30
4.1	Vastuullisuusraportointi	30
4.2	Yhteiskuntavastuun yhteys taloudelliseen suorituskykyyn	33
4.3	Vastuullisuusraportoinnin motivaatiotekijät ja niitä tutkivat teoriat	34
4.3.1	Sidosryhmäteoria	36
4.3.2	Signalointiteoria	38
4.3.3	Legitimiteettiteoria	41
5	Tutkimuksen toteutus	44
5.1	Tutkimusmenetelmä	44
5.2	Kohdeorganisaation esittely	45
5.3	Aineiston hankinta ja rajaus	46
5.4	Aineiston analyysi	49
5.5	Tutkimuksen luotettavuus	50
6	Tutkimustulokset	53

6.1	Tietotilin päätöksen julkaisun motivaatiotekijät	53
6.2	Datan arvonluontipotentiaali	57
6.3	Datastrategia kilpailuetuna	60
6.4	Kyberturvallisuus ja digitaalinen vastuullisuus	63
6.5	Tietotilin päätös integroidun raportoinnin täydentäjänä	67
7	Johtopäätökset	70
7.1	Johtopäätökset	70
7.2	Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitteet	74
7.3	Jatkotutkimusmahdollisuudet	75
	Lähteet	77
	Liitteet	86
	Liite 1. Haastattelurunko	86

Kuviot

Kuvio 1. Vastuullisuusraportoinnin ajurit (mukaillen Benvenuto ja muut, 2023, s. 2).	35
Kuvio 2. Asia/tapahtumat suhteessa yrityksen legitimaatioon. Mukaillen O'Donovan (2002, s. 347)	42
Kuvio 3. Keskon tietotase (mukaillen Kesko Tietotilinpäättös 2023)	58
Kuvio 4. Datajohtamisen tasot Keskossa (Mukaillen Kesko Tietotilinpäättös 2022, s. 286)	61

Lyhenteet

BDVC	Big Data Value Chain
CDR	Corporate Digital Responsibility
CSP	Corporate Social Performance
CSR	Corporate Social Responsibility
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive
CVD	Corporate Voluntary Disclosure
DVC	Data Value Chain
DT	Digital Transformation
DT	Digital Trust
EFRAG	European Financial Reporting Advisory Group
ESG	Environmental, Social and Governance
EU	Euroopan Unioni
GDPR	General Data Protection Regulation
IAS	International Accounting Standards
IC	Intellectual Capital
IFRS	International Financial Reporting Standards
TBL	Tripple Bottom Line

1 Johdanto

Digitalisaatio ja uudet teknologiat, kuten viime vuosina lisääntynyt tekoälyn käyttö ovat mahdollistaneet yrityksille uusia tapoja luoda liiketoimintaa. Tietointensiiviset yritykset keräävät dataa asiakkaistaan, omista prosesseistaan sekä ulkoisista lähteistä. Datasta muodostuu yrityksille aineetonta pääomaa, kuten big data, asiakassuhteet, brändi, liiketoimintaprosessit, joiden avulla yritykset luovat arvoa. Yrityksille on digitalisaation myötä syntynyt tarve viestiä aineettoman pääoman käytöstä asiakkaille sekä omistamansa datan liikearvosta sijoittajille. Digitalisaation myötä kertyvä datamassa, big data, luo uusia liiketoimintamalleja ja investointeja, joita perinteinen kirjanpito ei tunnista.

Sisäisesti tuotetun aineettoman pääoman arvo ei kuitenkaan ilmene suoraan tilinpäätöksestä (Lev & Daum, 2004; Leitner-Hanetseder & Lehner, 2023). Tämän seurauksena tilinpäätöksestä ilmenevien kirjanpitoarvojen ja markkina-arvojen välillä on kuilu, mikä tuo rajoittaa päätöksentekoon käytettävissä olevaa tietoa (Leitner-Hanetseder & Lehner, 2023). Tämä johtaa siihen, että aineettomaan pääoman kuvaaminen yrityksen sidosryhmille on sekä digitaalisten, dataan perustuvien liiketoimintaprosessien, että datariskien hallinnan osalta haastavaa.

Aineettoman pääoman avulla luodun strategisen liiketoiminnan viestintä voidaan liittää osaksi yritysten ei-taloudellista raportointia. Viralliseen raportointiin liitettäviä tietotilinpäätös on uusi konsepti, jota on hyödynnetty datastrategian ja digitaaliseen vastuullisuuden liittyvän sidosryhmäviestinnän tuottamisessa. Vastuullisuusraportointi on olennainen osa yritysten sidosryhmäviestintää. Abdelqaderin ja muiden (2024) mukaan yritysten yhteiskuntavastuun käytännöt ja niiden toteuttaminen ovat nykyään olennainen osa yritysten liiketoimintaa. Tämä johtuu siitä, että yrityksiä arvioidaan niiden taloudellisten tulosten lisäksi myös yritysten yhteiskuntavastuun perusteella. Sijoittajat sijoittavat yleensä korkean yritysvastuun omaaviin yrityksiin, ja yrityksen vastuullisuussitoumuksesta on tullut keskeinen kriteeri arvioitaessa niiden tuloksellisuutta. Tästä seuraa, että yritykset pyrkivät vahvistamaan kilpailuetuaan sitoutumalla vahvasti yhteiskuntavastuuseen. Näin ollen yrityksiä kannustetaan entistä enemmän viestimään yritysten

yhteiskuntavastuun toiminnastaan ulkopuolisille tahoille, joille tärkein tiedonsaantiväline on vastuullisuusraportointi. Datan ja teknologian hyödyntäminen vaatii yrityksiltä panostuksia digitaaliseen vastuullisuuteen kuluttajaluottamuksen ylläpitämiseksi.

1.1 Tutkimuksen tausta, tarkoitus ja rajaukset

Yhteiskuntavastuuta käsitellään usein Elkingtonin (1999) teoriaan pohjaten. Triple Bottom Line (TBL), kolmoistilinpäätös, on käsite, joka arvioi yrityksen suorituskykyä kolmella keskeisellä ulottuvuudella: taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen. Tämä lähestymistapa pyrkii arvioimaan yrityksen menestystä laajemmin kuin perinteinen taloudellinen mittaristo, ottamalla huomioon myös sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset. Vastuullisuudesta käytetään englanninkielistä lyhennystä ESG (Environmental, Social, Governance). Nimi kuvaa yritysvastuun jakoa kolmeen osa-alueeseen, ympäristöön, sosiaaliin sekä hyvään hallintoon. Yritysvastuun toinen englanninkielinen termi Corporate Social Responsibility (CSR) voidaan määritellä yritystoiminnan ja käytäntöjen kokoelmana, jotka arvioivat, hallinnoivat ja ohjaavat yrityksen vastuita sekä sen vaikutuksia yhteiskuntaan ja ympäristöön (Pizzi ja muut, 2023). Tässä tutkielmassa yritysvastuusta käytetään CSR-termiä.

Yritysten vastuullisuusraportointi on osa pakottavaa lainsäädäntöä. Euroopan Unioni on edelleen laajentanut yritysten yhteiskuntavastuuraportointia. Vuoden 2024 alusta on tullut sovellettavaksi Euroopan Unionin uusi kestävyysraportointidirektiivi (Corporate Social Reporting Directive, CSRD) (2022/2464/EU), joka velvoittaa kaikkia listattuja yhtiöitä ja suuria yrityksiä laajentamaan vastuullisuusraportointiaan. Tämä edelleen lisää yhteiskuntavastuuraportoinnin merkitystä eurooppalaisella yrityskentällä. Tässä tutkielmassa lainsäädäntöön liittyvät osuudet koskien raportointivelvollisuutta sekä tietosuojaa on rajattu EU-lainsäädäntöön.

Yritysvastuun ja taloudellisen suorituskyvyn yhteyttä on tutkittu laajasti eri markkina-alueilla. Useiden tutkimusten tavoitteena on ollut selvittää, onko yritysvastuulla

saavutettavissa taloudellista hyötyä. Näissä tutkimuksissa on käytetty erilaisia tunnuslukuja mittareina. Esimerkiksi kannattavuuden, markkina-arvon ja muiden yritysten taloudellista suorituskykyä kuvaavien tunnuslukujen kautta on selvitetty yrityksen vastuullisraportoinnin mahdollista taloudellista hyötyä. Mervelskemper ja Streit (2017) havaitsivat positiivisen yhteyden ESG-suorituskyvyn ja markkina-arvon yhteydestä riippumatta siitä, tuottaako yritys integroidun tai erillisen vastuullisuusraportin. Toisaalta samassa tutkimuksessa havaittiin, että huonon ESG-suorituskyvyn yritysten raportoinnilla voi olla negatiivinen yhteys markkina-arvoon. Tutkijat ovat kuitenkin saaneet aiheesta ristiriitaisia tuloksia. Demers ja muut (2021) havaitsivat tutkimuksessaan, että ESG ei vaikuttanut positiivisesti osaketuottoihin COVID-19 kriisin aikana, sen sijaan yritysten investoinneilla aiheettomaan pääomaan oli positiivinen yhteys. Myös henkinen pääoma on yhteydessä taloudelliseen kestävyYTEEN (Jordão & de Almeida, 2017).

Aineettomilla hyödykkeillä on havaittu positiivinen yhteys yritysten likviditeettiin (Labidi & Gajewski 2019), samassa tutkimuksessa havaittiin tiedon julkistamisen keskeinen rooli informaation epäsymmetrian vähentämisessä. Vastaavasti Zhang, Wen & Xu (2025) havaitsivat, että digitaalisen strategian vapaaehtoinen julkistaminen edistää osakekurssien synkronointia vähentämällä informaation epäsymmetriaa. Vastaavaan tulokseen tulivat myös Salvi, Vitolla, Rubino, Giakoumelou, & Raimo (2021). Heidän tutkimuksensa tulokset viittaavat siihen, että informaatio yrityksen digitalisaatiotasosta vaikuttaa myönteisesti yrityksen arvoon.

Lakisääteisen vastuullisraportoinnin lisäksi yritykset tuottavat vapaaehtoista raportointia. Useat tutkimukset ovat osoittaneet, että yrityksillä, joilla on parempia tuloksia vastuullisuuden mittaristoilla mitattuna, on myös tendenssi julkistaa enemmän ei-taloudellista tietoa (Bonsón ja muut, 2023). Tässä tutkielmassa käsiteltävä tietotilinpäätös on uusi konsepti, jota vain harvat yritykset Suomessa tai muualla maailmassa tuottavat. Kesko on ensimmäinen suomalainen pörssiyhtiö, joka on tuottanut tietotilinpäätöstä osana vuosikertomukseen integroitua raportointiaan. Keskon tietotilinpäätös osana yrityksen lakisääteisen vastuullisuusraportoinnin kokonaisuutta on tuottamassa lisäinformaatiota,

jolla yritys pyrkii viestimään sidosryhmille aineettomaan pääomaan, omistamansa dataan liittyvästä pääomastaan sekä siihen liittyvästä riskienhallinnasta. Näin ollen on perusteltua tutkia, miten vastuullisuusraportoinnin täydentäminen tietotilinpäätöksellä vaikuttaa yrityksen ja sen sidosryhmien päätöksentekoon.

Ylinen ja muut (2022) argumentoivat, että tietotaseiden hyödyntäminen tulee lisääntymään tulevaisuudessa erityisesti dataintensiivisten yritysten keskuudessa. He perustelevat tätä sillä, että datan rooli tulee kasvamaan yhdeksi tärkeimmistä vastuullisuusraportoinnin osatekijöistä, koska sidosryhmät vaativat yhä enemmän läpinäkyvyyttä arvonluontiin sekä datan ja tekoälyn vastuulliseen käyttöön. Liakh (2021) argumentoi, että yritykset, jotka tarjoavat raportoinnissaan tasapainoisen sisällön yrityksen kokonaisdatan ja digitalisaation sekä kestävyysdatan välillä, voivat toimia osaltaan esimerkkinä muille yrityksille.

Sijoittajien näkökulmasta ongelmallista on, että tietotilinpäätös on yritysten vapaaehtoista raportointia. Vapaaehtoisuus johtaa siihen, että tietotilinpäätöksen sisältöä ei ole standardoitu eikä varmennettua. Vastuullisuusraporttien vertailtavuuteen liittyvät ongelmat on huomioitu myös aikaisemmissa tutkimuksissa (mm. Leitner-Hanetseder & Lehner, 2023).

Digitaalisuuteen ja datastrategiaan liittyvää vastuullisuusraportoinnin aikaisempaa tutkimusta ei suuressa määrin ole. Aihetta on lähestytty arvonluonnin näkökulmasta (Ylinen ja muut, 2022), vastuullisuusraportoinnin näkökulmasta (Liakh, 2021) sekä vapaaehtoisen tiedon julkistamisen taloudellisen yhteyden näkökulmasta (Salvi ja muut, 2021; Zhang ja muut, 2025). Tutkielman teoreettinen osuus koostuu näitä aihekokonaisuuksia seuraten. Tämän tutkielman tarkoituksena on tutkia kohdeyrityksen sidosryhmien näkemyksiä yritysten vastuullisuusraportoinnin ja erityisesti siihen vapaaehtoisesti täydennettävän tietotilinpäätöksen roolista.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmä

Tutkielman tavoitteena on selvittää, millaisena vastuullisuusraportoinnin vapaaehtoinen täydentäminen tietotilinpäätöksen muodossa näyttäytyy yrityksen sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien näkökulmasta. Voidaanko tietotilinpäätöksellä tuottaa sijoittajille tietoa yrityksen aineettoman pääoman arvonluontimahdollisuuksista sekä datan käsittelyyn ja hallintaan liittyvistä seikoista? Tutkimuksen tavoitteena on myös selvittää vapaaehtoisen tietotilinpäätösraportoinnin vaikutusta sijoittajien päätöksentekoon.

Tutkimuksen tavoitteena on vastata seuraaviin kysymyksiin:

1. Lukevatko ulkoiset sidosryhmät tietotilinpäätöstä?
2. Tuoko tietotilinpäätös lisäarvoa sijoittajille?
3. Jos tuo lisäarvoa, niin millaista lisäarvoa?
4. Miten sijoittajat näkevät arvonluontiprosessin panostusten legitimaation?
5. Millaisena case-yritys sekä sijoittajat näkevät tietotilinpäätöksen tulevaisuuden osana vastuullisuusraportointia?
6. Mikä on kohdeyrityksen motivaatio ja tavoite tietotilinpäätöksen tuottamiselle?

Tutkimusmenetelmänä hyödynnetään laadullista tapaustutkimusta. Tutkimuksen kohdeorganisaationa käytetään Kesko Oyj:tä. Kesko on ensimmäinen suomalainen pörssiyhtiö, joka on tuottanut tietotilinpäätöstä osana vuosiraporttiaan. Kesko toimii päivittäistavarakaupan, rakentamisen ja talotekniikan kaupan sekä autokaupan toimialoilla. Sille kertyy toiminnassaan dataa sen omista tietolähteistä liittyen asiakkaisiin sekä sen omiin prosesseihinsa ja näiden lisäksi ulkoisista tietolähteistä. Tätä dataa Kesko hyödyntää oman liiketoimintansa sekä prosessien kehittämisessä. Tämän tutkimuksen haastatteluosuus kohdentuu sekä Keskon sisäisiin että ulkoisiin sidosryhmiin. Aineistoon haastatellaan sijoittajanäkökulman edustajia sekä Keskon tietotilinpäätöksen laatimiseen osallistuneita henkilöitä. Haastattelut toteutetaan puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Tutkimusaineiston avulla pyritään selvittämään Keskon ulkoisen raportoinnin vaikutusta

sidosryhmien mielikuviin ja päätöksentekoon liittyen Keskon tietopääoman hyödyntämiseen.

1.3 Tutkielman rakenne

Tutkielman rakenne koostuu seitsemästä pääluvusta. Näistä ensimmäinen sisältää johdannon, jossa esitellään tutkielman aihe ja sen tausta, tutkielman tavoitteet sekä tutkimusmenetelmä. Tietotilinpäätöksen yhtenä lähtökohtana on kuvata sidosryhmille yrityksen hyödyntämän aineettoman pääoman arvonluontia. Tämän vuoksi tutkielman toinen pääluku keskittyy kuvaamaan aineettoman pääoman käsitettä sekä sen kirjaamiseen ja raportointiin liittyviä näkökulmia. Kolmas pääluku käsittelee digitaalisuutta sekä dataa erityisesti kilpailuetuna, mutta myös siihen liittyviä riskitekijöitä sekä kyberturvallisuuden että tietosuojan näkökulmasta.

Edellä mainitut käsitteet kuuluvat olennaisesti tietotilinpäätöksen konseptiin sekä selittävät osaltaan kohdeyrityksen motivaatiotekijöitä tuottaen tietotilinpäätöstä. Integroitu tietotilinpäätös täydentää yrityksen lakisääteistä raportointivelvollisuutta. Alan tutkijat esittävät vastuullisuusraportointia yhtenä vaihtoehtona aineettoman pääoman raportointiin. Niinpä neljäs teoriaa esittelevä pääluku käsittelee tietotilinpäätöksen roolia osana yrityksen vastuullisuusraportointia. Aihetta käsitellään vapaaehtoisen raportoinnin motivaatiotekijöiden lähtökohdista sekä tutkimuskentässä usein käytettyiden teorioiden viitekehyksessä. Viidennestä pääluvusta alkaa tutkielman empiirinen osuus, jossa ensin esitetään tutkimuksessa käytettävä metodologia, tapaustutkimuksen kohdeyritys sekä tutkimusaineisto sekä tutkimuksen analysointiin ja luotettavuuteen liittyviä seikkoja. Tämän jälkeisessä luvussa esitetään haastattelututkimuksena toteutetun tutkimuksen tulokset. Lopuksi esitetään johtopäätöksiä. Tutkielman viimeinen luku sisältää tutkielman yhteenvedon sekä joitakin suosituksia tulevista tutkimuskysymyksistä.

2 Aineeton pääoma

Kesko noudattaa European Financial Reporting Advisory Groupin (EFRAG) suositusta tarjota sijoittajainformaatiota aineettomaan pääomaan liittyen (Kesko 2023). Kesko rinnastaa tietopääomansa aineettoman arvon taloudelliseen, teknologiseen ja inhimilliseen pääomaan sekä suhdepääomaan. Tässä luvussa käsitellään aineettoman pääoman käsitettä, dataa arvonluonnin välineenä, aineettoman hyödykkeen kirjanpitokäsittelyä sekä aineettoman pääoman vaihtoehtoista raportointia.

2.1 Aineeton pääoma käsitteenä

Henkistä pääomaa (*intellectual capital*) kuvataan usein aineettomana pääomana (*intangible assets*) tai tietovarantona, joka voi luoda arvoa yrityksille sekä saavuttaa ja ylläpitää niille kilpailuetua (An ja muut, 2011, s. 571). Aineettomat hyödykkeet eivät itsessään luo kasvua (Lev ja Daum 2004, s. 7), vaan ne on yhdistettävä muihin tuotantotekijöihin. Tutkimuskirjallisuus jakaa aineettoman pääoman kolmeen ryhmään; inhimilliseen pääomaan, rakenteelliseen pääomaan sekä suhdepääomaan (Albertini ja muut, 2021, s. 690). Näistä inhimillinen pääoma kattaa työntekijöiden hiljaisen tai implisiittisen tiedon, heidän lahjakkuutensa, kokemuksensa, osaamisensa, käyttäytymisensä ja taitonsa. Rakenteellinen pääoma sisältää organisaation rutiinit, menettelytavat, menetelmät, tietokannat, tietojärjestelmät, teknologian sekä tutkimus- ja kehitystoiminnan. Suhdepääoma kattaa yrityksen suhteet sen asiakkaisiin sekä muihin sidosryhmiin.

Vastaavaa aineettoman pääoman jakoa kolmeen ryhmään tekivät myös Norton ja Kaplan (2004, s. 13). Heidän määritelmässään inhimillinen pääoma koostuu yrityksen strategiasta kompetenssista. Siihen liittyy osaamisen, lahjakkuuden ja osaamisen saatavuus strategian edellyttämiin toimiin. Toisessa ryhmässä on tietopääoma, eli strateginen tieto. Se koostuu strategian tueksi tarvittavien tietojärjestelmien ja tietosovellusten sekä infrastruktuurin saatavuudesta. Kolmas ryhmä käsittää organisaatiopääoman, joka koostuu

yrityksen kulttuurista ja käsittää sen tietoisuuden ja sisäistämisen strategian toteuttamiseen tarvittavasta yhteisestä tehtävästä, visiosta ja arvoista sekä johtajuudesta.

Evasin ja Pricen (2020, s. 2) mukaan tietovarantojen kaltaiset aineettomat hyödykkeet eroavat useimmista muista resursseista sen vuoksi, että niiden arvoa ei ole helposti mitattavissa, vaan se riippuu hyödykkeen asiayhteydestä ja käytöstä. Tietovarannon potentiaalinen arvo ei siis ole luotettava mittari sen todellisesta arvosta, vaan aineettomat hyödykkeet voivat parantaa liiketoiminnan suorituskykyä ja luoda kilpailuetua mahdollistamalla halvempia tai eriytettympiä tuotteita.

2.2 Data arvonluonnin välineenä

Henkinen pääoma on keskeinen voimavara yrityksen arvonluontiprosessissa ja kestävän kilpailuedun saavuttamisessa (Sardo & Serrasquodo, 2018, s. 747). Myös Nirino ja muut (2020, s. 420) määrittelevät henkisen pääoma (IC) yhdeksi tärkeimmistä kilpailuedun tekijöistä. Shen ja muiden mukaan (2020, s. 1120) yritysten aineettomat hyödykkeet ovat kalliiden aineellisten hyödykkeiden sijaan erityisen merkityksellisiä yritysjohdolle kilpailuedun muodostamisessa. Aineettomat hyödykkeet ovat vähemmän näkyviä ja monimutkaisempia ja näin ollen niitä on vaikea jäljitellä ja korvata ja siten niistä muodostuu lähde yrityksen ydinosaamille. Aineettoman omaisuuden olemassaolo ei kuitenkaan takaa, että yritys ymmärtää täysin resurssiensa potentiaalin ja saavuttaa kilpailuetua markkinoilla.

Lev ja Daum (2004, s. 9) painottavat, että aineettomat hyödykkeet ovat luonteeltaan inerttejä ja siten tarvitsevat tehokkaita tuki- ja tehostamisjärjestelmiä. Ilman näitä yritys ei pysty kääntämään aineettoman omaisuutensa potentiaalista arvoa asiakkaille ja osakkeenomistajille. Kaplanin ja Nortonin (2004) mukaan aineettomat hyödykkeet voivat tuottaa kilpailuetua vain, jos ne integroidaan yrityksen muihin aineettomiin hyödykkeisiin ja aineellisiin hyödykkeisiin. Aineettomien hyödykkeiden hyödyntäminen osana yrityksen kilpailuetua vaatii yhteistä ymmärrystä strategiasta. Kaplan ja Norton (2004, s. 14)

kuvaavat strategiakartan aineettomien hyödykkeiden arvonluontiketjulle. Se on kolmi-sainen: 1) aineettomat hyödykkeet kuvataan, 2) aineettomat hyödykkeet yhdenmukaistetaan ja integroidaan, 3) aineettomat hyödykkeet mitataan. Myös Evans ja Price (2020, s. 1) argumentoivat, että liiketoimintapäätökset eivät perustu teknologian saatavuuteen, vaan ne tehdään teknologian välittämän tiedon perusteella.

Veldkampin (2023, s. 1545) mukaan data on digitoitua tietoa. Xu, Shi, H, Shi, Y., ja You, (2024, s. 7) määrittelevät tietovarannot (*data assets*) yrityksen omistamiksi tai hallitse-miksi tietoresursseiksi, joilla on todellista tai potentiaalista arvoa. Tietovarannot myös noudattavat tietolakeja ja ne kirjataan sähköisesti. He korostavat yrityksen määräysval-taa tietovarantojen hallinnoinnissa.

Leitner-Hanetsederin ja Lehnerin (2023) mukaan tällä hetkellä mikään yksittäinen ole-massa oleva kirjanpitostandardi ei tarjoa mahdollisuutta tunnistaa datan ja erityisesti si-säisesti tuotetun tiedon tulevaa taloudellista potentiaalia. Data on digitoitua tietoa ja sen ominaisuuksiin kuuluu, että saattaa tarjota taloudellista hyötyä vain tietyn kynnyk-sen saavuttamisen jälkeen. Tämä tapahtuu joko ajan myötä tai yhdessä erilaisten tieto-lähteiden kanssa, jolloin siitä tulee big dataa. Myös Collins ja Lanz (2019, s.24) toteavat, että data on prosessoitava ja muunnettava joksikin muuksi, jotta se saavuttaa todellisen arvonsa. He vertaavat dataa tuotantoteollisuuden raaka-aineeksi, joka täytyy proses-soida ennen kuin se saavuttaa lopullisen arvonsa.

Faroukhi ja muut (2020) mukaan big datan lisääntyminen on tuottanut arvoketjuissa sel-keitä prosesseja tietojen yhdistämiseen ja hyödyntämiseen, mikä on mahdollistanut da-tan kaupallistamisen. Datan kaupallistamisella tarkoitetaan organisaation datan käyttä-mistä voiton tuottamiseksi. Big datan lisääntymisen myötä myös datan arvonluontiket-juja on kuvattu uudelleen. Data-arvoketju, DVC (*data value chain*), on sarja toistettavia prosesseja, joiden avulla datan arvo saadaan lisättyä vaiheittain koko sen elinkaaren ajan raakadatasta todellisiin oivalluksiin. Faroukhi ja muut (2020, s.2) kuvaavat DVC:n nelivai-heisena: 1) datan tuottaminen, 2) datan kerääminen, 3) datan analysointi ja 4) datan

vaihtaminen, joka voi tapahtua sisäisesti tai ulkoisesti kumppaneiden kanssa. Vanhat data-arvoketjut ovat kehittyneet big datan myötä ja uuden BDVC:n (*big data value chain*) vaiheet mukailevat tätä muutosta, uusia vaiheita ovat tuottamisen, keräämisen ja analysoinnin lisäksi datan esikäsittely, datan varastointi, datan visualisointi ja datan esittäminen (Faroukhi ja muut, 2020, s.19).

Xu ja muut (2024) toteavat, että dataa ja tietovaroja voidaan hyödyntää liiketoiminnassa eri tavoin. Dataa voidaan hyödyntää prosessien optimointiin, tuotekehitykseen sekä uusien liiketoimintamallien innovointiin. Yritykset voivat käyttää dataa ja analytiikkaa omien sisäisten prosessiensa tehokkuuden ja vaikuttavuuden parantamiseen. Yritykset voivat hyödyntää dataa tuotteidensa, palveluidensa ja asiakaskokemustensa rikastamiseen. Yritykset voivat myös hyötyä myymällä dataa ulkopuolisille osapuolille. Nämä eri liiketoimintamallit eivät välttämättä ole ristiriidassa keskenään. Veldkamp (2023, s. 1546) näkee datan myös riskiä vähentävänä tekijänä. Hän argumentoi, että dataa hyödyntämällä voidaan vähentää ennusteisiin liittyvää epävarmuutta tai riskiä erityisesti rahoituksen näkökulmasta.

2.3 Aineettoman hyödykkeen kirjanpitokäsittelystä

Leitner-Hanetsederin ja Lehnerin (2023) mukaan IFRS-tilinpäätöksen tarkoituksena on antaa taloudellista tietoa, joka hyödyttää nykyisten ja potentiaalisten sidosryhmien päätöksentekoa. Tilinpäätöksestä tulisi kyetä arvioimaan yrityksen taloudelliset resurssit. Nykyiset IFRS-säännökset eivät kuitenkaan tunnista riittävästi datasta ja siitä johdettuna syntyvän aineettoman pääoman kirjaamista taseeseen. Tämä synnyttää yritysten kirjanpitoarvojen ja markkina-arvojen välille kuilun.

IFRS:n IAS 38 standardin määritelmässä aineettomaksi hyödykkeeksi yksilöidään ei-monetäärinen omaisuuserä, jolla ei ole aineellista olomuotoa. (Haaramo ja muut, 2005/2023). Jotta omaisuuserä täyttää määritelmään sisältyvän yksilöitävyyskriteerin, tulee sen täyttää lisäksi toinen seuraavista vaatimuksista. Ensimmäinen näistä on se, että

omaisuuserän on oltava erotettavissa. Tämä tarkoittaa, että aineeton hyödyke täytyy pystyä erottamaan tai irrottamaan yrityksestä ja myymään, siirtämään, lisensoimaan, antamaan vuokralle tai vaihtamaan joko sellaisenaan tai yhdessä siihen liittyvän sopimuksen, omaisuuserän tai velan kanssa. Vaihtoehtoisesti aineeton hyödyke yksilöintivaade toteutuu, jos omaisuuserä on johdettavissa sopimukseen perustuvista tai muista laillisista oikeuksista riippumatta siitä, ovatko nämä oikeudet siirrettävissä tai ovatko ne erotettavissa yrityksestä tai muista oikeuksista ja velvoitteista.

Haaramon ja muiden mukaan (2005/2023) aineettoman hyödykkeen määrittelyn ulkopuolelle jäävät erät kirjataan IAS 38 standardin mukaan kuluksi. Aktivoinnin ehtona on, että aineettomasta hyödykkeestä on tulevaisuudessa muodostumassa taloudellista hyötyä, ja että sen hankintameno on luotettavasti määritettävissä, aineeton hyödyke kirjaan joko hankintamenoon tai systemaattisesti käypään arvoon.

Xien ja Zhangin (2023, s.17) mukaan tärkein syy siihen, ettei aineettomia hyödykkeitä, erityisesti sisäisesti tuotettuja hyödykkeitä ei ole kirjattu taseeseen, johtuu niiden luotettavuuden puutteesta. Aineettomien hyödykkeiden monimutkaisuus ja epävarmuus johtavat niiden kirjaamiseen alkuperäiseen hankintamenoon, nykyarvo on joko epätäydellisesti mitattavissa tai sitä ei voida mitata ollenkaan. Ulkopuolisten käyttäjien on vaikea todentaa arvon mittauksen toimenpiteitä, mikä edelleen heikentää aineettomien hyödykkeiden kirjanpidon luotettavuutta ja hyödyllisyyttä. Lev ja Daum (2004, s. 7) toteavat että aineettomien hyödykkeiden arvo liittyy tulevaisuuteen ja siten ne edustavat valmiuksia ja mahdollisuuksia tulevaan kasvuun ja tuloihin.

Xien ja Zhangin (2023 s. 17) mukaan joitain yritysten omistamia tai hallinnoimia aineettomia hyödykkeitä, kuten patenteja ja tavaramerkkejä, voidaan siirtää muille osapuolille. Heidän mukaansa on edelleen avoin kysymys, ovatko sisäisesti tuotetut aineettomat hyödykkeet, esimerkiksi asiakkaiden big data yritysten hallinnassa oikeudellisessa mielessä. Sisäisesti tuotettujen aineettomien hyödykkeiden luonne tekee niiden erottamisesta ja kaupasta vaikeaa markkinoilla, ja siksi niiden luotettavien kustannusten tai käyvä

arvon mittaaminen on vaikeaa. Leitner-Hanetsederin ja Lehnerin (2023, s.289) mukaan yrityksen omistama data ja tietojen hallinta voi olla taattu laillisilla oikeuksilla IAS 38 standardin mukaisesti. Näin ei kuitenkaan ole tilanteessa, jossa datan käyttö perustuu sopimukseen, joka pelkästään antaa asiakkaalle oikeuden käyttää palveluntarjoajan sovellusta pilvi-infrastruktuurin avulla. Tällaisessa sopimuksessa dataan liittyvä määräysvalta puuttuu, eikä se siten ole IAS 38:n mukainen aineeton hyödyke. Tästä tutkijat ovat päättelleet, että toimittajan pilvi-infrastruktuurissa tarjoamaa big dataa tai itseoppivia algoritmeja ei myöskään tule ymmärtää aineettomiksi hyödykkeiksi.

Levin (2019, s.715) mukaan suurin osa yritysten strategisista, arvoa luovista resursseista, kuten patenteista, IT:stä tai brändeistä, kirjataan kuluiksi tällä hetkellä. Tämän vuoksi niitä ei kirjata varoiksi tilinpäätöksiin. Myös hänen näkemyksensä mukaan tämä johtaa siihen, että yritysten tuottoja ja varoja ali- tai yliarvioidaan riippuen siitä, ovatko niiden aineettomat hyödykkeet kasvaneet tai vähentyneet. Lisäksi sisäisesti tuotettujen, kuluksi kirjattavien, aineettomien hyödykkeiden ja toiminnallisesti samankaltaisten hankittujen, mutta pääomitettyjen aineettomien hyödykkeiden kirjanpitokäsittelyn epä johdonmukaisuus estää yritysten tulosvertailun erilaisten innovaatiostrategioiden osalta, riippuen siitä ovatko aineettomat hyödykkeet sisäisesti tuotettuja vai hankittuja.

2.4 Aineettoman pääoman vapaaehtoinen raportointi

Levin ja Daumin mukaan (2004, s. 6-7) perinteisten kirjanpitopohjaisten järjestelmien kyvyttömyys antaa riittävää tietoa yritysten aineettomista hyödykkeistä ja niiden taloudellisista vaikutuksista aiheuttaa osakekurssien heilahtelua. Tämä aiheuttaa sijoittajille aiheettomia tappioita ja resurssien virheellistä kohdentamista pääomamarkkinoille. Yrityksille seurauksena ovat kalliit pääomakustannukset, mikä taas haittaa niiden investointeja ja kasvua. Yritysraportoinnin ja sisäisten johtamisjärjestelmien olisi heidän mukaansa tarjottava kokonaisvaltaisempi näkemys, jonka avulla sijoittajat ja johtajat voivat arvioida yrityksen kokonaisarvonluontijärjestelmän suorituskykyä.

Koska sisäisesti tuotettujen aineettomien hyödykkeiden huomioiminen tilinpäätöksessä on hankalaa huomioiden edellisessä alaluvussa kuvattu kirjanpitoikäntö, on vaihtoehtoisena käytäntönä ehdotettu aineettomien hyödykkeiden kuvaamista lisäinformaationa perinteisten tilinpäätösten ja liitetietojen ulkopuolella, ei-taloudellisen informaation raportoinnissa (Xie ja Wang, 2023, s. 22-23). Labidin ja Gajewskin (2019, s.427) mukaan aineettomat hyödykkeet aiheuttavat informaation epäsymmetriaa ja tämän vuoksi tiedon julkistaminen voisi auttaa yrityksiä vähentämään aineettomien investointien tuottoon liittyvää epävarmuutta ja siten parantaa likviditeettiä. Kirjanpito- ja talousteoriat tarjoavat näyttöä vapaaehtoisen julkistamisen merkityksellisyydestä mekanismina, jolla voidaan vähentää tiedon epäsymmetriaa ja parantaa markkinoiden likviditeettiä sekä alentaa pääoman kustannusta. Labidin ja Gajewskin (2019) tutkimuksen tulokset tukevat näitä teorioita.

Albertini ja muut (2021, s. 688) mukaan useat tilinpäätösstandardien laatijat ovat määritelleet aineettomien hyödykkeiden raportointia koskevan kysymyksen kansainvälisellä tasolla keskeiseksi tutkimusalaksi. International Accounting Standards Board (IASB), tilinpäätösten mukana toimitettavia tietoja koskevalla työllään, Financial Reporting Council (FRC) keskustelupaperillaan aineettomien hyödykkeiden yritysraportoinnista ja European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) tutkimushankkeellaan aineettomien hyödykkeiden paremmasta tiedottamisesta.

Integroitu raportointi on International Integrated Reporting Councilin (IR) luoma viitekehys, joka on yksi tapa yhdistää taloudellisen tiedon ja ei-taloudellisten tietojen raportointia. Albertinin ja muiden (2021, s. 691) mukaan integroidun raportoinnin viitekehysten ytimessä on ajatus, että yritysten tulisi laajentaa raportointiaan sisältämään kaikki ne resurssit, joita yritykset käyttävät liiketoimintansa panoksina. Integroidun raportoinnin tavoitteena on tarjota johtajille, sijoittajille ja muille sidosryhmille tietoa useista toisiinsa liittyvistä ulottuvuuksista, jotka vaikuttavat tai voivat vaikuttaa organisaatioihin. Nämä ulottuvuudet ovat kuusi pääoman muotoa; taloudellinen, valmistettu, älyllinen,

inhimillinen, sosiaalinen ja suhde sekä luonnollinen yhdessä ulkoisen ympäristön kanssa sekä arvonluontiprosessi.

Albertinin ja muiden (2021, s. 691, 701) mukaan integroitu raportointi on askel kohti aineettoman pääoman luoman arvon parempaa tunnustamista. Tutkijoiden mukaan sijoittajat korostavat myös diskursiivisen tiedon merkitystä aineettomista hyödykkeistä syntyvän arvonluontiprosessin ymmärtämisessä. He näkevät, että yritys vastuun ja digitaalisen pääoman yhdistävälle raportoinnille tulisi luoda kehys tai jopa standardi. Kaikki tutkijat eivät kuitenkaan pidä vastuullisuusraportointia parhaana tapana julkaista tietoa aineettoman pääoman arvosta johtuen vastuullisuusraporttien vertailtavuusongelmista (Leitner-Hanetseder ja Lehner, 2023, s.291).

3 Datastrategia kilpailuetuna

Keskon tietotilin päätös kuvaa datan liiketoimintalähtöistä ja vastuullista hyödyntämistä asiakkaan ja liiketoiminnan eduksi. Keskolle datavastuullisuus tarkoittaa sitä, että se pyrkii luomaan datasta kestävä arvoa liiketoiminnalleen ja sidosryhmilleen kestävästi, turvallisesti sekä läpinäkyvästi (Kesko 2022). Pörssiyrityksillä on tarve viestiä sijoittajille, kuinka liiketoiminnan arvonluonti datan avulla mahdollistuu ja kuinka yritykset hyödyntävät dataa tiedolla johtamisessa. Tietotilin päätös on tapa luoda luottamusta sekä sijoittajille että asiakkaille. Avoimella viestinnällä Kesko pyrkii varmistamaan, että asiakkaat suhtautuvat datan keräämiseen myönteisesti. Tässä luvussa käsitellään vastuullisella datastrategialla mahdollisesti saavutettavaa kilpailuetua, datan arvonluontiin liittyviä riskejä sekä digitaalista vastuullisuutta ja dataan liittyviä riskitekijöitä.

3.1 Kestävällä datastrategialla kilpailuetua

Jo ennen big datan aikakautta digitalisaatio on mullistanut vähittäiskaupan alaa. Watsonin (2011, s. 315) mukaan digitaalinen tieto on muuttanut perusteellisesti vähittäiskaupan yrityskokoja antamalla vähittäiskauppiaille parempaa tietoa myynnistä, paremmista vasteajoista, parantamalla viestintää myymäläverkostojen kanssa ja samalla vähentänyt riskiä paremman kysynnän hallinnan avulla. Vähittäiskaupan mittakaavavallankumouksen alku on ollut perustoimintojen digitalisaatiossa. Digitalisaatio ja panostukset informaatioteknologiaan ovat mahdollistaneet vähittäiskaupan alaa kasvattamaan liikevaihtoa ja alentamaan varastoja suhteessa myyntiin, mikä on kasvattanut pääoman tuottoa. Näin ollen tehokas kysynnän hallinta mahdollistaa yhdessä tuottavuuden kasvun pääomalle, tilojen käytölle ja työvoimalle (Watson, 2011, s. 316).

Evansin ja Pricen (2020) mukaan yritysten ymmärrys digitalisaation merkityksestä kilpailuedun saavuttamiseksi on kasvanut. Kuitenkaan kaikissa yrityksissä ei vielä ymmärretä, mitä kaikkea onnistunut digitaalinen siirtymä vaatii. Heidän mukaansa onnistunut digitaalinen siirtymä vaatii yrityksiltä datan hallinnointia sekä tiedon hyödyntämistä

liiketoimintahyödykkeenä. Myös Liakhin (2021 s. 3-4) mukaan onnistunut digitaalinen siirtymä edellyttää yrityksiltä integroitua monitieteellisen lähestymistavan kehittämistä samalla kun ne käyttöönottavat uutta teknologiaa strategisella muutoksella.

Liakhin (2021, s.3) mukaan onnistunut digitaalinen strategia huomioi yrityksen organisaatiokulttuurin ja liiketoimintamallin sekä työntekijöiden valmiuden. Lisäksi strategiassa tulisi huomioida yrityksen verkostot, kuten erilaiset kumppanuudet, strategiset liittoutumat, toimitusketjun ketteryyden ja automaation, asiakkaiden sitouttaminen sekä operatiivisen toiminnan osalta päätöksenteko, prosessin tehokkuus ja automaatio. Strategiaan sisältyy myös digitaalisten riskien huomioiminen. Riskeistä Liakh nostaa esiin esimerkiksi datan vanhentumisen, datan luvattoman käytön, tehottomat liiketoimintaprosessit sekä digitaalisten taitojen puute.

Liakh (2021, s. 4) nimeää digitaaliselle strategialle kuusi päätehtävää: 1) pitkän tähtäimen vision asettaminen digitalisaatiolle 2) digitaalisen vision jakaminen eri tavoitteisiin, 3) yrityksen nykyisen digitaalisen kypsyystason arviointi, tähän kuuluu vahvuuksien, heikkouksien, parannusmahdollisuuksien, kilpailuympäristöjen ja kyvykkyyksien, resurssien ja teknologioiden aukkojen tunnistaminen, 4) teknologioiden, valmiuksien ja menetelmien valinta ja priorisointi, joiden avulla työntekijät voivat sopeutua uuteen työtapaan, 5) uuden digitaalisen kulttuurin luomisen määrittely, 6) strategian edistymisen ja vaikutavuuden valvominen.

Rossin ja muiden (2017) mukaan hyvän digitaalisen strategian valitseminen antaa johtajille selkeän suunnan johtaa digitaalisia aloitteita, arvioida edistymistä ja tehdä tarvittavia muutoksia. He jakavat digitaalisen strategian kahteen perustyyppiin. Ensimmäinen on asiakkaan sitouttamisen strategia, jonka painopisteenä on asiakasuskollisuuden kehittäminen. Toinen perustyyppi on digitoitujen ratkaisujen strategia, jonka tarkoituksena on tehostaa tuotteita ja palveluita lisäämällä niihin tietoa, joka tuottaa uutta arvo asiakkaille. Myös Liakh (2021, s.3) jakaa digitaalisen strategian kahteen. Hänen mukaansa

yritys voi toteuttaa digitaalista strategiaa keskittymällä joko itse digitaaliseen ratkaisuun (tieto ja tuote/palvelu) tai asiakaskokemuksen erinomaisuuteen.

Kochin ja Windspergerin (2017, s. 2, 11) mukaan arvonluontiprosessit kehittyvässä digitaalisessa ympäristössä perustuvat useiden sidosryhmien panokseen, jotka integroivat ja soveltavat resursseja itselleen ja muille. Arvo luodaan aina yhteistyössä sidosryhmien kanssa. He määrittelevät digitalisaation sosiaalisteknologiseksi prosessiksi, jossa digitaalista teknologiaa sovelletaan eri toimialoilla ja konteksteissa tavoilla, jotka vaikuttavat ja muokkaavat niiden taustalla olevia infrastruktuureja sisällön, sovellusten ja palveluiden luomista, tallentamista ja jakelua varten. Arvoa luovan toiminnan harjoittamiseksi organisaatiot ovat alkaneet avata arvonluontirakenteitaan ja prosessejaan tekemällä yhteistyötä muiden yritysten kanssa eri muodoissa.

Aikaisemmin luvussa 2.2. kuvattiin miten datan, tai big datan hyödyntäminen liiketoiminnassa tuottaa kilpailuetua. Yrityksen datastrategian muodostaminen vastuullisen datan hyödyntämisen ympärille toimii myös kilpailuetuna. Porter ja Kramer (2006) toteavat, ettei mikään liiketoiminta voi ratkaista kaikkia sosiaalisia ongelmia. Siksi yrityksen on valittava, mitkä asiat koskevat heitä eniten. Nämä kysymykset voidaan jakaa kolmeen ryhmään: yleiset sosiaaliset kysymykset, arvoketjun sosiaaliset vaikutukset ja kilpailutilanteen sosiaaliset ulottuvuudet. Oikeiden sosiaalisten asioiden priorisointi yrityksen CSR-ohjelmalle voi tuoda yhteistä arvoa ja luoda kilpailuetua.

Porterin ja Kramerin (2006, s. 89) mukaan CSR-toiminta voidaan nähdä joko responsiivisena tai strategisena riippuen siitä, mikä vaikutus sillä on. Responsiivinen CSR vastaa geneerisiin sosiaalisiin kysymyksiin ja arvoketjun sosiaalisiin vaikutuksiin, kun taas strateginen CSR pyrkii muuttamaan arvoketjun toimintaa edelleen yhteiskunnan hyödyksi ja kilpailukykyisemmäksi ja heidän mukaansa yritys voi saada merkittävää kilpailullista arvoa, jos se yhdistää menestyksekkäästi arvoketjun innovaatiot ja sosiaaliset näkökohdat.

O'Shanassyn (2008, s.176) mukaan yritys voi saavuttaa kilpailuetua siitä, että se tekee järkeviä päätöksiä tai se tekee järkeviä päätöksiä ajan mittaan suhteessa yleiseen asemaansa. Kilpailuedun lähteenä voi toimia myös toimialan yritysmittakaava, jolloin yritys voi olla alhaisimpien kustannusten tuottaja tai lähellä alhaisimpien kustannusten tuottajaa ja näin antaa asiakkaille suurempia etuja tavaroiden tai palvelujen tarjoamisessa. Yritykset, jotka tekevät järkeviä strategisia päätöksiä, voivat saavuttaa kilpailuetua ja ajan myötä vahvaa organisaation suorituskykyä. Myös liiketoimintaympäristön dynaaminen luonne vaikuttaa kilpailuetuun. Erityisesti suhteessa kilpailijoiden, asiakkaiden, sääntelyn, teknologian ja rahoituksen suhteen, liiketoimintaympäristö voi olla sellainen, että jotkut yritykset saavuttavat kestävästä kilpailuetua ja toiset yritykset vain tilapäistä kilpailuetua.

3.2 Dataintensiivisen arvonluonnin riskisyys

Mitä enemmän yritykset keräävät asiakasdataa, sitä suuremmaksi riski tietoturvaloukkauksiin kasvaa (Walton ja muut, 2021). Smailin ja muiden (2023, s.1051) mukaan kyberturvallisuudesta on tullut kriittinen kysymys yrityksille. Näin ollen yritysten hallituksen tulisi ottaa huomioon kyberhyökkäysten, niihin liittyvien mahdollisten oikeudenkäyntien ja sääntelyaltistuksen vaikutukset liiketoimintaan.

Kyberturvallisuudella tarkoitetaan yritysten varautumista ulkoisia riskejä, kuten tietomurtoja ja muita tietoon liittyviä hyökkäyksiä vastaan, jotka voivat vahingoittaa yrityksen mainetta taloudellisesti. Juma'h ja Alnsour (2021, s.2) määrittelyssä tietomurrolla tarkoitetaan yrityksen tietojen sisäistä tai ulkoista luvattonta käyttöä, joka vaarantaa tietojen luottamuksellisuuden, eheyden tai saatavuuden. Yritykset pyrkivät takaamaan tietojen saatavuuden valtuutetuille käyttäjille, kun se on tarpeen yritysten tavoitteiden saavuttamiseksi. Yritykset pyrkivät myös turvaamaan tietojen eheyden käyttämällä ja toteuttamalla ennalta ehkäiseviä toimenpiteitä luvattomia tai vahingossa tapahtuvia muutoksia, menetyksiä tai tietovuotoja vastaan. Yritykset parantavat tietoturvaansa ottamalla käyttöön tietoturvamennettelyjä ja -käytäntöjä, jotka suojaavat tietojärjestelmiin liittyviltä

riskeiltä. Käytänteet koostuvat esimerkiksi tietojen salauksesta, palomuureista ja tietojen varmuuskopioinnista.

Juma'h ja Alnsour (2021, s.1-2) mukaan tallennettujen tietojen arkaluonteisuus ja tietosuoja ovat kaikkien yritysten sidosryhmien huolenaiheita eikä dataan perustuva liiketoiminta ole riskitöntä. Raportoimalla tai julkistamalla tietoa tietomurroista tilinpäätöksen yhteydessä, voivat yritykset reagoida kyberturvallisuuspoikkeamiin lieventääkseen yrityksen taloudellisia riskejä ja velvoitteita.

Nirinon ja muiden (2020 s. 423) yritysten CSR-strategioilla voi olla positiivisia tai negatiivisia vaikutuksia yrityksen tulokseen. Tämä riippuu erityisesti yhtiön kyvystä hyödyntää kestävään kehitykseen liittyviin toimiin tehtyjä investointeja. Tämä näkökulma liittyy yrityksen kykyyn viestiä sidosryhmilleen oikein, mitä strategisia valintoja yhteiskuntavastuuseen liittyy. Sidosryhmä arvioi yrityksen toimia, joten jos yritys sijoittaa symbolisesti CSR:ään, mutta toimii kuitenkin toisin, CSR ei pysty parantamaan yrityksen mainetta. Yritysvastuustrategioiden toteuttamisella on kuitenkin positiivinen vaikutus yritysten osaaomispääoman kehittymiseen, mikä puolestaan vahvistaa yritysten kilpailuetua sekä taloudellista suorituskykyä (Nirino ja muut, 2020, s. 432).

Vastuullisen datastrategian hyödyt korostuvat negatiivisten tapahtumien yhteydessä. Bamiatzi ja muut (2023, s. 2514) havaitsivat, että yritykset, joilla on korkea CSR-taso säilyttävät tietomurtojen yhteydessä taloudellisen suorituskykynsä paremmin ja sidosryhmät suhtautuvat niihin vähemmän kriittisesti. Tämä korostuu erityisesti kuluttajaherkillä toimialoilla.

Myös Kashmiri ja muut (2017) ovat todenneet, että yritykset voivat hyödyntää yhteiskuntavastuuseen liittyviä tekijöitä torjuessaan tietomurtoihin liittyvää epävarmuutta. Tämä kävi ilmi, kun amerikkalaisen Target ketjun asiakkaiden luottokorttitiedot joutuivat tietomurron kohteeksi vuonna 2013. Tapauksella oli suuria heijastusvaikutuksia vähittäiskaupan toimialalla USA:ssa ja tutkijoiden mukaan vahva yhteiskuntavastuun

suorituskyky toimi yhtenä suojauskeinona arvonlaskulta alan muilla toimijoilla. Tutkijat havaitsivat, että mitä suurempi alan yritysten samankaltaisuus niiden koon- ja tuotemarkkinoiden ominaisuuksien osalta, ja mitä vahvempia niiden keskinäiset hallintositeet ovat, sitä todennäköisempää on, että sijoittajat omaksuvat yhtäläisyyksiä tietomurron kohteeksi joutuneen yrityksen maineeseensa.

3.3 Digitaalinen vastuullisuus

Herden ja muut (2021, s. 17) määrittelevät yritysten digitaalisen vastuullisuuden (*Corporate Digital Responsibility, CDR*) yrityksen vastuiden jatkeeksi, joka ottaa huomioon digitalisaation eettiset mahdollisuudet ja haasteet. Lobschatin ja muiden (2021, s. 875) määrittelyssä yritysten digitaalinen vastuullisuus on joukko jaettuja arvoja ja normeja, jotka ohjaavat organisaation toimintaa liittyen neljään pääprosessiin digitaalisen teknologian ja datan osalta. Nämä prosessit he ovat nimenneet; teknologian luominen ja datan kerääminen, toiminta ja päätöksenteko, tarkastus ja vaikutusten arviointi sekä teknologian ja datan kehittäminen. Tutkijoiden näkemyksensä mukaan CDR:llä on paljon yhtäläisyyksiä CSR:n kanssa, mutta on siitä huolimatta erillinen, oma käsitteensä.

Toisaalta osa tutkijoista esittää, että CDR olisi vastuullisuusraportoinnin neljäs ulottuvuus (Bonsón ja muut, 2023, s. 9). Myös Mihale-Wilson ja muut (2022, s.128) näkevät CDR:n uutena vastuullisuuden ulottuvuutena. He perustelevat näkemystään sillä, että perinteinen näkemys yritysvastuusta ei vastaa uusien teknologioiden ominaisuuksiin. Esimerkkeinä ominaisuuksista, jotka haastavat perinteisen yritysvastuun tasot, he mainitsevat tekoälyn. Tekoälyllä on kyky toimia itsenäisenä entiteettinä, sillä on kyky yhdistellä asioita, se on laaja-alainen sekä läpinäkymätön. Tutkimukset ovat tuoneet näyttöä siitä, että digitaalisen vastuullisuuden julkistamisen osalta niin sanotut aikaiset omaksujat hyödyntävät tietojen julkistamisessa vastuullisuusraporttejaan (Bonsón ja muut, 2023, s. 3).

Eurooppalaisessa kontekstissa datan käyttöön liittyvä vastuullisuus on pitkälti lakisääteistä. Euroopan Unionin (EU) yleinen tietosuoja-asetus (*General Data Protection Regulation, GDPR*) säätelee yritysten oikeutta kerätä, käsitellä ja hallinnoida henkilötietoja. Tätä asetusta sovelletaan sekä eurooppalaisiin organisaatioihin, jotka käsittelevät ihmisten henkilötietoja EU:ssa, että EU:n ulkopuolisiin organisaatioihin, jotka käsittelevät EU:n alueella asuvien ihmisten tietoja. Lyhyesti kuvattuna GDPR sisältää tarkat vaatimukset siitä, miten yritykset saavat käsitellä henkilötietoja, mitä henkilötiedot ovat, kuinka ihmisillä on oikeus tietää heitä koskevista tiedoista sekä heidän oikeutensa näiden tietojen poistamiseen.

Hoofnaglen ja muiden (2019, s. 72) mukaan GDPR:n tavoite on kaksijakoinen, se sekä edistää henkilötietojen vapaata liikkuvuutta EU:ssa että suojaa ihmisiä ja heidän henkilötietojensa, näistä GDPR korostaa jälkimmäistä tavoitetta. He argumentoivat, että GDPR on nykyisessä muodossaan suuressa jännitteessä big datan ja koneoppimisen liiketoimintamallien kanssa. Hoofnaglen ja muiden (2019, s. 67) mukaan GDPR:ää ei pidä ajatella pelkästään pakollisena regulaationa, vaan se voidaan nähdä datanhallinnan kehyyksenä. GDPR:n vaatimustenmukaisuusprosessi saattaa saada jotkut yritykset lisäämään datan käyttöä toiminnassaan ja osa yrityksistä näkevät GDPR:än mahdollisuutena arvioida tarkemmin tietojensa arvoa strategisena hyödykkeenä.

Yritysten panostus digitaaliseen vastuullisuuteen lisää sidosryhmien digitaalista luottamusta (*digital trust, DT*). KPMG (2015) määrittelee digitaalisen luottamuksen keskeiset ominaisuudet, joita ovat luotettavuus, uskottavuus, läpinäkyvyys, turvallisuus ja rehellisyys. Kluiters ja muut (2023) tutkivat digitaalisen luottamuksen vaikutusta yrityksen arvoon. Heidän mukaansa tehokas CDR voi johtaa korkeampaan yritysarvoon, ja yritysten pitäisi suhtautua digitaaliseen vastuullisuuteen ja digitaaliseen luottamukseen uusina arvonluontivälineinä. Kluitersin ja muiden mukaan (2023, s.91) CDR:stä ja DT:stä on tulossa keskeisiä arvotekijöitä. Datan määrän lisääntyttyä parin viime vuosikymmenen aikana on johtanut siihen, että datasta on tullut ratkaisevan tärkeää yrityksille ympäri maailmaa. Yritykset tavoittelevat kilpailuetua muihin yrityksiin nähden keräämällä, valvomalla ja

analysoimalla dataa. Tämä johtaa siihen, että myös CDR:n merkitys on kasvanut viime vuosina.

3.4 Tekoäly ja vastuullisuus

Tekoälyn (*artificial intelligence, AI*) käyttö on lisääntynyt valtavalla vauhdilla viime vuosina teknologian kehittymisen myötä. Tekoälyn käytöllä on huomattavaa arvoa lukuisilla toimialoilla, kuten kuluttajatuote-, yrityspalvelu-, mainonta-, sijoitusneuvonta- sekä media- ja viihdeteollisuus ja erityisesti vähittäiskaupassa. Fun ja muiden (2023, s.773) mukaan tekoälyn soveltaminen vähittäiskaupassa voi tuottaa merkittäviä etuja.

Fu ja muut (2023, s. 775) arvioivat, että teknologian kehityksen myötä vähittäiskauppa on siirtymässä kohti älykästä palvelujärjestelmää. Tekoäly viittaa laskentajärjestelmiin ja kattaa monia toisiinsa liittyviä teknologioita, kuten esimerkiksi tiedonlouhinnan, koneoppimisen, puheentunnistuksen ja kuvantunnistuksen. Tekoälyjärjestelmä voi jatkuvasti oppia ja ratkaista uusia ongelmia jatkuvasti muuttuvassa ympäristössä. Tekoälyjärjestelmät hyödyntävät jatkuvaa tiedonkeruuta tavoitteiden saavuttamiseksi. Tutkijoiden mukaan vähittäiskaupan alalla tekoälyä hyödynnetään erityisesti kuluttajakäynnän analysointityökaluna ja uusia tekoälyjärjestelmiä otetaan yhä enemmän käyttöön asiakkaiden palvelukokemukseen vaikuttamiseksi.

Fun ja muiden (2023, s. 787) tutkimuksessa havaittiin viisi keskeistä kriittistä tekijää, jotka vaikuttavat tekoälyn käyttöönottoon vähittäiskaupassa. Näitä olivat datan hyödyllisyys, tiedonhankinnan vaikeus, tekoälyjärjestelmän hyödyllisyys, organisaation muutuskyky ja asiakasarvon kasvattaminen. Tutkijat huomioivat, että tekoälyn käyttöönoton jälkeen vähittäiskaupan ylin johto priorisoi liiketoiminnan suorituskykyyn liittyviä tekijöitä, kuten asiakasarvon parantamista.

Kunz ja Wirtz (2023, s. 36) nostavat esiin huolen tekoälyn avulla luotujen asiakastietojen profilointiin liittyen. Vaikka personointi voi parantaa asiakkaan käyttökokemusta, he

pitävät rajaa asiaankuuluvien suositusten antamisen ja tunkeilevien ja manipuloivien käytäntöjen välillä pienenä. Yksityishenkilöiden osalta kysymys on yksityisyydestä, kun asiakkailla ei ole varmuutta siitä, missä määrin henkilötietoja kerätään ja käytetään erilaisten henkilöprofiilien luomiseen. Tekoälyn käyttö voi vaarantaa asiakkaiden autonomiaa ja valinnanvapauden, tai profiilista voi muodostua puolueellinen, riippuen siitä mitä taustatietoja tekoäly käyttää.

Tekoälyn kehitys ja käytön lisääntymien on johtanut luonnollisesti siihen, että sidosryhmät painostavat yrityksiä olemaan avoimempia tekoälyn käytön suhteen, erityisesti eri näkökohtien automaattisen päätöksenteon (*ADM, automated decision-making*) osalta, osana vastuullisuusraportointia. Bonsón ja muut (2023, s. 9) havaitsivat tutkimuksessaan, että eurooppalaisista yrityksistä tekoälyn käyttöön liittyvää tietoa sisällytettiin vastuullisuusraportointiin vielä suhteellisen vähän, suurin osa tiedon antajista on finanssisektorin yrityksiä.

Bonsón ja muut (2023, s. 11) ehdottavat tekoälyn käyttöön liittyvään vastuullisuusraportointiin kolmen kategorian huomioimista. Tiedonhallintomallin ja järjestelmän hallinnan osalta organisaatioiden tulisi olla avoimia siitä, miten tekoälyä hallitaan. Toiseksi eettisyyden ja oikeellisuuden huomioimisesta organisaatioiden tulisi antaa julkaista tietoa tekoälyn vastuulliseen käyttöön liittyen. Kolmantena he huomioivat strategisen näkökulman, jonka kannalta olennaisinta on se, miten tekoälyn liittyviä riskejä tunnistetaan ja hallitaan.

Dun ja Xien (2021, s. 971) mukaan tekoälyn liittyvän CSR:n kautta yritys voi paremmin hallita sidosryhmäsuhteita ja mukautua institutionaaliseen ympäristöönsä. Heidän mukaansa yrityksen harjoittama CSR tuottaa yritykselle todennäköisesti pragmaattisen ja moraalisen oikeutuksen tekoälyliiketoimintaan ja se saa samalla hyödynnettyä sidosryhmien lisääntyneen tuen. Tekoälyn liittyvien CSR-aloitteiden tulosten arvioinnissa yritysten tulisi tutkia ulkoisten tulosten, kuten myynnin lisäksi myös sisäiset asenteelliset lopputulokset, kuten brändiasenteet, luottamus, tuotetyytyväisyys. Jälkimmäiset ovat

pidemmän aikavälin suhdetuloksia, jotka edistävät yhtiön kestävästä kasvusta tekoälyn markkinoilla. Kuluttajien kannalta CSR-aloitteet lisäävät tekoälyyn liittyvien tuotteiden parempaa käyttäjäkokemusta ja kuluttajan autonomiaa sekä parempaa yksityisyyden suojaa.

4 Vastuullisuusraportointi ja sitä tutkivat teorit

Yksi Keskon motivaatiotekijä tietotilinpäätöksen laatimiselle on säännellyn talous- ja vastuullisuusraportoinnin täydentäminen (Kesko 2023). Toisessa pääluvussa käsiteltiin aineettomien hyödykkeiden kirjanpitoarvon kuvaamisen hankaluutta. Vaihtoehtoisena käytäntönä on ehdotettu aineettomien hyödykkeiden kuvaamista lisäinformaationa perinteisten tilinpäätösten ja liitetietojen ulkopuolella, ei-taloudellisen informaation raportoinnissa (Xie ja Wang, 2023). Näin ollen tämän tutkielman kannalta on perusteltua käsitellä vastuullisuusraportointia. Tässä luvussa käydään läpi vapaaehtoisen vastuullisuusraportoinnin merkitystä ja vaikutusmekanismeja kolmen vastuullisuusraportointia tutkivan teorian pohjalta sekä esitetään vastuullisuusraportoinnin taustaa, motivaatiotekijöitä sekä työkaluja.

4.1 Vastuullisuusraportointi

Sidosryhmien pyrkiessä kokonaisvaltaisempaan ymmärrykseen yritysten näkymistä perinteinen talousraportointi ei ole riittävää (Borrero-Domínguez, Cortijo-Gallego ja Escobar-Rodríguez, 2024, s. 2). Näin ollen yrityksillä on kasvava paine julkaista ei-taloudellista informaatiota. Pizzi ja muut (2023, s. 817) määrittelevät ei-taloudellisen raportoinnin sääntelyn nousevaksi aiheeksi laskentatoimen tutkimuksessa. Benvenuto, Aufiero ja Viola (2023, s. 11) toteavat, että vastuullisuusraportoinnilla on keskeinen rooli yritysten pyrkimyksissä saada sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät ymmärtämään yrityksestä koskevia tietoja. He kuvaavat vastuullisuusraportointia raportoinnin ja viestinnän perusvälineeksi, joka takaa sidosryhmien tietotarpeisiin vastaamisen ja legitimitietin ylläpitämisen institutionaalisessa ympäristössä, jossa yritys toimii.

Myös Lindgrenin ja muiden (2021, s.1) mukaan yritysten tarve yhteiskuntavastuun raportointiin, julkistamisen tasoon, tiheyteen ja verifiointiin on kasvanut merkittävästi vuosikymmenten aikana. Heidän mukaansa yritykset hyödyntävät CSR:ää kuvaamaan sidosryhmälähtöisyyttä, legitimoivana pyrkimyksenä, viestittämään epäsymmetristä

informaatiota sekä institutionalisoimaan yrityksiä. Heidän määrittelyssään CSR:llä on useita ulottuvuuksia ja diskursseja, joihin vaikuttavat usein kiinteät määrittelyt, yhteiskunnalliset normit, kulttuuri sekä institutionaalinen ympäristö.

Lindgrenin ja muiden (2021, s. 13) tutkimuksessa pyrittiin selvittämään kenelle yritykset tuottavat vastuullisuusraportointiaan. Tulokset osoittavat, että pääasiallinen kohde-ryhmä on osakkeenomistajat. Heidän mielestään tulos on huolta herättävä, sillä alan tutkijat ovat jo pitkään huomauttaneet, että yritykset ovat usein keskittyneitä osakkeenomistajiin ja toimivat symbolisesti muiden sidosryhmien huolenaiheiden käsittelyssä. Yritysten toiminta saatetaan nähdä viherpesuna tai tekopyhytenä vastuullisuusraportoinnissa. Tutkijat huomattavat, että vaikka oletettaisiin, että yritykset vilpittömästi soveltavat arvonluontimallinsa yhteen sidosryhmien kanssa, voi yritysten olla äärimmäisen vaikeaa raportoida useille sidosryhmille olennaisia CSR-kysymyksiä yhdessä ainoassa raportissa päätöksenteon kannalta hyödyllisellä tavalla. Vastuullisuusraportointia kuitenkin pidetään yrityksille keinona lisätä toimintansa läpinäkyvyyttä ja tuottaa sidosryhmille informaatiota yrityksen toiminnan vaikutuksista sosiaalisiin ja ympäristön näkökulmiin.

Vastuullisuusraportoinnin laajuuden määrittelyä Pizzi ja muut (2023, s.819) kuvaavat monimutkaiseksi tehtäväksi, joka liittyy suoraan olennaisuuden käsitteeseen. Tämä johtuu heidän mukaansa siitä, että useat kansainvälisten standardisoijien ja tilitoimistojen ehdottamat määritelmät ovat rinnakkaisia. Liakhin (2021, s. 5) mukaan sidosryhmät pitävät kestävän kehityksen tuloksia uskottavina vain, jos ne ovat vertailukelpoisia eri vuosien ja yritysten välillä, ja jos tieto on todennettavissa laajasti hyväksytyjen kehysten, kuten GRI:n avulla. Liakh myös painottaa, että vastuullisuusraportoinnin tulisi olla tasapainoista siten, että siinä otetaan huomioon yritysten toimien negatiiviset sekä positiiviset vaikutukset. Hän määrittelee vastuullisuusraportoinnin myös tärkeäksi palautemekanismin yritysten kestävyysstrategialle. Tämä mahdollistaa kestävyysstrategioiden tulosten arvioinnin sekä tavoitteiden asettamisen tarvittaessa uudelleen.

Vaikka vastuullisuusraportointi on osa pakottavaa lainsäädäntöä Euroopassa, ei ole ole-massa yhtä standardoitua tapaa tuottaa raportointia. Niinpä kansainvälinen yhteisö on alkanut tuottaa vastuullisuusraportoinnin implementoimiseen erilaisia standardeja ja työkaluja. Näiden tarkoituksena on yhdenmukaistaa ja lisätä raportoinnin läpinäkyvyyttä. Yksi työkaluista on Global Reporting Initiative (GRI), yritysvastuuraportoinnin tueksi suunniteltu raportointialoite, jonka tarkoituksena oli luoda yritysvastuuraportoinnille vastaavat kehykset, toimintamalli ja standardit.

KPMG :n vastuullisuusraportointia koskevan maailmanlaajuisen kyselyn mukaan GRI on eniten käytetty vastuullisuusraportoinnin standardi. Muut KPMG:n kyselyssä esille nou-sevat raportointityökalut ovat SASB:n (Sustainability Accounting Standards Board) stan-dardi sekä eri maiden pörssien ohjeistukset (KPMG, 2022). Olennaisuus toimii raportoinnin lähtökohtana suurelle osalle yrityksistä. Olennaisuusprosessissa arvioidaan ESG-ai-heen vaikutusta tiettyyn kontekstiin. KPMG:n mukaan eri puolilla maailmaa merkittävä enemmistö raportoivista yrityksistä sekä kansallisista suurimmista 100 yrityksestä 71 prosenttia että globaalisti 250 suurimmista yrityksissä 77 prosenttia tekee olennaisuus-arviointeja.

Euroopan Unionin uusi vuoden 2024 raportointia säätelevä kestävyysraportointidirek-tiivi, CSRD tulee muuttamaan vastuullisuusraportointia jatkossa. Pizzin ja muiden (2023, s. 817) mukaan CSRD asettaa tiukemmat vaatimukset kestävän kehityksen raportointis-tandardeille ja -kehyksille. Tällä sääntelyllä pyritään välttämään riskejä, jotka liittyvät yri-tysten viestinnän ja toiminnan väliseen epäyhtenäisyyteen. Yrityksiä on tutkimuskirjalli-suudessa syytetty toisinaan viherpesusta (Pizzi ja muut, 2023, s. 817). Erityisesti aiem-mat tutkimukset ovat korostaneet, että vastuullisuusraportoinnin laatijat saattavat yliar-vioida organisaatioiden panosta kestävään kehitykseen tavoitelleessaan kilpailuetua suhteessa muihin.

Pizzin ja muiden (2023, s. 832) tutkimuksessa koskien yritysten pakollista vastuullisuus-raportointia tutkijat havaitsivat, että sidosryhmien ulkoiset paineet ovat keskeisessä

asemassa, kun regulaatiolla pyritään välttämään epäeettisten mekanismien, kuten viherpesun ja vaikutelmahallinnan, omaksumiseen liittyviä riskejä. Heidän mielestään sidosryhmien tulisi käyttää ei-taloudellisia tietoja päätöksentekoprosesseissaan. Tämä edelleen kannustaa yrityksiä tarkistamaan liiketoimintamallejaan. Näin sääntelyn ja markkinapohjaisten mekanismien yhdistämisellä voidaan edistää vastuullisuusraportoinnin kehityskulkua.

4.2 Yhteiskuntavastuun yhteys taloudelliseen suoriutuskykyyn

Yritysvastuuseen ja yritysten taloudelliseen suoriutuskykyyn tai markkina-arvoon liittyvää tutkimusta on tehty pitkään. Useat tutkimukset puoltavat yritysvastuun panostuksia siitä näkökulmasta, että sillä on yhteys parempaan kannattavuuteen tai markkina-arvoon (mm. Mervelskemper ja Streit, 2017). Yritysten panostukset vastuullisuusasioihin huomioidaan myös sijoittajien keskuudessa.

Yritykset julkistavat vapaaehtoisesti ei-taloudellisia tietoja erityisesti tulevaisuuden kasvunäkymiin liittyen. Borrero-Domínguezin ja muiden (2024, s. 14) mukaan digitaalinen muutos (DT, digital transformation) on yritysten tulevaisuuden kasvun kannalta ratkaiseva tekijä. Heidän mukaansa DT:n julkistaminen voi parantaa vapaaehtoisen raportoinnin hyötyjä suhteessa laajempiin yritysraportointitrendeihin.

Vaikka erityisesti digitalisaatioon liittyvästä vapaaehtoisesta raportoinnista on suhteellisen vähän tutkimusta, aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että digitalisaation asteeseen liittyvällä tiedolla on vaikutusta yrityksen arvostukseen. Tiedon julkistamista yrityksen digitalisaatiotasosta voidaan pitää tärkeänä signaalina, jonka yritykset lähettävät sijoittajille (Salvi ja muut, 2021, s. 442). Tämä signaali pystyy toisaalta vaikuttamaan sijoittajien käsitykseen yrityksen odotetuista kassavirroista, ja toisaalta se voi vähentää havaittua riskiä ja siten edistää oman pääoman alentamisen kustannuksia. Zhang ja muut (2025, s. 5) argumentoivat, että erityisesti yrityksissä, joissa on korkea digitaalinen

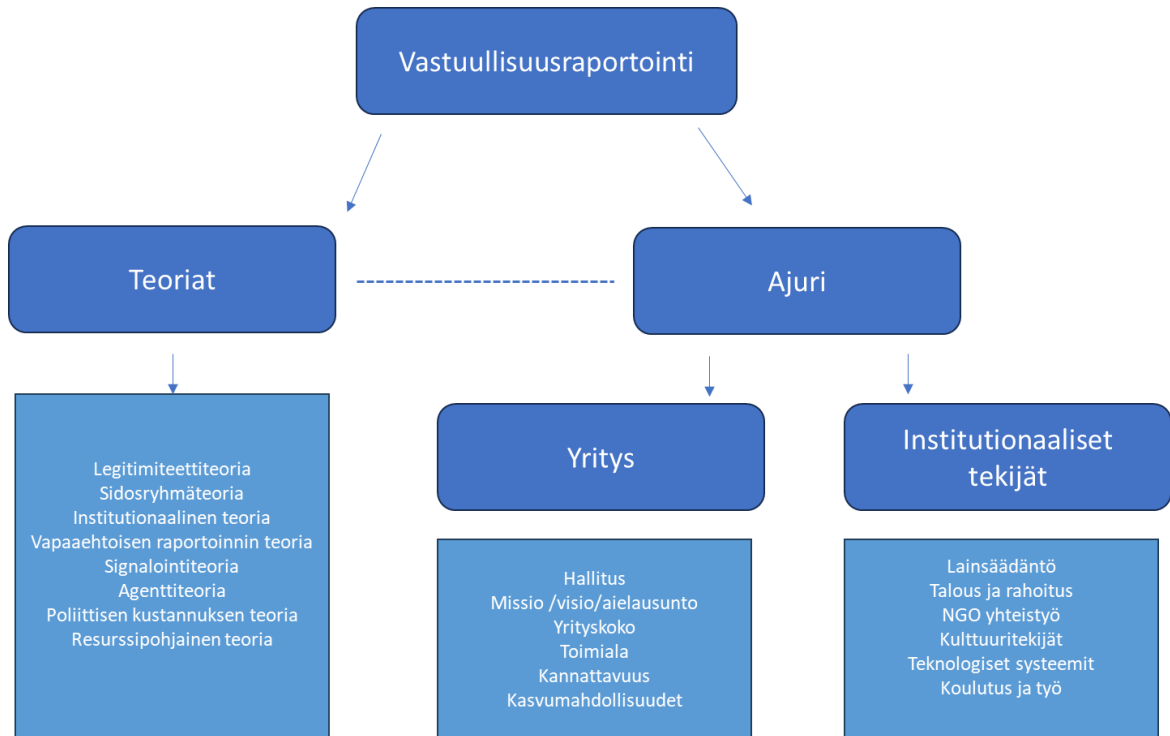
suorituskyky, yritysten vapaaehtoisesti julkistaminen liittyen digitaaliseen tietoon on todennäköisemmin totta ja vähentää sijoittajien irrationaalista käyttäytymistä.

Myös aineettomaan pääomaan liittyvällä tiedon julkaisulla on positiivinen yhteys yritysten taloudelliseen suorituskykyyn. Jordão ja de Almeida (2017) tutkivat henkisen pääoman (IC) yhteyttä yritysten taloudelliseen kestävyYTEEN. He löysivät tutkimuksessaan positiivisen yhteyden henkisen pääoman ja yritysten kannattavuuden ja yritysten tuoton väliltä. Labidin ja Gajewskin (2019) tutkimuksessa aineettomien hyödykkeiden julkistamisella on keskeinen rooli informaation epäsymmetrian vähentämisessä ja likviditeetin parantamisessa. Salvin ja muiden (2020) mukaan korkealaatuiset IC-tiedonjulkistukset integroidussa raportoinnissa paransivat yritysten markkina-arvoa.

4.3 Vastuullisuusraportoinnin motivaatiotekijät ja niitä tutkivat teoriat

Muran ja muiden (2019, s.2) mukaan erilaiset ajurit motivoivat organisaatioita antamaan vapaaehtoisesti ei-taloudellisia tietoja. He jakavat motivaatiotekijät ulkoiisiin ja sisäisiin ajureihin. Ulkoiset ajurit perustuvat legitimizeettiin ja institutionaalisiin paineisiin, kuten esimerkiksi saman toimialan muiden organisaatioiden tuottama vastuullisuusraportointi. Sisäiset ajurit voivat juontaa esimerkiksi organisaation omien vastuullisuuteen liittyvien tavoitteiden arvioinnista. Heidän mukaansa tämä jako peilautuu kahteen teorioiden pääryhmään, joita tutkijat käyttävät selittämään havaintojaan. Näitä ovat sosiopoliittiset teoriat, jotka keskittyvät etsimään oikeutusta ulkoisista tekijöistä sekä sisäisiä motivaatiotekijöitä tutkiviin organisaatio- ja johtamisteorioihin.

Kuviossa 2 kuvataan vastuullisuusraportoinnin motivaatiotekijöitä mukailen Benvenuton ja muiden (2023, s.1) jakoa yrityksen sisäisiin ja ulkoiisiin tekijöihin sekä vastuullisuusraportointia tutkiviin teorioihin. Motivaatiotekijöitä selittävät sekä yrityksen sisäiset ajurit että ulkoiset yrityksen toimintaympäristöä kuvaavat, institutionaaliset ajurit.



Kuvio 1. Vastuullisuusraportoinnin ajurit (mukaillen Benvenuto ja muut, 2023, s. 2).

Myös Pérez-López ja muut (2015, s.723, 730) jakavat vastuullisuusraportoinnin ulkoisiin ja sisäisiin tekijöihin. Heidän mukaansa yritysten panostus vastuullisuusraportointiin ulkoisten syiden vuoksi ei kuitenkaan takaa raportoinnin hyötyä sisäisessä käytössä. Tutkijoiden mukaan sekä ulkoisten että sisäisten sidosryhmien integrointi raportointiprosesseihin on tarpeen, mikäli yritys haluaa hyödyntää vastuullisuusraportointia vastuullisuuden mittaustyökalun sijaan enemmän sidosryhmälähtöisenä, strategisen johtamisen työkaluna.

Yritysten vapaaehtoisen raportoinnin (*Corporate Voluntary Disclosure, CVD*) motivaatiotekijöitä koskevassa tutkimuksessaan Zamil ja muut (2023) analysoivat 135 tutkimusartikkelin joukosta eniten käytetyt teoreettiset viitekehykset. Analyysin tutkimuksissa eniten oli hyödynnetty agenttiteoriaa, sidosryhmäteoriaa, legitimiteettiteoriaa sekä signaalointiteoriaa ja institutionaalista teoriaa (Zamil ja muut, 2023, s. 239). Tässä tutkielmassa perehdytään näistä kolmeen. Seuraavissa alaluvuissa esitetään sidosryhmäteorian, signaalointiteorian sekä legitimiteettiteorian pääpiirteet. Teorioiden avulla

tutkimuksen tuloksia voidaan peilata seuraavien kysymysten kautta: Miksi yritykset tuottavat vapaaehtoista raportointia? ja Miten sidosryhmät siihen reagoivat?

4.3.1 Sidosryhmäteoria

Sidosryhmäteoria kuvaa yrityksen suhdetta sitä ympäröiviin yksiköihin ja organisaatioihin. Freeman ja Reed (1983, s. 91) jakavat yrityksen sidosryhmät laajaan ja kapeaan sidosryhmään. Heidän näkemyksen mukaan laajaan sidosryhmään kuuluvat ne yksilöt tai ryhmät, joihin yrityksen toiminta tai tavoitteiden saavuttaminen vaikuttaa. Kapeaan sidosryhmään taas ne, joiden olemassaolo on yrityksen kannalta elintärkeää, kuten esimerkiksi työntekijät. Freemanin (1984, s. 46) määritelmässä yrityksen sidosryhmiä ovat yksilöt tai ryhmät, jotka voivat vaikuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttamiseen, tai joihin yrityksen tavoitteiden saavuttaminen vaikuttaa. Tämän ”sateenvarjon” alle kuuluvat osakkeenomistajien lisäksi kaikki sidosryhmät. Sidosryhmäteorian perusajatuksena on yrityksen tehtävä tuottaa arvoa sidosryhmille.

Donaldsonin ja Prestonin (1995, s. 70-71) mukaan sidosryhmäteoria on laajempi kuin pelkkä kuvaus yritystä ympäröivistä sidosryhmistä. He jakavat teorian käyttötavat kuvaavaan/empiiriseen, instrumentaaliseen ja normatiiviseen tapaan. Teoriaa käytetään kuvaamaan ja selittämään yritysten erityisiä ominaisuuksia ja käyttäytymistä liittyen yritysten johtamistapoihin. Teorian instrumentaalista lähestymistapaa käytetään empiirisen aineiston kanssa tunnistamaan sidosryhmien johtamisen ja perinteisten yritystavoitteiden saavuttamisen välisiä yhteyksiä tai yhteyksien puutetta. Normatiivisessa tavassa teoriaa käytetään tulkitsemaan yrityksen toimintaa ja sen johtamista tunnistamalla sitä koskevia moraalisia tai filosofisia ohjeita.

Lock ja Seele (2017, s. 236) jakavat sidosryhmät ensisijaisiin (primääri) ja toissijaisiin (sekundaarisiin). Ensisijaisia sidosryhmiä ovat ne, joilla on suora vaikutus yritykseen tai joihin se vaikuttaa suoraan, kuten johtajat tai toimittajat. Toissijaisilla sidosryhmillä on epäsuora vaikutus yritykseen. Toissijaisia sidosryhmiä ovat esimerkiksi media, hallitus tai

kansalaisjärjestöt. Locken ja Seelen (2017, s. 238) tutkimuksessa sidosryhmät nähdään big datan ja vastuullisuuden näkökulmasta ryhmien ja yksilöiden keskinäisinä yhteyksinä, jotka ovat vuorovaikutuksessa tiettyjen aiheiden tai tiettyjen ulottuvuuksien kanssa. Sidoryhmät kuitenkin omaksuvat myös erilaisia rooleja digitalisoituneessa maailmassa, toisinaan samanaikaisesti. Tutkijat esittävät digitaalisen aikakauden kestävän kehityksen sidoryhmien konseptin, joka sisältää suhteiden, ryhmäroolien ja käsitysten käsitteet. He nimeävät kestävyuden kymmenen tunnistettua sidoryhmää seuraavasti: hallitukset, hallitustenväliset järjestöt, yritykset, media, kansalaisjärjestöt, tiedemaailma, hyväntekeväisyysäätiöt, ruohonjuuritason järjestöt, yksityiset kansalaiset sekä tulevat sukupolvet. Heidän ehdottamassaan viitekehityksessä vastuullisuus on nostettu keskiöön perinteisin yrityskeskeisen näkemyksen sijaan.

An ja muut (2011, s. 574) jakavat sidoryhmäteorian kahteen haaraan siitä, miten yritys voi täyttää vastuullisuuden velvollisuuttaan eri sidoryhmille; 1) eettinen (moraalinen) haara ja 2) positiivinen (johtaja)haara. Sidoryhmäteorian keskeisenä käsitteenä on, että organisaatio on osa laajempaa sosiaalista järjestelmää, jossa se toimii. Näin ollen heidän mukaansa organisaation tulisi olla positiivisesti vastuussa eri sidoryhmistä, joilla on strateginen näkökulma yrityksen toiminnassa. Tietojen julkistamista pidetään tärkeänä keinona, jolla organisaatiot voivat täyttää vastuunsa sidoryhmille. Kyberturvallisuuteen liittyvä tiedon julkistaminen viestii yritysten hallitusten valmiudesta ennakoita kyberhyökkäyksiä ja suojella sidoryhmien etuja ja siten sidoryhmäteorian mukaan saattaa vähentää johdon ja sidoryhmien välisen informaation epäsymmetriaa (Smaili ja muut, 2023, s. 1051). Myös Nirino ja muut (2022, s.432) tunnistivat sidoryhmien osallisuuden kasvavan, kun yritykset lisäävät kestäväan kehitykseen liittyvää toimintaa erityisesti IC:n näkökulmasta.

Freudenreich ja muut (2020) tutkivat liiketoimintamallien arvonluontia sidoryhmäteorian näkökulmasta. Heidän tutkimuksensa määrittelee teoreettisen sidoryhmien arvonluontikehyksen, joka jäsentää yrityksen ja sen sidoryhmien väliset suhteet yrityksen liiketoimintamallin viiteen ulottuvuuteen. Näissä ulottuvuuksissa tunnistetaan keskeiset

arvonluontitoimet ja niihin liittyvä keskinäinen arvovaihto, mikä lisää eri sidosryhmien kanssa ja niiden hyväksi luodun arvon läpinäkyvyyttä. Sidosryhmäteorian mukaan arvoa voidaan luoda yhdessä keskinäisten suhteiden kautta. Freudenreichin ja muiden (2020) mukaan sidosryhmät eivät ole vain vastaanottajia, vaan ne myös edistävät aktiivisesti arvон luomista. Näissä suhteissa sidosryhmät ovat sekä vastaanottajia että yhteisiä arvontuottajia yhteisten arvontuontiprosessien aikana. Sidosryhmien arvontuontikehys on merkityksellinen vastuullisuuteen keskittyville liiketoimintamalleille. Se on linjassa yritysten kestävä kehityksen tavoitteiden, arvolutausten ja sidosryhmien odotusten kanssa.

Tämän tutkielman tutkimustuloksia tarkastellessa sidosryhmäteoriaa voidaan hyödyntää useasta eri näkökulmasta. Yhtäaikaaisesti yritys tuottaa kalliin signaalin tuottamalla vapaaehtoista raportointia ja toisaalta raportointia hyödynnetään arvontuontikanavana sidosryhmille. Tutkimuskysymyksillä pyritään vastaamaan millaisena yrityksen sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät näkevät raportointipanostuksen.

4.3.2 Signaalointiteoria

Signaalointiteoria kuvaa informaation epäsymmetrian vähentämistä osapuolien välillä. Teoria pohjautuu Spencen (1973) käsitteelliseen malliin, joka kuvaa työmarkkinoilla tapahtuvan informaation signaalointia. Spence esittää tutkimuksessaan, että työhakijat voivat erottautua rekrytointitilanteessa edukseen kalliiden signaalointikustannusten, kuten esimerkiksi korkean koulutustason avulla (Spence, 1973, s. 358). Vapaaehtoisen raportoinnin tuottaminen vastuullisuuteen liittyen on eräänlainen kallis kustannus, jota yritykset voivat käyttää signaloimaan toiminnastaan.

Connelly ja muut (2011, s. 44) jakavat signaalointiteorian tekijät signaaliprosessin aikajanaalla neljään vaiheeseen. Näistä ensimmäisessä vaiheessa on signaalin lähettäjä, joka voi olla henkilö tai yritys. Signaalin lähettäjällä on tiedossaan informaatiota, jota ulkopuolisilla ei ole. Prosessin toisessa vaiheessa on signaali. Signaalin sisältämä informaatio voi olla luonteeltaan positiivista tai negatiivista. Kuitenkin Connellyn ja muiden (2011, s. 45)

mukaan signalointiteoria keskittyy tarkoitukselliseen positiivisen signaalin välittämiseen. Heidän mukaansa negatiivisen signaalin lähettäminen ei ole yleensä tarkoituksellista tiedon epäsymmetrian vähentämistä, vaan usein tahatonta. Prosessin kolmannessa vaiheessa on signaalin vastaanottaja, joka tunnistaa signaalin 1) sen havaittavuuden kautta tai 2) signaalikustannuksen kautta. Prosessin viimeisessä vaiheessa signaalin vastaanottaja, joka saa signaalin kautta uutta informaatiota, toimii signaalin perusteella. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sijoittajan päätöstä lisäsijoituksista. Toiminta tuottaa palautteen signaalin lähettäjälle signaalin vastaanottajalta, informaation epäsymmetriassa molemmat osapuolet tarvitsevat signaalin voidakseen tulkita viestinnän onnistumista Connelly ja muut (2011, s. 55).

Hahn ja muut (2021) tutkivat vastuullisuusraportoinnin vaikutusta sijoittajien päätöksentekoon. Heidän tutkimuksensa määrittelee signalointiteorian ”arvokkaan” signaalin merkityksen ei-taloudellisen raportoinnin yhteydessä. Tämän määrittelyn pohjalla on ajatus, että perinteisen kalliin signaalin lisäksi lähettäjä välittää vastaanottajalle merkityksellistä tietoa myös itse viestillä, eikä pelkästään signaloimalla toteuttamisen kustannuksia. Tutkijat havaitsivat, että epäammattimaiset sijoittajat palkitsivat yrityksiä, jotka viestivät negatiivisista asioista, kuten ympäristövaikutusten kannalta ikäviä tapahtumia. Sijoittajat arvostivat myös itse yrityksen viestintää eikä ainoastaan siitä syntynyttä kustannusta. Hahn ja muut (2021, s. 946) korostavat sijoittajien hyötyä myös ei-taloudellisesta yrityssignaalista.

Epure (2022, s. 926) argumentoi, että korkea CSR:n taso signaloi sidosryhmille yrityksen prosessien kestävydestä myös kriisitilanteissa. Hänen mukaansa yrityksen signaali vapaaehtoisesta sitoutumisesta yritysvastuuseen on uskottavampi, kuin vastaava signaali tilanteessa, jossa kaikki yritykset painostetaan kohti yritysvastuuta. Myös Bonsónin ja muiden (2020, s.3-4) mukaan yritykset haluavat viestiä piilon jäävistä yrityksen ominaisuuksista tehokkuuteen tai digitalisaation hyödyntämiseen liittyen houkutelakseen potentiaalisia sijoittajia. Heidän mukaansa avoimuus ja tiedon esiin tuonti on yritysten tapaa pyrkiä lisäämään tuotteidensa ja prosessiensa luotettavuutta.

An ja muut (2011, s. 576) argumentoivat, että yritykset, joilla on korkealaatuista henkistä pääomaa hyötyvät sen vapaaehtoista julkistamisesta vuosikertomuksessa. Signalointi voi heidän mukaansa parantaa yrityskuvaa, houkutella mahdollisia sijoittajia, alentaa pääomakustannuksia, vähentää osakkeiden volatilitteettia, ja luoda ymmärrystä yrityksen tuotteista tai palveluista sekä parantaa suhteita eri sidosryhmiin.

Organisaatiot käyttävät signaaleja positiivisten ominaisuuksien viestimiseen pyrkiessään muuttamaan sidosryhmien käsityksiä ja uskomuksia. Fu ja muut (2022, s. 1842) argumentoivat, että kaikki signaalit eivät kuitenkaan ole yhtä informatiivisia. Heidän mukaansa jotkut signaalit voivat olla ovat rakenteeltaan tai vahingossa melua. Meluisat signaalit sekoittavat tyypillisesti vastaanottajan, heikentävät signaalin antajan uskottavuutta ja luovat vastaanottajan mieleen epävarmuutta signaalin laadukkuudesta ja todenperäisyydestä. Tämän epävarmuuden seurauksena vastaanottajat voivat kehittää huomattavasti toisistaan poikkeavia näkemyksiä signaalista. Koska meluisiin signaaleihin luottaminen johtaa todennäköisemmin päätösvirheisiin, vastaanottajat suosivat signaaleja, jotka he kokevat aidommiksi ja uskottavammiksi.

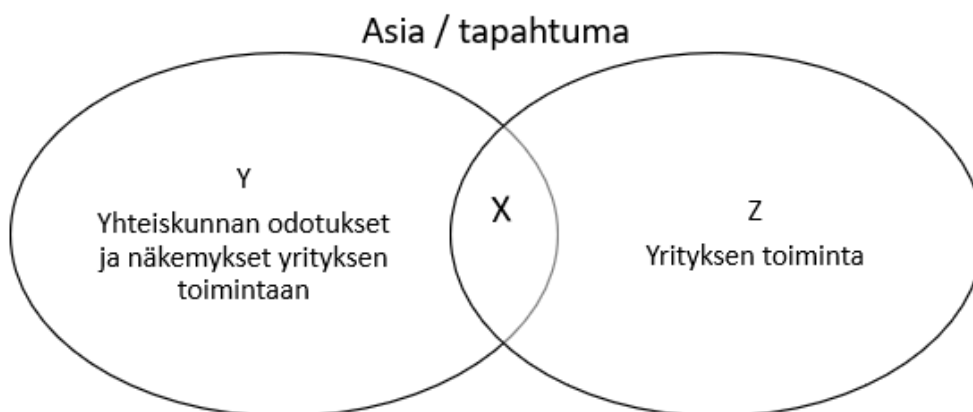
Fun ja muiden (2022, s. 1846) mukaan signaalin voimakkuus ja tehokkuus ei riipu pelkästään signaalista ja sen ominaisuuksista vaan myös yrityksen signaloitinympäristöstä. Signaloititeoria olettaa, että signaloitinympäristö vaikuttaa siihen, miten vastaanottajat havaitsevat, kalibroivat ja tulkitsevat signaaleja. Esimerkiksi pörssisijoittajat luottavat yleensä muiden sidosryhmien tietoihin ja toimiin arvioidessaan yrityksen signaalien uskottavuutta, yrityksen johdon laatua ja tulevan taloudellisen tuoton ennustettavuutta. Median raportoimilla ESG-kiistoilla voi olla tärkeä rooli sijoittajien arvioidessa yrityksen yhteiskuntavastuun suorituskykyä. Heidän tutkimuksensa (2022, s. 1863) osoittaa, että keskitason yhteiskuntavastuun suorituskyvyn (*corporate social performance, CSP*) laajuuden signalointi ESG-ulottuvuuksien välillä voi olla optimaalinen osakekurssien volatilitteetin minimoimiseksi.

Tässä tutkielmassa tutkimustuloksia analysoidaan signaalointiteoriaa hyödyntäen, miten tietotilinpäättöksen tuottamalla informaatiolla voidaan vaikuttaa informaation epäsymmetriaan sijoittajan näkökulmasta ja millaisia vastasignaaleja tietotilinpäättöksestä saadaan.

4.3.3 Legitimiteettiteoria

Vapaaehtoisen raportoinnin kontekstissa legitimiteettiteoriaa hyödynnetään usein siitä olettamuksesta, että yrityksillä on yhteiskunnallinen sopimus niitä ympäröivän yhteisön kanssa ja tämän vuoksi ne mahdollistavat pakollista raportointia korkeamman CVD-tason varmistukseen lain ja yhteisön periaatteiden noudattamisen (Zamil ja muut, 2023, s.239). Dowling ja Pfeffer (1975, s. 121) määrittelevät organisaation legitimiteetin toteutuvan, kun sen arvomaailma on sopusoinnussa sitä ympäröivän yhteiskunnallisen järjestelmän arvomaailman kanssa. Deeganin (2002) mukaan yrityksen olemassaolon legitimaatio voi olla uhattuna sopimuksen rikkoutumisen johdosta. Legitimiteettiteorian mukaisesti yritysjohton korjaavat toimenpiteet vaativat tietojen julkistamista tällaisessa tilanteessa, jotta sillä olisi vaikutusta ulkosiin osapuoliin (Deegan 2002, s. 296).

O'Donovanin kuviota mukaillen (2002, s 347) seuraavassa kuviossa esitetään yrityksen legitimiteetin ja sen puutteen, legitimaatiokuilun välistä suhdetta. Kuviossa 2 kuvataan legitimiteetin tavoitetilaa, jossa yrityksen toiminta on linjassa yhteiskunnan odotusten kanssa. Tämän ulkopuolella, kohdissa Y ja Z, on legitimiteettikuilu, johon yrityksen tulisi vastata.



Kuvio 2. Asia/tapahtumat suhteessa yrityksen legitimaatioon. Mukailten O'Donovan (2002, s. 347).

Hummelin ja Schlickin (2016, s. 459) mukaan heikosti suoriutuvat yritykset käyttävät vastuullisuusraportointia legitimointitaktiikkana vaikuttaakseen julkiseen mielipiteeseen. Heidän mukaansa yritykset, joilla on puutteita vastuullisuusindikaattoreilla mitattaessa, suosivat raportoinnissa matalalaatuista ja pinnallista, tai vaikeasti vertailtavissa olevaa tietoa. Toimiessaan näin, ne hämärtävät todellisen heikon tilansa kuitenkin samalla säilyttäen legitimitteettinsä. Toisaalta Chon ja muiden (2024, s. 28) mukaan vastuullisuusraportoinnin korkea taso heijastuu positiivisesti yrityksen maineeseen. Heidän tutkimuksensa osoitti vaikutuksen olevan vahvempi niiden yrityksen kohdalla, jotka julkistavat suuremman määrän huonoja uutisia ympäristöasioissa. Tutkijoiden mukaan negatiivisten asioiden julkistaminen lisää yrityksen vastuullisuusraportoinnin uskottavuutta, mikä edelleen vaikuttaa maineeseen positiivisesti.

Juma'hn ja Alnsourin (2021, s. 13) mukaan tietomurtoihin liittyvissä tapauksissa vastavaa yhteyttä ei kuitenkaan ole osoitettu, vaan sijoittajat suhtautuvat niihin yleensä negatiivisesti. Sijoittajat myös odottavat yrityksen kyberturvallisuuteen liittyvän raportoinnin lisääntyvän tietomurtojen jälkeen ja negatiivinen käsitys heikkenee pidemmällä aikavälillä. Tämä johtuu tutkijoiden mukaan siitä, että johto tiedottaa sidosryhmille hyväksytyistä uusista toimintatavoista tulevien tietoturvaloukkausten estämiseksi ja sidosryhmien tietojen suojaamiseksi.

Myös An ja muut (2011, s. 577-578) edellyttävät yrityksiltä tiedonjulkistamista legitimitteittikuilun vuoksi. Heidän mukaansa erityisesti niiden yritysten, joilla on korkea aineelloman pääoman taso, on tehtävä enemmän tiedonjulkistuksia. He perustelevat tätä sillä, että yritykset eivät muuten pysty legitimoimaan asemaansa sellaisten aineellisten hyödykkeiden perusteella, jotka perinteisesti tunnustetaan yritysten menestyksen symboleiksi. Benvenuto ja muut (2023, s.8) toteavat, että kasvumahdollisuudet kannustavat yrityksiä kestäviin käytäntöihin ja strategioihin, ja vastuullisuusraportointia käytetään legitimaation saavuttamiseksi.

Deegan (2019, s. 2324) peräänkuuluttaa perinteisen legitimaationäkemyksen sijaan aikaisempaa syvällisempää ymmärrystä johtajien motivaatioista vapaaehtoiseen raportointiin ja yritysten selvitysten vaikutuksista eri sidosryhmiin. Osaltaan tätä näkemystä hän perustelee sillä, että perinteisen vuosiraportoinnin lisäksi yrityksissä on aikaisempaa enemmän vastuullisuusraportointia, integroitua raportointia sekä uusia viestintäkanavia, kuten sosiaalinen media. Tässä tutkielmassa tämä näkökulma tulee esiin vapaaehtoisen raportoinnin kanavia koskevien tutkimuskysymysten kautta.

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa kuvataan tutkimuksen toteutuksessa käytetty menetelmä sekä tutkimusaineiston analyysi. Ensimmäinen alaluku käsittelee tutkimusmenetelmäksi valikoitunutta laadullista tapaustutkimusta. Toisessa alaluvussa esitellään tutkimuksen kohdeorganisaatio. Kolmas alaluku kuvaan aineiston hankintaa sekä aineiston alustavaa analyysiä. Neljäs alaluku kuvaa tutkimuksen rehabiliteettia ja validiteettia.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tämän tutkielman empiirisen toteutuksen tutkimusmenetelmäksi valikoitui laadullinen tapaustutkimus. Vilkan (2021, s. 124) mukaan kyseessä on tapaustutkimus, kun tutkimuksessa on tarkka rajaus ja teoreettinen kattavuus. Tapaustutkimuksen kohde laadullisessa tutkimuksessa voi Eskolan ja Suorannan (1998, s. 49) mukaan olla tyypillinen tai edustava, mutta toisaalta tutkimuskohde voi olla rajatapaus tai jollakin tapaa poikkeuksellinen. Tämän tutkimuksen osalta tutkimuskohde valikoitui uutuusarvon ja ainutkertaisuuden perusteella. Lähtökohtaisesti tutkimuskohde oli valittu etukäteen huomioiden case-yrityksen tuottama tietotilinpäätös osana vuosikertomuksensa sisältöä. Vaivion (2008, s. 78) mukaan tapaustutkimusta ei ole tarkoitus käyttää tilastollisen yhteyden osoittamiseen, mutta niillä voi olla teorioita tukeva tai muuttava rooli.

Laadullista tutkimusta kuvatessaan Vilka (2021, s. 94) puhuu merkityskokonaisuuksista. Hänen mukaansa laadullisessa tutkimuksessa tulisi aina kysyä miksi, ei pelkästään mitä. Tässä tutkimuksessa on osaltaan tarkoitus hakea vastauksia nimenomaan, miksi- tai miten-kysymyksiin. Laadullisen, tai kvalitatiivisen tutkimuksen osalta yksi kuvaava tekijä on hypoteesittomuus. Eskolan ja Suorannan (1998, s. 16) mukaan tämä tarkoittaa sitä, että tutkija ei aseteta ennakkoon olettamuksia tutkimuksen tuloksista. Heidän mukaansa laadullisen tutkimuksen aineisto mahdollistaa tutkijalle uusien näkökulmien löytämisen. Tämän tutkielman johdantoluvussa esitelty tutkimuskysymysten asettelu tukee tutkimuksen kvalitatiivista toteuttamista. Lähtökohtaisesti tutkimukseen ei ole asetettu erillisiä

hypoteeseja, vaan aihetta lähestytään haastatteluaineiston ja teoria-aineiston yhdistämisen näkökulmasta.

Tutkimuksen avulla pyritään vastaamaan seuraaviin johdantoluvussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin:

1. Lukevatko ulkoiset sidosryhmät tietotilinpäätöstä?
2. Tuoko tietotilinpäätös lisäarvoa sijoittajille?
3. Jos tuo lisäarvoa, niin millaista lisäarvoa?
4. Miten sijoittajat näkevät arvonluontiprosessin panostusten legitimaation?
5. Millaisena case-yritys sekä sijoittajat näkevät tietotilinpäätöksen tulevaisuuden osana vastuullisuusraportointia?
6. Mikä on kohdeyrityksen motivaatio ja tavoite tietotilinpäätöksen tuottamiselle?

5.2 Kohdeorganisaation esittely

Tämän tutkimuksen haastattelukysymykset sekä sisältöanalyysi käsittelee Kesko Oyj:n vuosiraportointiin integroitua tietotilinpäätöstä. Kesko on tuottanut tietotilinpäätöstä vuosien 2022 ja 2023 vuosiraportoinnissaan. Näitä raportteja käsitellään myös tutkimusaineistoina tässä tutkimuksessa. Kesko on ensimmäinen suomalainen pörssiyhtiö, joka on hyödyntänyt raportoinnissaan tietotilinpäätöksen tyyppistä konseptia. Muita tietotilinpäätöskonseptin hyödyntäjiä Suomessa on esimerkiksi OP Ryhmä. Siitä, miten sijoittajat suhtautuvat tähän tapaan tuottaa informaatiota sidosryhmille, ei ole vielä tutkimusta. Niinpä Kesko valikoitui tutkimuksen kohteeksi, kun tutkitaan sidosryhmien näkemystä tietotilinpäätöksellä viestimisestä.

Kesko on Suomen suurin ja Pohjois-Euroopan suurimpia kaupan alan toimijoita. Keskon markkina-arvo oli vuoden 2023 lopussa 7,1 miljardia euroa ja sillä on yli 105 000 osakkeenomistajaa. Keskon osakkeet on listattu Nasdaq Helsingissä. Kesko ja K-kauppiat muodostavat yhdessä K-ryhmän, joka on Suomen suurin ja Pohjois-Euroopan suurimpia kaupan alan toimijoita. K-ryhmän vähittäismyynti oli noin 16 miljardia euroa

vuonna 2023. Koko K-ryhmä työllistää noin 45 000 henkeä. Kesko painottaa strategiassaan vastuullisuutta. Sen vastuullisuusstrategian painopistealueita ovat ilmasto ja luonto, arvoketju, ihmiset sekä hyvä hallinto. Kesko on valittu myös useisiin kestäväan kehityksen indekseihin, kuten Dow Jonesin DJSI World ja DJSI Europe, CDP, MSCI ESG Ratings ja Sustainalytics.

5.3 Aineiston hankinta ja rajaus

Tämän tutkimuksen aineisto on hankittu haastattelemalla. Vilkka (2021, s. 99) jaottelee laadullisen tutkimuksen haastattelut kolmeen; lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Lomakehaastattelusta puhutaan myös strukturoituna haastatteluna. Hänen mukaansa sitä käytetään, kun halutaan, että kysymyksiin vastataan tietyssä järjestyksessä. Avoin haastattelu on kyseessä, kun haastattelua ei ole rakennettu kysymysten tai teeman ympärille. Teemahaastattelun, josta käytetään myös nimitystä puolistrukturoitu haastattelu, tarkoituksena on käsitellä aiheen kannalta keskeiset aiheet tai teemat, mutta niiden käsittelyjärjestys ei ole olennainen (Vilkka, 2021, s. 99). Hänen määrittelyssä teemahaastattelu ja puolistrukturoitu haastattelu tarkoittavat samaa.

Eskola ja Suoranta (1998, s. 63) pitävät näitä kuitenkin hieman erilaisina siten, että puolistrukturoitu haastattelu poikkeaa lomakehaastattelusta siinä, että kaikille haastateltaville esitetään samat kysymykset, joihin haastateltavat vastaa omin sanoin ilman valmiita vastausvaihtoehtoja. Tuomi ja Sarajärvi (2018) pitävät teemahaastattelun etuna sitä, että haastatteliija voi tarvittaessa tarkentaa kysymyksiä. Hirsijärven ja Hurmeen (2022) mukaan puolistrukturoitua haastattelua kuvaa se, että osa haastatteluun liittyvistä seikoista on etukäteen päätetty, mutta ei kaikkea.

Tämän tutkimuksen osalta olennaista on käydä haastateltavien kanssa tutkimusongelman ympärille koottujen teemojen kautta. Asioiden käsittelyjärjestys ei ole olennainen, mutta haastattelujen läpiviemiseksi on laadittu haastattelurunko, jonka mukaisesti kaikille haastateltaville esitetään samat kysymykset. Tutkimuksen haastattelut on siten

toteutettu lähinnä puolistrukturoitua teemahaastattelua kuvaavalla tavalla. Haastattelurunko on esitetty tutkielman liitetietona.

Eskola ja Suoranta (1998, s. 67) pitävät haastattelun kannalta tärkeänä, että se on haastateltavalle vapaaehtoista. Toinen tärkeä näkökulma on luottamuksellisuus, he pitävät haastattelussa saavutettua luottamusta tulosten kannalta suoraan riippuvaisena. Tämän tutkimuksen osalta luottamus pyrittiin varmistamaan siten, että yksittäiset vastaajat eivät ole tunnistettavissa haastatteluaineiston analyysistä. Haastateltaville kerrottiin haastattelukutsussa myös, että tutkimustuloksista ei ole tunnistettavissa yksittäiset vastaajat. Haastateltavien määrän vuoksi ei myöskään ole eritelty tehtävänimikkeitä tai muuta tunnistetietoja. Kuitenkin haastatteluun on osallistunut kohdeyrityksen tietotilipäätös raportoinnin laatimiseen osallistuneita tahoja, jotka voivat olla pääteltävissä aineiston analyysistä.

Haastateltavien osalta tutkimuksessa hyödynnettiin kohdeyrityksen, eli Keskon verkkosivuilla julkaistua Suurimmat omistajat -sivua. Listalta poimittiin 15 osakkeenomistajatahoa ja mahdolliset haastateltavat etsittiin näiden valittujen omistajien omien verkkosivujen yhteystiedoista. Lisäksi haastattelukutsuja lähetettiin Keskoa seuraaville analytiikoille. Tässä vaiheessa tutkija yritti arvioida yritysten yhteystiedoista, että haastattelukutsun vastaanottaja olisi mahdollisesti tutkimuskohteen tunteva asiantuntija. Sähköposti lähettäminen osoittautui kuitenkin tehottomaksi tavaksi tavoittaa haastateltavia. Yritystahoille lähetettyihin sähköpostikutsuihin vastasi myöntävästi vain kaksi vastaajaa. Niinpä osin haastateltavia haettiin myös kohdennetuilla kutsuilla. Vastaajien vähäisen määrän vuoksi tutkimuksen validiteettia tulee arvioida tarkoin.

Omistajasidosryhmien lisäksi haastateltiin Keskon raportin laadintaan osallistuvia henkilöitä. Näitä haastatteluja tehtiin kolmen henkilön kanssa. Haastatteluaineisto koostuu siten viidestä haastattelusta, jotka toteutettiin huhtikuun ja heinäkuun 2024 välisenä aikana Teams-etäyhteydellä. Haastatteluihin varattiin 30 minuuttia ja tässä ajassa ehdittiin käydä läpi haastattelurungon mukaiset kysymykset. Osa haastatteluista oli kestoltaan

noin 20 minuuttia. Kaikille haastateltaville esitettiin saman haastattelurungon mukaisesti samat kysymykset. Kysymysten järjestys vaihteli hieman riippuen vastaajan vastauksista ja keskustelun luontevasta kulusta riippuen. Lisäksi haastattelun keston vaikutti olennaisesti myös haastateltavan aikaisempi ymmärrys tutkimuskohteena olevasta tietotilinpäätöksestä.

Eskolan ja Alasuutarin (1998, s. 46-47) mukaan kvalitatiivisen tutkimusaineiston poiminta voi olla harkinnanvarainen näyte tai tarkoituksenmukainen poiminta. Heidän mukaansa laadullisen tutkimuksen aineisto voi olla tapausmäärältään pieni tai suuri, kun tarkoituksena on antaa teoreettinen tulkinta valitusta tutkimuskohteesta. Laadullisen tutkimuksen aineistolla ei ole tarkoitus osoittaa tilastollista yleistystä. Aineistoa pidetään riittävänä, kun saavutetaan kylläisyys eli saturaatio. Vilkan (2021, s. 121) mukaan kylläytyminen saavutetaan, kun lisäaineisto ei tuo tutkimusongelmaan mitään uutta. Kylläytymispisteen tutkija määrittää jo tutkimussuunnitelmaa laatiessaan, tällöin tulee arvioitavaksi, miten aineiston tulee vastata tutkimusongelmaan. Tämän tutkimuksen osalta tutkijan oma arvio on, että koska kyseessä on enemmänkin harkinnanvarainen näyte, voidaan aineistoa pitää riittävänä.

Tässä tutkielmassa haastatteluaineistoilla tutkimuskysymyksiin pyritään vastaamaan kahdesta näkökulmasta, sekä kohdeyrityksen sidosryhmänäkökulmasta, että tietotilinpäätöksen laatijan näkökulmasta. Haastatteluaineisto on tutkimuksen primääriaineisto. Näiden lisäksi tutkimusaineistona hyödynnetään sekundääriaineistona Keskon tietotilinpäätösaineistoja vuosilta 2022 sekä 2023. Aineistotriangulaatiosta on Eskolan ja Suoranan (1998, s. 52) kyse, kun tutkimuksessa yhdistellään useita erilaisia aineistolähteitä. Sekundääriaineiston osalta voidaan todeta, että kyseessä on kohdeyrityksen julkaisemat julkiset dokumentaatiot, joihin haastatteluaineistossa viitataan usein.

5.4 Aineiston analyysi

Tämän tutkimuksen haastatteluaineistot on haastatteluvaiheessa tallennettu digitaaliseen muotoon. Hirsijärvi ja Hurme (2022) toteavat, että aineiston ollessa pieni voi analyysin tuottaa suoraan myös suoraan tallennetusta materiaalista. Tämän tutkimuksen osalta on kuitenkin päädytty analyysivaihetta varten aineiston muuntamiseen tekstimuotoiseksi litteroimalla. Litteroinnin tarkkuutta määriteltäessä huomioidaan tutkimusongelma ja metodinen lähestymistapa, silloin kun tutkijan kiinnostus kohdistuu asiasältöön, riittää litteroinnissa vähemmän yksityiskohtainen tarkkuus (Ruusuvuori, s. 356). Asiasältöön keskittyminen näkyy tämän tutkimuksen haastatteluaineistojen litteroinnissa lähinnä siten, että litteroinnissa ei ole huomioitu kaikkia täytesanoja tai taukoja. Tutkimuksen tulokset keskittyvät enemmän haastateltavien kertomaan asiaan, kuin siihen millä tyylillä he asian ilmaisevat.

Kvalitatiivisen tutkimuksen analyysissä aineistoa tarkastellaan usein kokonaisuutena (Alasuutari, 2011). Eskolan ja Suorannan (1998, s. 100) mukaan analyysin tarkoituksena on tuoda selkeyttä aineistoon ja tätä kautta tuottaa uutta tietoa. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään nykyisin etsimään aineiston eroavaisuuksia ja monipuolisuutta eikä keskitytä pelkästään samankaltaisuuksiin. Näin analyysi on aineistolähtöisempää. Tämän tutkimuksen analyysissä pyritään tunnistamaan sekä samankaltaisuuksia että mahdollisia eroavaisuuksia suhteessa aikaisempaan tutkimukseen.

Haastatteluaineiston analyysin voi toteuttaa usealla erilaisella tekniikalla. Tämän tutkimuksen osalta analyysitekniikkana on käytetty teemoittelua. Tuomi ja Sarajärvi (2018) kuvaavat teemoittelua yhtenä sisällönanalyysin vaiheena, jonka avulla aineistoa ryhmitellään ja pilkotaan osiin. Eskolan ja Suorannan (1998, s. 125-126) mukaan teemoittelu mahdollistaa erilaisten keskeisten aiheiden esiin nostamisen. Teemoittelun vuorovaikutuksen onnistumisen kannalta he pitävät tärkeänä, että teoria yhdistyy empiriaan vuorovaikutteisesti. Tämän tutkimuksen tulosten analyysissä pyritään hyödyntämään sekä primääriaineiston että sekundääriaineiston vuorovaikutusta keskenään, mutta myös näiden

aineistojen vuoropuhelua teoriaan. Sekundääriaineiston osalta hyödynnetään myös sisällönanalyysejä.

5.5 Tutkimuksen luotettavuus

Eskolan ja Suorannan (1998, s. 152) mukaan laadullista tutkimusta on arvosteltu tutkimustuloksiin liittyvien arviointikriteereiden epäluotettavuudesta. Niinpä on perusteltua käydä läpi se, miten ja millä perusteilla laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida. Tutkimuksen luotettavuutta kuvaavat Tuomen ja Sarajärven (2018) mukaan reabiliteetti, eli tutkimustulosten toistettavuus sekä validiteetti. Validiteetti osoittaa, että tutkimus on vastannut sille asetettuihin kysymyksiin.

Eskolan ja Suorannan (1998, s. 152) mukaan laadullisessa tutkimuksessa luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia, jolloin arvioitavaksi tulee myös tutkija itse. Myös Vilkka (2021, s. 155-157) pitää laadullisen tutkimuksen luotettavuudessa olennaisena tutkijan rehellisyyttä, koska arvioinnin kohteena ovat tutkijan tutkimuksessaan tekemät valinnat, ratkaisut ja teot. Tutkijan pitää perustella sekä kuvata, mistä joukosta valinnat on tehty, mitä ratkaisut ovat, mihin tehdyt valinnat perustuvat ja lisäksi tutkijan tulee kyetä arvioimaan tekemiensä ratkaisujen tarkoituksenmukaisuutta. Tämän tutkimuksen osalta on tutkimusprosessi ja valinnat on pyritty perustelemaan sekä kuvamaan tutkimuksen luotettavuuden kuvaamiseksi.

Vilkka (2021, s. 155-157) toteaa, että tutkimuksen teoreettisen toistettavuuden periaatteen vuoksi lukijan tulisi päätyä tutkijan kanssa samaan näkemykseen tutkimuksen tuloksista. Tämän vuoksi tutkimusta tulisi havainnollistaa aineistokatkelmilla. Aineistokatkelmien tarkoituksena on tuoda esiin tutkimuksen vuoropuhelua sekä päättelyä. Myös tämän tutkimuksen tulosten analyysissä hyödynnetään aineistokatkelmia luotettavuuden lisäämiseksi sekä tutkijan ajatuskulun selventämiseksi. Katkelmien lisäksi aineistoa kuvataan sanallisesti.

Hirsijärven ja Hurmeen (2022) määrittelyssä tutkimuksen reliabiliteetti, eli luotettavuus syntyy joko siitä että samaa henkilöä eri kerroilla tutkittaessa tullaan samaan lopputulokseen. Toisaalta he toteavat, että tutkimuskohde voi myös muuttua, joten reliabiliteetti voi tarkoittaa myös sitä, että eri tutkijat tulevat samaan lopputulokseen samasta tutkimuskohteesta. Kolmantena keinona reabiliteetin toteamiseksi he esittävät kahden eri tutkimusmenetelmän päätymistä samaan tulokseen.

Hyvärinen ja muut (2010, s. 20) korostavat laadullisen tutkimuksen analyysin systemaattisuutta sekä tulkinnan luotettavuuden arvioinnin kriteerejä. Luotettavuuden näytöt tulevat siitä, että tutkija avaa aineiston koostumisen ja ne kohdat, joihin havainnot perustuvat. Systemaattisuus syntyy, kun tutkimuksen vaiheet ja tutkijan tekemät valinnat on selitetty lukijalle rajauksineen. Tässä tutkimuksessa pyritään osoittamaan systemaattisuus kuvaamalla aineiston keruuseen liittyvät vaiheet. Hirsijärvi ja Hurme (2022) kiinnittävät huomiota myös tutkimusaineiston laatuun, mikäli aineisto on puutteellinen tai huonolaatuinen, ei myöskään tutkimusta voi pitää luotettavana. Tämän tutkimuksen tulosten analyysissä pyritään huomiomaan myös tutkimusaineistoon liittyvät mahdolliset puutteet.

Vilkan (2021, s. 153) mukaan laadullista tutkimusta arvioidessa tutkimusta voidaan pitää luotettavana, kun tutkimuskohteen ja tutkimusmateriaalin valinta ovat yhteensopivia, eikä teorianmuodostukseen ole vaikuttanut epäolennaiset tekijät. Tässä tutkimuksessa teorianmuodostuksessa on hyödynnetty teoriatriangulaatiota. Koska tutkimusaihe on uusi, siihen suoraan liittyvää tutkimusta ei ole. Niinpä tutkimusaiheen teoriassa on hyödynnetty kolmea näkökulmaa aihetta lähestyessä.

Teoreettisen osuuden toisessa kappaleessa on käsitelty aineettoman pääoman raportointiin liittyvää problematiikka, jolla tutkimuskohde osaltaan perustelee vapaaehtoista raportointia. Toiseksi teorianäkökulmaksi valikoitui digitaalisuuden strateginen kilpailuetu, jonka panostuksia tutkimuskohteena oleva yritys raportoinnillaan perustelee. Kolmas teorianäkökulma keskittyy valitun raportointikanavan, vastuullisuusraportoinnin

täydentämisen tutkimukseen sekä sitä tutkiviin teorioihin. Teoriatrangulaatio kokoaa aiheen ympärille kiinnittyvät käsitteet yhteen sekä tuottaa aiheen ympärille rakentunutta aikaisempia tutkimustuloksia, joita hyödyntäen tulkitaan tutkimuksen aineistoa. Koska tutkimuksen aiheesta, eli tietotilinpäätöksestä sellaisenaan, ei suoraan löydy suurta määrää artikkeleita, on viitekehystä peilattu aiheen ympärille muodostuviin teemoihin.

Hirsijärvi ja Hurme (2022) ovat listanneet kvalitatiivisen tutkimuksen validiteetin osoittavia seikkoja. Tutkimustavasta riippuen näitä voivat olla muun muassa triangulaatio, lähteiden luotettavuuden osoittaminen tai esimerkiksi lähteisiin viittamaalla tuloksia raportoitaessa. Tämän tutkimuksen osalta on pyritty varmistumaan osaltaan kaikista näistä seikoista siltä osin, kun ne soveltuvat valittuun tutkimusmenetelmään ja tulosten analysointiin. Myös Tuomi ja Sarajärvi (2018) mainitsevat triangulaation validiteetin osoittamiskeinona. He kuitenkin painottavat tutkimuksen kokonaisuutta ja sisäistä johdonmukaisuutta luotettavuuden arvioinnissa.

6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen aineistosta johdetut keskeiset tutkimustulokset. Laadullisen tapaustutkimuksen primääriaineisto on hankittu teemahaastatteluilla. Tästä johtuen tulokset esitetään haastattelussa käytetyin teemoin. Alaluvut ovat haastattelu-teemojen mukaiset ja haastattelukysymyksiin saatuja vastauksia analysoidaan tutkielman teoreettisessa osuudessa esitettyyn viitekehitykseen peilaten.

6.1 Tietotilinpäätöksen julkaisun motivaatiotekijät

Kesko on sijoittanut vuosien 2022 ja 2023 tietotilinpäätöksensä osaksi integroitua vuosikertomustaan ja vastuullisuusraporttiaan. Tietotilinpäätös on luonteeltaan vapaaehtoinen intergroitu raportti, jolla Kesko viestii datastrategiansa toimeenpanosta. Sekä vastuullisuusraportointia että vapaaehtoista raportointia tutkittaessa tutkijat jakavat yrityksen motivaatiotekijät ulkosiin ja sisäisiin tekijöihin (Benvenuto ja muut, 2023; Mura ja muut, 2019; Pérez-López ja muut, 2015).

Aikaisemmat tutkimukset osoittavat, että yritysten pääasiallinen kohderyhmä vastuullisuusraportoinnissa on osakkeenomistajat (Lindgren ja muut, 2021). Myös tämän tutkimushaastatteluiden vastauksissa ensisijaiseksi motivaatiotekijäksi tietotilinpäätöksen julkistamiseen nousi sijoittajainformaation lisääminen. Legitimiteettiteorian mukaisesti yrityksiltä odotetaan tiedon julkistamista legitimiteettikuilun kattamiseksi (O'Donovan, 2002; An ja muut, 2011). Tietotilinpäätös on yksi keino tuottaa datan hyödyntämiseen liittyvää vapaaehtoista sijoittajainformaatiota, jolla digitalisaatioon tehtyjä panostuksia legitimoidaan. Kesko perustelee tietotilinpäätöksen 2023 teksteissä tietotilinpäätösraportin tuottamista EFRAG:in suosituksella sijoittajainformaation tuottamisesta liittyen aineettomaan pääomaan (Kesko 2023, s. 283), eli informaatio epäsyyntymän kaventamisella.

Tietotilinpäätöksellä on kuitenkin myös laajempi rooli Keskon viestinnässä. Tämä havainto on yhdenmukainen vastuullisuusraportoinnin roolista yritysviestinnässä Benvenuton ja muiden (2023) määrittelyn kanssa. Haastatteluaineistosta käy ilmi, että pelkästään raportin laatiminen tuottaa yritykselle sisäisesti lisäarvoa, kun dataan ja digitaaliseen vastuullisuuteen liittyvät seikat on kerätty systemaattisesti raportille.

Se on tosi paljon sitä kokonaisuutta ja sitä, että jos me itse sanotaan monessa asiassa me ollaan huomattu, että me ollaan edelläkävijä monessa tietoon ja dataan johtamisella ja sitten, miten paljon sitä käytetään talon sisällä niin kun ihan prosesseissa ja miten se on meillä aivan arkipäivää verrattuna tosi moneen, miten rohkeasti me aloitettu uusia teknologioita käyttöön ja käytetään sitä ja tehostetaan sitä toimintaa. Niin ikään kuin se on se iso kokonaisuus mikä on siinä tietotilinpäätöksessä tosi arvokas meille, että meillä on yhdessä paikassa se ja sitten siitä tosiaan käytetään useampaan eri tarkoitukseen --- ja mun täytyy sanoa, että sellainen niin kun linkki vastuullisuuteen.

Tutkimuksen haastatteluaineistossa, sijoittajanäkökulmasta tarkasteltuna tietotilinpäätös osoittautui osittain vieraaksi käsitteeksi. Keskusteluissa yhtenä selittävänä tekijänä tälle pidettiin Keskon vuosikertomuksen laajuutta. Laaja, integroitu vuosikertomus on yksi selittävä tekijä sille, miksi tietotilinpäätöstä ei tunnisteta tai lueta kokonaisuudessaan läpi. Haasteltavat olivat tosin katsoneet dokumenttia viimeistään haastattelukutsun hyväksyessään. Ulkoisia sidosryhmiä edustaneet haastateltavat eivät kuitenkaan olleet tutustuneet tietotilinpäätökseen syvällisesti:

Keskon vuosikertomus on sen varmaan 300 sivua... Mut joo oli ensimmäinen kerta, kun kuulin tietotilinpäätöksestä.

On tuttu, olen silmäillyt sitä --- koska siis ehkä analyttikolle mikään tietotilinpäätös tuo hirveästi sitä, että mitä mä en olisi tiennyt jo muista yhteyksistä. Ja sitten tähän on hirveän niinku deskriptiivinen.

Haastateltavista kolme oli osallistunut tietotilinpäätöksen laadintaan jossakin roolissa. Heidän osaltaan keskustelu painottui suurelta osin tietotilinpäätöksen motivaatiotekijöihin. Ulkoisen sidosryhmäviestinnän ohella toinen haastatteluissa esiin noussut motivaatiotekijä oli tietotilinpäätös sisäisen johtamisen välineenä. Tämä korostui erityisesti tietotilinpäätöksen laadintaan osallistuneiden vastauksissa, mutta myös ulkoiset

sidosryhmät tunnistivat tietotilinpäättöksen roolin yrityksen sisäisenä työkaluna. Erityisesti korostui datan hyödyntämiseen liittyvä näkökulma:

Keskolla on hyvin voimakkaita kehitystavoitteita siinä datan käytössä. Eli he on sanonut julkisesti, että tavoitteena on ihan niin kun nostaa datan käyttöastetta viiteenkymmeneen prosenttiin. Eli se, että ei vaan varastoida dataa, vaan kaikki puolet siitä datasta mitä he vaikka kerää sitten kuluttajista, ja tuotteista, toimitusketjusta, kiinteistöistä niin on jollain tavalla kytketty johonkin arvoa luovaan prosessiin käytännössä.

Mä luulen, että se oli, voisin ajatella, että liittyy siihen, että he näkee että se on yksi heidän kilpailuetu. Ja sitten kun se on kilpailuetu, ja jos ajattelet vähän samalla tavalla kun tätä ESG:tä, että jos se on sellainen, että pitäisi pystyä jotenkin mittaamaan ja raportoimaan ja sen takia tää on tuotu tähän tilinpäätökseen.

Toisaalta tietotilinpäättöksellä on viestinnällistä arvoa laajasti Keskon kauppia- ja toimittajaverkostojen sidosryhmille, jotka osaltaan hyödyntävät ja tuottavat dataa arvoketjussa.

(...) tämmöisellä läpinäkyvällä julkaisulla on vaikutusta aika moneen meidän sidosryhmiään, olkoon se sitten meitä keskolaisia työntekijöitä. Olkoon se meidän eri toimialojen edustajia, olkoon se meidän K-kauppiaita, joita me tuetaan myöskin datalla ja tiedolla johtamisella erilaisilla työkaluilla. Olkoon se meidän asiakkaita, joilla me yritetään tietenkin olla myöskin läpinäkyviä sen osalta, että mitä tietoa kerätään, miten me sitä varastoidaan, miten me sitä hyödynnetään, miten me hoidetaan se asiakkaiden yksityisyyden suoja ja vastuullisuus ja sitten meillä on vielä lisäksi tietysti paljon kumppaneita, muun muassa tavaran toimittajia ja muita kumppaneita, jotka myöskin osaltaan hyödyntää meidän dataa

Kolmas keskusteluissa esiin tullut motivaatiotekijä selittyy Keskon vastuullisuusstrategialla. Vaikka haastatteluissa tuli ilmi integroidun vuosiraportoinnin laajuus, pitävät haastatteluun osallistuneet tietotilinpäättöksen sijoittamista vuosikertomuksen ja vastuullisuusraportin yhteyteen perusteltuna. Keskon asema vastuullisuusasioiden edellekävijänä on hyvin tiedossa myös sidosryhmillä. Haastatteluissa Keskon motivaatiota tietotilinpäättöksen laatimiseen pidettiin pitkälle nykyisen vastuullisuustyön jatkumona. Haastattelutulokset tukevat Chon ja muiden (2024) havaintoa siitä, että korkea vastuullisuustaso heijastuu positiivisesti yrityskuvaan. Haastateltavat tunnistivat erityisesti Keskon roolin vastuullisuusasioiden edellekävijänä ja sitä kautta pitävät ylipäänsä tietotilinpäättöksen laatimista legitimoituna.

(...)Keskon hyvin strateginen kunnianhimo vastuullisuudessa. Nehän on ollut vuosikymmeniä vastuullisuuden tämmöinen reitattu edelläkävijä yritys.

(...) nehän on ollut ollut mun mielestä eturintamassa aina tuollaisessa vastuullisuusraportoinnissa kanssa ja tehnyt jo 10-15 vuotta sitten todella tymäköitä vastuullisuusraportteja

Haastateltavilta kysyttiin myös, ajattelevatko he, että muiden vastaavien toimijoiden tai yhtiöiden olisi hyvä tuottaa vastaavan sisältöistä raportointia. Varsinaista tarvetta juuri samansisältöiseen raportointitapaan muilta listatuilta yhtiöiltä eivät haastateltavat tunnustaneet laajasti. Toisaalta yksi haastatelluista totesi: *”Ehdottomasti, tää on mun mielestä ihan käsittämätöntä, että muut ei tee sitä”*. Kuitenkin ajatus siitä, että tietotilinpäätöksen sisältö tässä muodossa hyödyttää lukijan lisäksi yritystä itseään ja sinänsä vastaavan tietosisällön koostamista pidettiin perusteltuna.

Tietotilinpäätöksen laatimiseen tarvittavat resurssit nousivat myös keskusteluihin. Haastatteluissa nousi esiin käsitys siitä, että muilla yrityksillä ei välttämättä ole riittävästi resursseja digitaalisuuteen liittyvän raportoinnin tuottamiseen, vaikka kiinnostusta vastaavan raportoinnin tuottamiseen löytyisikin. Zamilin ja muiden (2023, s. 233) mukaan vapaaehtoisen raportointia tutkivassa kirjallisuudessa yksi raportointiin vaikuttava tekijä on yrityksen koko. Myös yrityskokoon liittyvät tekijät nousivat esille haastatteluissa. Haastateltavat tunnistavat, että yksi tietotilinpäätöksen mahdollistava tekijä on nimenomaan yrityksen raportointiin käytössä olevat resurssit.

Liakhin (2021) mukaan korkean tason digitaalisen raportoinnin edelläkävijät voisivat toimia esimerkkiä muille toimialan yritykselle. Keskon panostukset vapaaehtoiseen raportointiin tehdyt ovat toisaalta signaaliteorian näkökulmasta legitimoituja, vastuullisuuden liittyvän raportoinnin tuottama signaali puoltaa ei-taloudellisen tiedon julkaisua sijoittajien päätöksenteon tukena (Hahn ja muut, 2021).

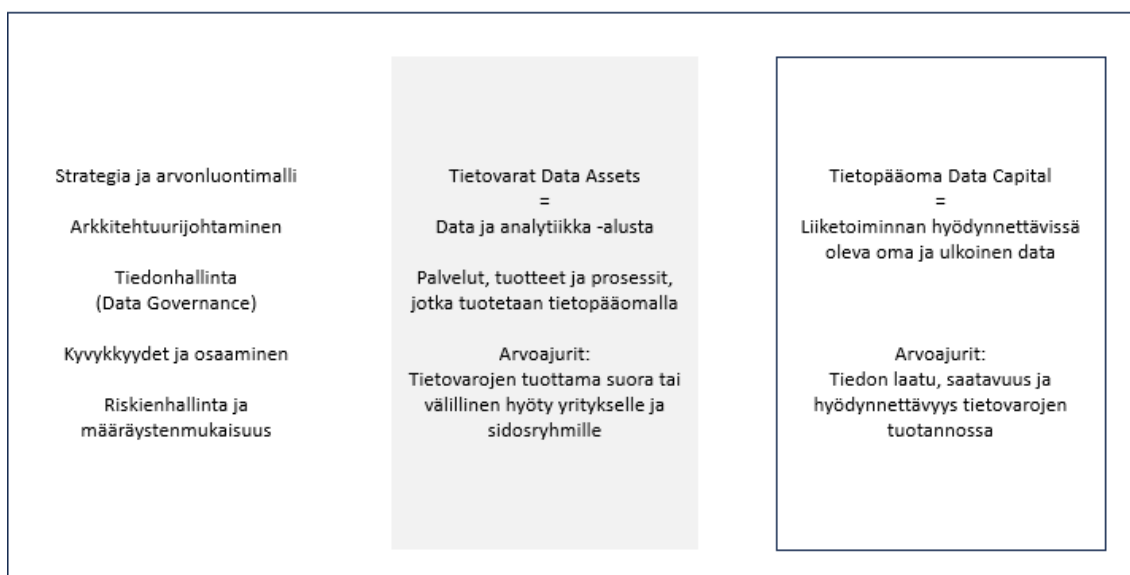
6.2 Datan arvonluontipotentiaali

Tämän tutkielman teoriaosuudessa käsiteltiin laajasti aineettoman pääoman problematiikkaa niin kirjanpitokäytännön kuin raportoinnin näkökulmista liittyen yrityksen omistaman datan arvonluontipotentiaaliin. Collins ja Lanz (2019, s. 25) kuvaavat dataa on taloudelliseksi voimavaraksi, joka voi auttaa organisaatioita parantamaan toimintaansa, lisätä tuloja ja uusia tulovirtoja, vahvistaa suhteita sidosryhmien kanssa, luoda kilpailukykyä ja mahdollistaa innovaatiot sekä vähentää riskejä. Aineettomat hyödykkeet eivät luonteensa vuoksi kuitenkaan tuota arvoa ilman niihin kohdistettuja tehostamismenetelmiä (Lev ja Daum, 2004, s. 9).

Data on omaisuutta, joka pitäisi hinnoitella, mutta klassiset omaisuuserien hinnoittelutyökalut eivät sovellu tähän uuteen omaisuusluokkaan (Veldkamp, 2023, s. 1546). Kuitenkin aineettoman pääoman potentiaali kilpailuedun saavuttamiseksi on tutkimuskirjallisuudessa tunnistettu laajasti (Sardo ja Serrasquodo, 2018; Nirino ja muut, 2020; Shen ja muut, 2020). Evans ja Price (2020, s. 9) pitävät tietovarallisuutta ratkaisevan tärkeänä organisaatioiden kilpailukyvyn ja kasvun kannalta. Tietotilinpäätöksen mukaan Kesko rinnastaa tietopääomansa aineettoman arvon taloudelliseen, teknologiseen ja inhimilliseen pääomaan sekä suhdetopääomaan.

Vaikka tutkimuskirjallisuus tunnistaa aineettoman pääoman arvonluontipotentiaalin, ei sitä sen monimutkaisen luonteen vuoksi kirjata taseeseen (Xie ja Zhang, 2023, s.17). Heidän mukaansa myös big datan omistajuus on kyseenalaista. Samaa problematiikkaa kuvaavat Leitner-Hanetseder ja Lehner (2023, s.289), he nostavat esiin pilvipalveluissa käytettävän datan omistajuuden. Tutkimuskirjallisuus on kuitenkin samaa mieltä siitä, että datan arvoa tulisi kyetä kuvaamaan. Aineettoman pääoman julkaisun yhtenä vaihtoehtoisena tapana on esitetty sen liittämistä osaksi yrityksen vastuullisuusraportointia (Xie ja Wang, 2023). Tietotilinpäätös pyrkii vastaamaan juuri tähän ongelmaan.

Datan arvonluontiin liittyvässä kuvauksessa Keskon tietotilinpäättöksen keskiössä on tietotase (*data balance sheet*) (Kesko 2023, s. 294). Kuviossa 3 kuvataan tietotaseen keskeiset käsitteet tietovarot (*data assets*) sekä tietopääoma (*data capital*). Kesko määrittelee vuoden 2023 tietotilinpäättöksessä (s. 296) tietovarot seuraavasti ”Arvoa synnyttävät digitaaliset palvelut, tuotteet ja prosessit, jotka tuotetaan tietopääomaa hyödyntämällä”. Tietopääoman määrittely kuuluu: ”Käytettävissä oleva oma ja ulkoinen data”. Tietopääoman Kesko jakaa sekä sisäisesti tuotettavaan tietopääomaan, että ulkoiseen tietopääomaan.



Kuvio 3. Keskon tietotase (mukaillen Kesko Tietotilinpäättös 2023).

Tietotaseessa kuvattujen käsitteiden ympärille rakentuu Keskon kuvaus sen omistaman aineettoman pääoman arvonluontimahdollisuuksista sekä sen panostuksesta tietopääoman hyödyntämiseen liiketoiminnassa ja kuvaavat Keskon tietotaseessa datan hyödyntämistä liiketoiminnan arvoketjussa. Faroukhin ja muiden (2019) big datan arvoketjua mukaillen, tietotase pyrkii kuvaamaan kuinka tietopääoma muuttuu arvoketjussa arvonluonnin välineeksi.

Tietotaseen mallissa tietovarvoja hallitaan tiedonhallinnan (*data governance*) avulla. Liak- hin (2021, s. 4) mukaan tiedonhallinta on peruseräite, jonka tarkoituksena on

varmistaa, että yrityksen tavoitteita ohjaa saavutettava, täydellinen, merkityksellinen, jaettava ja laadullinen data. Tiedonhallinta on siten yrityksen väline datan tiedonkeruun hallinnassa, datan integrointia, seuranta, analytiikkaa ja mallinnusta koko sen elinkaaren ajan, sillä on myös keskeinen osa datan arvonluontipotentiaalin maksimoinnin ja eettisen sääntelyn noudattamisen varmistamisessa. Keskon tietotase kuvaa tietopääoman hyödyntämisen arvoajureissaan juuri tiedon laatuun ja hyödynnettävyyteen liittyen.

Ylisen ja muiden (2022, s. 136) mukaan tietotaseen avulla voidaan havainnollistaa datan merkitystä strategisessa johtamisessa ja sen hyödyllisyyttä uusien digitaalisten palveluiden, liiketoimintamallien ja paremman asiakaskokemuksen tarjoamisessa. Tietotase on uusi konsepti, joten sitä ei ainakaan vielä laajasti tutkimuskirjallisuudessa tunnisteta.

Ulkoisten sidosryhmien osalta haastatteluissa aineettoman pääoman kuvaamista raportoinnissa ei tunnistettu suoraan arvonluonnin näkökulmasta. Keskusteluista kävi ilmi, että pörssiyrityksiä seuraavan analyttikon näkökulmasta yksittäisten tunnuslukujen seuraamisella ei välttämättä tehdä johtopäätöksen datastrategian tulevaisuuden tuloksetekokykyyn liittyen. Haastatteluaineistosta nousikin esiin, että tietotilinpäätöksen sisälön perusteella eivät haastateltavat osanneet suoraa yhteyttä rahalliseen arvoon muodostaa tai tulevaisuuden arvonluontipotentiaaliin:

Mielenkiintoista, että miten tällai tämän hetkiselä kaikilla tämmöisellä rahoitus-osaamistiedolla niin miten sä pystyisit kytkemään vaikka tän asiakastiedon puhtaasti euromääräiseen arvoon ja sitä kautta, että kuinka paljon tästä osakkeenomistajan pitäisi maksaa?

Deskriptiivinen kuvaus datasta arvonluontivälineenä ei automaattisesti yhdisty tulevaisuuden tulovirtaan. Niinpä erityyppisiä tietosisältöjä lisäämällä voisi olla vaikutusta esimerkiksi sijoittajapäätöksiin. Tämän tyyppisiä ajatuksia tietotilinpäätöksen kehittämisen suuntaan tuli myös haastatteluissa esiin. Esimerkkinä esiin nousi erilaiset aikasarjat:

(...) jos mun pitäisi valita, että mistä ne kertoisi niin mä haluaisin lisää vaikka aikasarjoja eri maantieteellisten alueiden kannattavuuksista.

Haastatteluissa tuli esiin myös, että toisaalta odotusarvoisesti kaiken sijoittajatiedon ei välttämättä odotetakaan yhdistyvän suoraan tietotilinpäätyksen raporttiin:

Niille [sijoittajille] ne niin kuin ne asiat tietotilinpäätyksessä on enemmän sellaisia liiketoiminta asioita, eli ne hakee sitä tehokkuutta tai marginaalin pysyvyyttä tai tämän tyyppisiä asioita ikään kuin sen digitalisaation kautta. Eli silloin ne harvemmin kysyy ihan eksakteja kysymyksiä ikään kuin siitä, miten me ollaan raportoitu

Haastatteluissa tuli esiin myös, että tulevaisuudessa sisäisesti tuotetun datan arvon kuvaaminen myös perinteiseen taloudelliseen raportointiin, tuloslaskelman tai taseen kautta voisi olla perusteltua. Mutta niin kauan, kun yhtenäiset kirjaamiseen liittyvät säännöt puuttuvat, vapaaehtoinen raportointi toimii tiedonjakamiseen toistaiseksi riittävän hyvin.

6.3 Datastrategia kilpailuetuna

Rossin ja muiden (2017) sekä Liakhin (2021) määrittelyissä yrityksen kannattaa suunnata digitaalinen strategiansa joko asiakaskokemuksen parantamiseen tai digitaalisten sovellusten painopisteeseen. Kesko kuvaa tietotilinpäätyksessään 2023 datajohtamisen strategiansa, joka perustuu asiakaskokemuksen jatkuvaan parantamiseen, digitaalisten palveluiden hyödyntämiseen sekä vastuullisuuteen. Strategian suuntaus käy hyvin ilmi tietotilinpäätyksestä. Kesko (2023, s. 285) listaa oman datastrategiansa tavoitteiksi asiakaskokemuksen parantamisen, kannattavuuden ja myynnin kasvattamisen sekä prosessitehokkuden lisäämisen. Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi Kesko hyödyntää dataa, analyttikkää ja teknologioita.

Tietotilinpäätyksen mukaan Kesko (2023) tavoittelee kaupan alan edelläkävijyyttä datan kestävässä hyödyntämisessä. Data ja sen hyödyntäminen on Keskon liiketoimintamallin keskeinen osa sekä arvon lähde. Kesko perustelee datastrategian kestävyttä myös yrityksen panostuksilla tietoturvan, tietosuojan ja riskienhallinnan toimintamalleihin. Lobschatin ja muiden (2021) määrittelyssä digitaalinen vastuullisuus koostuu organisatioarvoista liittyen digitaalisuuteen ja datan käyttöön. Kestävää kilpailuetua tutkinut

O'Shanassy (2008) järkeviä päätöksiä tekemällä yritys voi saavuttaa kestävästä kilpailuetusta suhteessa muihin.

Lock ja Seele (2017, s. 242) kuvaavat yksityishenkilöiden osallisuutta big datan aikakaudella ensisijaisesti big data -generaattoreina, jotka tuottavat dataa esimerkiksi kulutuskäyttäytymisensä kautta. Kesko on panostanut erityisesti K-Plussa alustaan, josta case-esimerkinä vuoden 2023 tietotilinpäätökseen (s. 288) on nostettu kuluttaja-asiakkaille suunnattu K-Hyvinvointi sovellus, jonka avulla kuluttaja-asiakkaat voivat seurata ostotensa terveellisyyttä ja saada myös suosituksia resepteistä. Tämä on yksi esimerkki dataan perustuvasta sidosryhmien kanssa luotavasta arvonluontitavasta, jolla Kesko tavoittelee kilpailuetusta päivittäistavarakaupan toimialalla.

Sidosryhmänäkökulma korostuu Keskon pyrkimyksessä luoda datan avulla jatkuvaa asiakaskokemuksen parantamista, sekä tavoitteissa luoda kauppiaille ja kumppaneille kilpailuetusta (Kesko 2023). Kuviossa 4 on kuvattu Keskon datajohtamisen tasot, jota Kesko hyödyntää strategiansa toteuttamisessa. Kuvioista ilmenee Keskon tavoitteet datan vastuullisen hallinnoinnin ja hyödyntämisen strategiasta.



Kuvio 4. Datajohtamisen tasot Keskoissa (Mukaillen Kesko Tietotilinpäätös 2022, s. 286)

Salvin ja muiden (2021, s. 442) mukaan yritysten tulisi tarjota sekä taloudellista että eitaloudellista tietoa, koska vain tiedon yhteiskäyttö mahdollistaa täydellisen ymmärryksen toteutetuista digitalisaatioprosesseista ja niiden mahdollisista vaikutuksista

arvonluontiin. Heidän tutkimuksessaan tutkittiin digitalisaatioon liittyvää tiedon julkaisua lähinnä yritysten verkkosivuilla. Vaikka tämä tutkimus käsittelee integroitua vuosiraporttia, tukee tutkimustulos kuitenkin Salvin ja muiden (2021) ajatusta siitä, että digitalisaatioprosessiin liittyvän tiedonjakamisen avulla voidaan lisätä sijoittajien ymmärrystä yrityksen arvonluontikyvystä.

(...) strategiassa mikä me siellä kuvataan, on aidosti se, että me luodaan arvoa kaikille näille osapuolille kumppaneille, asiakkaille, kauppiaille, keskolaisille siten, että me saadaan niitä skaalavyötyjä.

(...) jos ajatellaan ruokakauppaa, niin heidän isoin bisnes- tai liiketoiminta-alue. Niin siellä tuntuu, että se sai ison tällaisen kannattavuuspyrähdyksen aikaiseksi, koska silloin tää tarjottiin kauppiaille tällaisia digitaalisia palveluita, joilla he pystyy optimoimaan sitä valikoimaa

Digitalisaatioon tehtyjen panostusten merkitys tunnistettiin, mutta toisaalta ulkoisia sidosryhmiä edustaneet haastateltavat eivät asiaa suoraan yhdistäneet tietotilinpäätöksen. Keskusteluista kävi myös ilmi, että Keskon digitaalisten panostusten vaikutus liiketoimintaan on noussut esille myös muissa aikaisemmista yhteyksistä.

(...) esimerkkejä siitä, että miten sitä [asiakasdataa] käytetään. Siis ihan että varmaan on ollut... mä mietin jotain Keskon pääomamarkkinapäivää. Parisen vuotta sitten, niin kyllä siellä varmaan siitä sanottiin.

Koch ja Windsperger (2017, s. 25) kuvaavat digitaalisen kilpailuedun muuttuvan yrityksen aseman liikkeessä osana liiketoimintansa verkostoja. Näin ollen tarvitaan jatkuvaa arviointia siitä, miten digitaalisuutta parhaiten hyödynnetään kilpailuedun saavuttamiseksi. Vastaavaa kuvausta löytyy myös tutkimusaineistossa esimerkiksi tietotilinpäätöksen tapauskuvauksissa.

Kochin ja Windspergerin (2017, s. 23) ehdottamassa verkostokeskeisessä näkemyksessä arvoa luovat aina useat yritykset, jotka ovat suoraan ja välillisesti kytköksissä palveluvaihtoon. Heidän mukaansa mitä korkeampi digitointiaste on, sitä enemmän yritys luo kilpailuetua toisiinsa kytkeytyvien yritysten arvon yhteisluonnin kautta. Tässä tutkimuksessa yritysverkoston hyödyntäminen digitalisaation arvonluontiketjussa ilmenee Keskon (2023) tietotilinpäätöksen kuvauksesta siitä, miten se hyödyntävää dataa ja

digitaalisia ratkaisujaan muun muassa toimitusketjujen tehostamiseen, energian käytön optimointiin, kauppiaiden työkaluna valikoimien optimointiin.

Datajohtamisella Kesko tavoittelee myös kauppakohtaista kilpailuetua suhteessa kilpailijoihinsa. Datan avulla muodostetaan kauppakohtaisia liikeideoita, joiden painopisteet tuotevalikoimissa muodostetaan asiakasdataa hyödyntäen (Kesko 2023, s. 306).

(...) se valikoima, se palveluntarjoama kaikki on suunnattu sille kyseiselle asiakaskunnalle ja tää tehdään sen datan kautta ja siinä se data on aivan ensiarvoisen tärkeä, että siellä on oikeat tuotteet ja oikeat hinnat. Ja niin kun se eli se kauppakohtainen liikeidea verrattuna muihin, niin se on se meidän kilpailuetu

Tekoälyn osalta Kesko (2023, s. 290) sekä hankkii että tuottaa tekoälyratkaisuja itse. Vaikka tekoälyyn liittyvät kehitysaskeleet ovat tällä hetkellä maailmalla trendaavia, ei haastateltavien mukaan pelkkä tekoälyn käyttöön liittyvä strategia ole välttämätön, vaan tekoälyn hyödyntäminen liittyy laajemmin koko digitalisaation prosesseihin. Tietotilinpäätösaineiston perusteella on pääteltävissä, että Keskon fokus datan ja teknologian hyödyntämisessä on pitkälti asiakasarvon parantamisessa. Tämä tulos on yhdenmukainen Fun ja muiden (2023, s. 787) tutkimuksen havainnon kanssa siitä, tekoälyteknologioiden käyttöönotto johtaa asiakasarvon priorisointiin erityisesti vähittäiskaupassa.

6.4 Kyberturvallisuus ja digitaalinen vastuullisuus

Tutkijat ovat toisaalta sitä mieltä, että digitaalinen vastuullisuus on oma erillinen vastuullisuusulottuvuus perinteisen CSR-ajattelun lisäksi (Lobschat ja muut, 2021). Toisaalta osa tutkijoista pitää digitaalista vastuullisuutta yhtenä CSR:n ulottuvuutena (Mihale-Wilson ja muut, 2022). Kesko kuvaa digitaaliseen vastuullisuuteen liittyvät arvovalintansa tietotilinpäätöksessä. Digitaalinen ja datan käyttöön liittyvä vastuullisuus on osa Keskon laajempaa vastuullisuusstrategiaa, joka nostetaan esiin tietotilinpäätöksessä laajasti. Kesko kuvaa datavastuullisuuden olevan pitkän aikavälisen strateginen valinta (Kesko 2023, s.

317). Ylipäänsä tekstisisällössä datavastuullisuuteen ja tietoturvaan liittyvä kuvaus on suuressa roolissa:

(...) siinä on aika iso painopiste. Sehän ei ole ainoastaan siinä tietotilinpäätöksessä vaan se on myös sitten siellä niin kun muissa tuon raportin osioissa hyvin vahvasti, että kyllä se on erittäin tärkeässä roolissa.

Smaili ja muut (2023) puhuivat kyberturvallisuuteen liittyvän tiedon julkistamisen toimivan sidosryhmien ja yritysten välisen informaation epäsymmetrian vähentämisessä. Haastatteluaineiston mukaan sidosryhmien ja erityisesti sijoittajien näkökulmasta pelkkä datan turvallinen säilyttäminen ei riitä, vaan sitä pitää pystyä myös hyödyntämään, jotta data voidaan hyödyntää liiketoiminnassa.

(...) tavoite on se, että informaatio on mahdollisimman neutraalia, että sijoittaja voi tehdä ostopäätöksiä. Käytännössä se, että tietysti suojaaminen, ylisuojaaminen että dataa ei käytä hyödykseen missään vaiheessa, jolloin myös sijoittaja menettää sen tuoton käytännössä. Jos ei datasta tehdä palveluita vaan se pitää varastoidaan turvallisesti. Sitten se on vähän niin kuin pitäisi taseen kassakaapissa mutta ei pitäisi sitä koskaan koneiseen tai tuotantoon kiinni.

(...) täytyy asiakkaille raportoida, miten me käytetään, täydennetään sitä dataa ja tuoda sellainen turvallisuuden tunne, että se on vastuullisesti käytetty ja just se riskienhallinta. Useimmiten sijoittajilla on vaan vastuullisuuden puolellakin, niin on se riskinäkökulma tosi iso siinä, että vaikka me ajatellaan, että tää on liiketoimintaa tukeva ja vahvistava ja ja tehokkuutta parantava

Kyberturvallisuuden näkökulmasta tutkimuksen ulkoisia sidosryhmiä edustaneet haastateltavat lähtivät siitä olettamuksesta, että pörssi-yhtiöillä tulisi olla tai on tietoturvaan liittyvät asiat kunnossa. Kuitenkin haastatteluissa tuli laajasti puheeksi viime aikoina julkisuuteen nousseita tietoturvaan liittyneitä tietovuototapauksia. Yrityksen sisäisestä näkökulmasta vapaaehtoinen raportointi ei voi kuitenkaan sisältää liian yksityiskohtaista tietoa tietoturvaan liittyvistä riskeistä. Tämän myös haastateltavat toivat ilmi.

"Oikeastaan GDPR insidenttejähän siellä raportoidaan ja henkilödataan liittyvät poikkeamat. Ja ne tapahtumat siellä on. Mutta sitten kyberturva on oikeastaan semmoinen, että määriä ei turvallisuusyistä halua kovin paljon raportoida. Koska siinä on suora yhteys siihen, mitä enemmän raportoidaan hyökkäyksistä sitä enemmän hyökkäyksiä syntyy ja kohdistuu yrityksiin."

(..) olennaiset, merkittävät tapahtumat kuvataan. Koska tietotilinpäätöksessä ei sellaisia ole, niin Kesko on sitten selviytynyt tällaisista isoista hyökkäyksistä hyvin turvassa käytännössä ja ollut enimmäkseen kaikille kohdistuvia kalasteluviestejä

Tutkimukset osoittavat, että korkean vastuullisuustason yritykset ovat paremmin suojassa toimialalla tapahtuvien tietoturvapoikkeamien aiheuttamalta markkinariskiltä (Kashmiri ja muut, 2017; Bamiatzi ja muut, 2023). Tältä osin aikaisempi tutkimus näin ollen puoltaa Keskon panostuksia digitaalisen vastuullisuuden osalta. Digitaalisen vastuullisuuden panostuksia ja digitaalista luottamusta voidaan hyödyntää myös arvonalustavina (Kluiters ja muut, 2023) sekä sidosryhmien osallisuutta lisäävänä tekijänä (Nirino ja muut, 2023). Haastateltavista ulkoiset sidosryhmien edustajat kertoivat, että he lähtökohtaisesti odottavat, että yrityksillä on kyberturvallisuuteen liittyvät asiat kunnossa ja siihen panostetaan.

Siis ulkopuolisena näitähän on ihan hirveän vaikea tulkita ja en mä tiedä voisiko aukottomasti tuollainen raportointi edes tuoda siihen vastauksia, että jos se nyt suurimmalta osalta suomalaisia pörssiyrityksiä, niin kysyt että onko teidän tietoturva kunnossa, niin mä luulen, että 100 % vastaa, että kyllä. Ja silti sulle tulee sieltä kumminkin tämmöisiä data breachejä.

(...) ja tavallaan tietynlainen luottamus pitää olla siihen, että ne osaa

Signalointiteorian näkökulmasta yritykset voivat viestiä korkealla vastuullisuustasolla sidosryhmille myös mahdollisesta kriisikestävydestä Epure (2022, s. 926). Signaalin merkitys korostuu, kun se on tuotettu vapaaehtoisesti suhteessa regulaatioon. Tämän argumentin näkökulmasta voidaan ajatella, että tietotilinpäätöksellä Kesko pyrkii luomaan luottamusta sidosryhmiinsä myös mahdollisten tietoturvapoikkeamien varalta.

Kuluttajadatan vastuullisen käytön osalta yrityksiltä odotetaan läpinäkyvää raportointia. Datan käyttöön liittyen Kesko haluaa raportoinnillaan tuoda avoimuutta esille. Läpinäkyvyys datan käyttöön liittyen tulee ulkoisessa raportoinnissa myös yhtäaikaaisesti kaikkien sidosryhmien saataville.

Me ollaan joka suuntaan siinä mielessä avoimiin avoimia ja rehellisiä sen suhteen, että mitä tietoa meillä on, miten me käytetään, minkälaiset pelisäännöt, minkälainen strategia meillä siinä on, että mä näen, että kaikille sidosryhmille, olkoon se

tosiaan keskolaisia meidän kumppaneita kauppiaita, osakkeenomistajia tai muita, niin kaikille se tarina on samanlainen ja kaikille se ymmärrys on, että miten me halutaan datasta luoda aitoa arvoa kaikille näille sidosryhmille.

Regulaation vaikutus raportoinnissa näkyy esimerkiksi siinä, että tietotilinpäätöksen sisältävät Keskon selostukset GDPR:n noudattamisesta tietotilinpäätöksen tietosuojaa koskevassa osiossa (2023, s. 300-302). Yhtenä esimerkkinä datavastuullisuudesta Kesko (2023, s. 302) nostaa esiin asiakasdatan säilytysajan. Viranomaispäätöksellä K-Plussaos-
tojen tietojen säilytysaikaa on rajattu kymmeneen vuoteen, siten että asiakassuostu-
muksella aikaa voidaan myös pidentää. Haastatteluaineistossa asia nousi esille myös siitä
näkökulmasta, että vastuullisen datajohtamisen dokumentointi on myös osaltaan ollut
helpottamassa tietosuojaan liittyvää viranomaisyhteistyötä:

*(...)kyllähän viranomaisetkin haluaa, että me ollaan läpinäkyviä ja kerrotaan
avoimesti ja muuta niin tää on osa sitä ja sitä kautta myöskin riskienhallintaa*

Tekoälyteknologioiden käyttöön liittyvien tiedonjulkaisun suhteen Bonsón ja muut (2023, s. 10) painottavat yksilöiden oikeutta tiedonkäyttöön liittyvistä eettisistä periaatteista. He painottavat omassa mallissaan kolmen luokan kuvaamista raportoinnissa, hallinto-
malli ja järjestelmän valvonta, etiikka sekä strategia. Vastuullisuuden kautta on mahdol-
lista hyödyntää sidosryhmien tuki tekoälyn käyttämiseen liiketoiminnassa (Du ja Xie, 2021, s. 971). Keskon tietotilinpäätökset tuottavat osaltaan tekoälyn hyödyntämisen ra-
portointia.

Käytännössä Keskon vuosien 2022 ja 2023 tietotilinpäätöksissä tekoälyä ei ole nostettu esille erikseen, vaan tekoälyyn liittyvät ratkaisut kuvataan osana Keskon digitaalisuuteen liittyviä prosesseja ja siten ne ovat osana vuosikertomusta laajemmin. Tekoälyyn liittyvien riskejä ja mahdollisuuksia on kuvattu sekä toimintakertomuksessa, hallintoon ja vastuullisuusstrategiaan sekä tietosuojaan liittyen. Arvonluontiin ja tietosuojaan ja datavastuullisuuteen liittyen tekoälyä käsitellään myös tietotilinpäätöksessä. Fun ja muiden (2023, s.785), mukaan erityisesti vähittäiskaupan liiketoimintaympäristössä tekoälyn va-
linnasta ja omaksumisesta on tullut suuri merkitys. Heidän mukaansa erityisesti organi-
saation teknologian omaksumisen näkökulmasta on välttämätöntä ymmärtää, mitkä

seikat ovat niitä kriittisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat vahvimmin tekoälyn omaksumiseen vähittäiskaupassa.

6.5 Tietotilinpäätös integroidun raportoinnin täydentäjänä

Tietotilinpäätös linkittyy vahvasti Keskon vastuullisuuskokonaisuuteen. Vuoden 2023 raportissa (Kesko 2023, s.297) ESG-datan hyödyntäminen on nostettu yhdeksi tapausesimerkiksi datan hyödyntämisestä. Kesko kertoo hyödyntävänsä vastuullisuusmittareita ja dataa sekä omassa johtamisessaan sekä tarjoamalla vastuullisuusdataa myös asiakkailleen. Lisäksi lisääntyvä sääntely ja vastuullisuusraportointi ovat vastuullisuusdatan käyttökohteina. Ympäristönäkökulma linkittyy vahvasti myös datakyvykkyyteen, Kesko kertoo hyödyntävän dataa energiajohtamisessa ja energian käytön optimoinnissa (2023, s. 293).

Haastatteluaineiston perusteella on havaittavissa, että vastuullisuusraportointiin tehdyt panostukset tuottavat vastasignaalina positiivisen yrityskuvan. Tämä tutkimustulos on yhdenmukainen aikaisemman tutkimuksen kanssa (Hahn ja muut, 2021; An ja muut, 2011). Haastatteluissa ilmeni selkeästi, että sidosryhmät arvostavat Keskon raportointipanostuksia.

(...)tavallaanhan se jotenkin kertoo ihan hyvää Keskon governancessa tai ehkä prosesseista --- niiltä tulee tosi paksuja noin raportit ja nehän on ollut ollut mun mielestä eturintamassa aina tuollaisessa vastuullisuusraportoinnissa

Tämän tutkimuksen haastatteluaineisto tukee osaltaan Leitner-Hanetsederin ja Lehnerin (2023) havaintoa siitä, vastuullisuusraportoinnin yhteyteen tuotettu aineettoman pääoman arvonjulkistaminen on vertailtavuuden osalta ongelmallista. Haastateltavat olivat poikkeuksetta sitä mieltä, että vapaaehtoisen raportoinnin osalta vertailtavuutta ei voi odottaa tai varmennusta ei voi tai kannata odottaa. Haastateltavat olivat käytännössä yksimielisiä siitä, että tietotilinpäätöksen tai vastaavan raportin standardoiminen ei ole välttämätöntä:

(..) siinä mielessä aina kun [aletaan] standardoimaan, niin pitää miettiä, että mitä nyt ollaan standardoimassa ja tietotilinpäätöskään ei ole itseisarvo, että sitä sen takia mä ajattelin, että senkin pitää muovata, muokkautua jatkuvasti.

Toisaalta myös jo tiedossa olevat muutokset regulaatiossa aiheuttaa sen, että varsinaisesti vapaaehtoisen raportoinnin osalta varmentamiseen ei kannata lisätä panostusta. Myös Keskon hyödyntämä GRI-vastuullisuusraportointi on muutoksessa kestävyysdirektiivin myötä. Haastatteluissa nousi esille GRI:n roolin muutos CSRD:n tullessa voimaan. Säännellyn vastuullisuussisällön vuoksi vapaaehtoisen integroidun raportoinnin merkitys jää tavallaan pois.

Tämän tutkimuksen aineistosta on pääteltävissä, että tietotilinpäätöksen sijoittaminen vuosikertomukseen, joka on jo lähtökohtaisesti laaja kokonaisuus, voi jäädä vaille tarkkaa perehtymistä lukijoilta. Vaihtoehtoisilla tavoilla tuottaa vastaavaa tietosisältöä yrityksen muihin kanaviin, kuten yrityksen sosiaaliseen mediaan tai verkkosivuille, voidaan kuitenkin tavoittaa yritysten sidosryhmiä. Myös Deegan (2019) nosti esille sosiaalisen median kanavat perinteisten raportointikanavien korvaajana legitimaation saavuttamisessa.

Vapaaehtoista julkistamista tutkineet Macchioni ja muut (2024, s. 7) havaitsivat, että eurooppalaisten pörssiyritysten sosiaalisen median alustojen kautta tapahtuva vapaaehtoinen julkistaminen tarjoaa markkinatoimijoille lisäarvoa tuottavaa tietoa. Heidän mukaansa vapaaehtoinen julkistaminen parantaa tulevien tuottojen ja nykyisten tuottojen välistä yhteyttä, mikä osoittaa, että se sisältää myös arvoa koskevia tietoja tulevista tuotoista. Tutkimustulokset viittaavat siihen, että markkinat pystyvät sisällyttämään sosiaalisen median alustojen kautta paljastetut vapaaehtoiset tiedot yrityksen arvoarvioihin. Tämän tutkimuksen osalta ei suoraan käynyt ilmi, että tietotilinpäätös tuottaisi vastaavaa käyttötarkoitusta.

Macchionin ja muiden (2024) tutkimus kuitenkin tukee sitä näkemystä, että tiedonjulkistamisen ei ole välttämätöntä olla integroituna vuosiraporttiin. Tietotilinpäätökseen liittyen tutkimuksen haastatteluaineistossa tätä asiaa käsiteltiin siitä näkökulmasta, onko

integroitu raportointi ainoa oikea vaihtoehto julkaisukanavaksi. Haastatteluissa vaihtoehtoisia kanavia kysyttäessä haastateltavat nostivat esille muita mahdollisuuksia tiedonjulkistamiseen:

"Voisiko tässä olla tällöinen podcast tälle heidän sijoittajasivuille, jossa sitten he kertoisi tästä työstä, joka liittyy tietoturvaan ja sitten tähän tyyliin, vaikka asiakastiedon hallitsemiseen."

Toisaalta myös Keskon päässä muutokset vastuullisuusraportointiin liittyvässä regulaatiossa tuovat muutoksia raportointitapaan. EU-sääntelyn, kestävyysdirektiivin myötä vastuullisuusraportoinnin kenttä muuttuu siten, että jatkossa eurooppalaisten yhtiöiden vastuullisuusraportointi on tilintarkastuksen alaista. Haastateltavat eivät nähneet tarpeelliseksi vapaaehtoisen raportoinnin osalta tietotilinpäätökseen liittyvää tilintarkastusta.

Muutokset regulaatiossa ovat nähtävissä jo Keskon vuoden 2024 vuosikertomuksessa. Tietosisältö on muuttunut vastamaan erityisesti vastuullisuuteen liittyvän lainsäädännön, eli kestävyysdirektiivin vaatimuksia. Näin ollen vapaaehtoiseen tiedonjulkistamiseen liittyvä tietotilinpäätösosio on jätetty pois uusimmasta vuosikertomuksesta. Myös haastatteluaineistossa nousi esiin tulevaisuuden muutosten vaikutukset.

Niin ja miten se ESG raportoinnin kokonaisuus tulee elämään, niin siinä voi varmaan tulla muutoksia.

Ylinen ja muut (2022, s. 136) argumentoivat, että datasta on tulossa yksi tärkeimmistä osatekijöistä vastuullisuusraportoinnin lisäksi, koska omistajat, asiakkaat ja muut sidosryhmät vaativat yhä enemmän läpinäkyvyyttä arvonluontiin ja datan ja tekoälyn vastuulliseen käyttöön. Liakh (2021, s. 12) mukaan tietotilinpäätöksen kaltaista raportointia voidaan pitää yhtenä mahdollisena tapana käsitellä vastuullisuutta sekä kestävä kehityksen että digitalisaation puolella.

7 Johtopäätökset

Tässä luvussa esitetään tutkimuksen johtopäätökset verraten niitä samalla aikaisempien tutkimusten tulokseen. Luvussa arvioidaan myös tutkimukseen liittyviä rajoitteita. Lisäksi johtopäätöksissä kuvataan tutkimuksen luotettavuuteen ja uutuusarvoon liittyviä seikkoja sekä esitetään joitakin jatkotutkimusmahdollisuuksia.

7.1 Johtopäätökset

Tämän tutkielman lähtökohtana on ollut vastata johdantoluvussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin tietotilinpäätöksen roolista sidosryhmäviestinnässä. Tutkimus toteutettiin laadullisena tapaustutkimuksena. Tutkimuksen kohde valikoitui niin sanotun uutuusarvon perusteella. Kesko on ollut tuottamassa uudella tavalla digitaalisen strategiaan ja digitaaliseen vastuullisuutensa liittyvää informaatiota sidosryhmilleen.

Tutkielman teoreettisessa osuudessa pohdittiin aineettoman pääoman ja erityisesti datan roolia yrityksen arvonluontivälineenä ja omaisuuseränä. Datan arvonluonti kytkeytyy yrityksen digitalisaation prosesseihin. Data muodostaa tietopääoman, jota hyödyntämällä yritykset voivat luoda kilpailuetua suhteessa muihin toimijoihin. Tietopääomaa voidaan hyödyntää yhdistämällä se yrityksen digitaalisiin prosesseihin ja teknologioiden käyttöön. Digitaalinen strategia muodostaa yrityksen tiekartan tietopääoman hallintaan, hyödyntämiseen ja riskien hallintaan. Yritysten sidosryhmien informaation epäsymmetrian vuoksi yrityksillä on tarve raportoida aineettoman pääoman hyödyntämisestä.

Teoreettisena johtopäätöksenä voidaan todeta, että aineettoman pääoman kirjanpitoarvon kuvaamiseen liittyvät ratkaisut ovat ajankohtainen tutkimusongelma (Albertini ja muuta, 2021), eikä aineettoman pääoman raportointiin ole olemassa yhtä oikeaa ratkaisua. Vastuullisuusraportoinnin hyödyntäminen aineettoman pääoman arvoon liittyen on yksi tunnistettu ratkaisu tähän ongelmaan. Tutkimusten mukaan dataan liittyvien arvonluontiketjujen kuvaaminen tulee tulevaisuudessa kuitenkin lisääntymään ja tärkeäksi

osaksi vastuullisuusraportointia (Ylinen ja muut, 2022). Raportointisisältöjen näkökulmasta yritykset käyttäytyvät monin eri tavoin integroidessaan tietoa digitaalisista aloitteista tai tiedonhallinnasta kestäväen kehityksen raportteihinsa (Liakh, 2021, s. 10). Tutkielman teoriaosuudessa on pyritty kuvaamaan tietotilinpäätöksen laatimiseen vaikuttavia tekijöitä aihetta käsittelevän ajankohtaisen tutkimustiedon ja teorioiden kautta.

Tutkimustulokset osoittavat, että digitaaliseen strategiaan liittyvä tiedon julkistaminen on sidosryhmien näkökulmasta tarpeellista. Toisaalta samanaikaisesti tietotilinpäätöksen tuottamisen tapa voisi olla myös erilainen. Tätä johtopäätöstä tukee myös regulaation muutokset suhteessa vastuullisuusraportointiin. EU:n kestävyysraportointidirektiiviin liittyvä tilintarkastusvaade, joka on tullut voimaan koskien suurten yritysten toimintavuotta 2024, muuttaa myös tutkimuskohteena olleen yrityksen vuosiraportointia jatkossa. Regulaation lisääntyessä kohti tarkemmin säänneltyä kestävyysraportointia, muuttuu samalla myös integroidun vastuullisuusraportoinnin kenttä.

Tutkielman tutkimusosuudella haluttiin vastaus siihen, onko Keskon vuosikertomuksen tietotilinpäätös tavoittanut yrityksen ulkoisia sidosryhmiä. Vastausten vähäinen määrä tarkoittaa, että tähän kysymykseen ei voida tuottaa yleistävää tai tilastollista vastausta. Kuitenkin tutkimusaineistosta käy ilmi, että ulkoisia sidosryhmiä edustaneet haastateltavat olivat toisaalta hyvinkin tietoisia muiden viestintäkanavien kautta saamasta informaatiosta koskien Keskon datastrategiaan ja digitaalisiin kehityssuuntiin liittyvistä toimenpiteistä. Haastateltavat näkivät kuitenkin, ettei tietotilinpäätöksen sisällöllä ole suoraa vaikutusta esimerkiksi tuleviin sijoituspäätöksiin. Tämä on ristiriitainen tulos suhteessa aikaisempaan tutkimukseen. Tutkimusten mukaan vastuullisuusraportoinnilla ja erityisesti digitaalisuuteen liittyvällä vapaaehtoisella raportoinnilla (Salvi ja muut, 2021; Zhang ja muut, 2025; Labidi ja Gajewski, 2019) on yhteys sijoittajakäyttäytymiseen. Toisaalta tämän tutkimuksen aineiston koolla voi olla tämän tuloksen kannalta merkitystä.

Haastattelujen tuloksissa korostui osaltaan tietotilinpäätöksen rooli tutkimuskohteen sisäisessä viestinnässä. Vastauksista ilmeni, että erillisen raportin laatiminen toimii

sisäisen johtamisen työkaluna samalla kun dataan liittyvät prosessit ja strategia tulevat hyvin kuvatuiksi. Raportin sisältöä voidaan hyödyntää myös esimerkiksi rekrytointiin liittyvissä tilanteissa, tietotilinpäätöksen avulla voidaan luoda myönteistä kuvaa Keskon datajohtamisesta potentiaalisille työntekijöille. Toisaalta raporttia hyödynnetään myös sijoittajaviestintää laajemmin, osana Keskon kauppias- ja toimittajaverkostoa.

Haastateltavat tunnistivat tietotilinpäätöksen roolin myös linkkinä Keskon vastuullisuuden laajemmin. Sekä haastatteluissa että raporttiaineistosta ilmenee, miten Kesko hyödyntää dataa myös esimerkiksi energiansäästöjen saavuttamiseksi, joten data liittyy läheisesti Keskon yleiseen vastuullisuustavoitteeseen. Tutkimustulokset viittaavat siihen, että Keskon vastuullisuuspanostukset myös digitaalisen strategian osalta ovat pitkälti käytössä myös sisäisten motivaatiotekijöiden pohjalta ja raportointia käytetään strategisena työvälineenä pelkän regulatorisen vaateen täyttämisen sijaan (Perez-Lopez ja muut, 2015).

Sekä sisäiset että ulkoiset sidosryhmät pitävät Keskon panostusta tietotilinpäätöksen tuottamiseen legitimoituna. Tietotilinpäätöksen rooli sisäisen johtamisen ja viestinnän välineenä tunnistetaan. Pelkästään jo se, että tieto on kerätty yhteen ja muodostettu raportiksi tuottaa Keskon datajohtamiseen viestinnällisen välineen. Tietotilinpäätöksen deskriptiivinen luonne tuottaa myös sen hyödyntämiseen liittyviä puutteita yritystä analysoitaessa sillä suorat aikasarjat tai vastaavat analytiikan välineet puuttuvat aineistosta. Kuitenkin Keskon panostus vastuullisuuteen nähtiin osoituksena hyvästä hallintotavasta. Keskon edelläkävijäasema vastuullisuusraportoinnin osalta tunnistettiin tutkimuksen tuloksissa. Tutkijat näkevät digitaaliseen vastuullisuuden myös uutena vastuullisuuden ulottuvuutena (Bonsón ja muut, 2023; Mihale-Wilson ja muut, 2022).

Vapaaehtoista raportointia tutkivien teorioiden kautta tutkielmassa pyrittiin vastaamaan motivaatiotekijöiden sekä arvonluontiin liittyviin näkökulmiin. Tulokset osoittavat, että tietotilinpäätös on suunnattu ensisijaisen sijoittaja ryhmän lisäksi myös laajalle sidosryhmälle huomioiden asiakasnäkökulman ja Keskon toimittaja- ja kauppiasverkot.

Tietotilinpäätöksen sisältö kuvaa laajasti yhteistyössä sidosryhmien kanssa luotavaa arvonluontiprosessia, jolla Kesko tuottaa dataa ja asiakasarvoa takaisin sidosryhmilleen. Sidosryhmien aktiivinen osuus arvonluontiprosessissa on Freudenreichin ja muiden (2020) mallin mukaisesti edistää arvon luomista. Tietotilinpäätös on luonteeltaan vapaaehtoista raportointia ja tutkimuksen tulosten perusteella vapaaehtoisuus on tämänkaltaisessa raportissa perusteltua.

Tietotilinpäätös konseptina voi potentiaalisesti toimia yhtenä mallina dataan ja digitaalisuuteen liittyvässä raportoinnissa. Sen lisäksi, että tietotilinpäätöksen kautta yritykset voivat täydentää sijoittajainformaation aineettomaan pääomaan liittyvää informaation epäsymmetriaa, sillä on selkeästi myös yritys vastuuseen liittyvä ulottuvuus. Datan määrän ja sitä hyödyntävien teknologioiden osalta yritysten sidosryhmät tarvitsevat tietoa datan vastuullisen käytön periaatteisiin liittyen. Vastuullisuusraportoinnin ja digitaalisen tiedonjulkaisun edelläkävijä yritysten rooli esimerkkinä muille yrityksille tunnustetaan myös tutkimuskirjallisuudessa (Liakh, 2021; Bonsón ja muut, 2023).

Asiakasdatan hyödyntäminen liiketoiminnassa lisää tietosuojapoikkeamiin ja tietomurtoihin liittyviä riskejä. Aikaisempi tutkimus osoittaa, että digitaalisen vastuullisuuden korkea taso (Kluiters ja muut, 2023) sekä tiedon julkistaminen (Salvi ja muut, 2020) voivat lieventää mahdollisten tietoturvapoikkeamien taloudellisia riskejä sekä lisätä sidosryhmien luottamusta yrityksen toimintaan. Tähän liittyen Kesko hyödyntää tietotilinpäätöstä kyberturvallisuuteen ja tietosuojaan liittyvässä tiedon julkistamisessa. Tietosuojan osalta tiedon julkistaminen keskittyy pitkälti GDPR:n mukaisten vastuiden kuvaamiseen. Tutkimusaineistoina käytetyistä tietotilinpäätös-raporteista ilmenee kuitenkin, että tietosuoja ja erityisesti datan vastuullinen käyttö on Keskon datastrategiassa nostettu tärkeään asemaan. Vaikka Kesko korostaa raportissaan digitaalista vastuullisuutta ei se kuitenkaan ole yhdistänyt raporttia suoraan vastuullisuusosioon, vaan tietotilinpäätös esitetään omana segmenttinään vuosiraporteilla.

Tutkimuskysymys koskien tietotilinpäättöksen tulevaisuutta yhtenä vastuullisuusraportoinnin osana on tulosten osalta hieman ristiriitainen. Samanaikaisesti kun sidosryhmät suhtautuvat positiivisesti vuosiraporttiin integroituun tietotilinpäättökseen, tulee säädösympäristöstä paine mukauttaa raportointia. Euroopan unionin kestävyysdirektiivi muuttaa vastuullisuusraportoinnin kenttää ja sen vuoksi vapaaehtoinen raportointi osana vuosikertomusta on jäämässä pois Keskon vuosikertomuksesta. Vastuullisuusraportoinnin motivaatiotekijöitä tarkastellessa ulkoiset lainsäädäntöön liittyvät vaateet nousevat esille. Tutkielmasta käy ilmi, että aikaisempi vastuullisuusustyö voidaan kuitenkin hyödyntää muutostilanteissa, eikä yrityksen tarvitse aloittaa tyhjältä pöydältä kestävyysdirektiivin tultua voimaan.

Tämän tutkimuksen tulokset toisaalta legitimoivat tietotilinpäättöksen julkaisun vuosiraporttiin integroituna, mutta samalla tuloksissa nähdään, että julkaisun voisi tuottaa muullakin tavalla kuin integroidun vuosikertomuksen yhteydessä. Myös aikaisemmat tutkimustulokset puoltavat muiden viestintäkanavien, kuten sosiaalisen median hyödyntämistä vapaaehtoisessa raportoinnissa (Zhang ja muut, 2024; Salvi ja muut, 2021; Deegan, 2019). Myös tämän tutkimuksen osalta tulokset puoltavat monikanavaista raportointia ja ylipäänsä sitä ajatusta, että raportoinnin muotoa voi ja tulee edelleen kehittää.

Tämän tutkimuksen kontribuutiota tulee tarkastella siitä näkökulmasta, että itse tutkimusaiheena ollut tietotilinpäättös tuo aineettomaan pääomaan liittyvän informaation epäsymmetrian tarkasteluun sidosryhmälähtöistä uutta näkökulmaa. Lisäksi aiheen ympärille muodostuvan säädosmuutosten kautta asia on todella ajankohtainen, joten tutkimuksella on sitä kautta uutuusarvoa.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitteet

Tutkimuksen primääriaineistona toiminut haastatteluaineisto kerättiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Haastattelut toteutettiin etäyhteyksin ja aineisto litteroitiin analysointia varten. Haastatteluaineiston muodostamisessa ongelmalliseksi osoittautui

haastateltavien rekrytointiin liittyvät ongelmat. Tämän tutkimuksen luotettavuutta arviotaessa on otettava huomioon haastatteluaineiston määrä. On pidettävä mahdollisena, että suurempi aineisto olisi voinut tuottaa erityyppisiä näkökulmia. Tutkimustulosta on yritetty kuvata siten, että tuloksia ei ole liikaa yleistetty vaan tuloksia tulkintaan näytteenä saaduista vastauksista. Haastatteluaineiston lisäksi tutkimustuloksia tarkastellaan sekundääriaineistona toimineiden tietotilinpäätösraporttien analyysin kautta. Aineistotriangulaation avulla on pyritty lisäämään tutkimuksen luotettavuutta.

Tutkimustuloksien esittelyssä haastattelujen vastauksia peilataan sekundääriaineiston lisäksi teoriaan. Teoriatriangulaation avulla on pyritty vahvistamaan tutkimuksen validiteettiä (Tuomi ja Sarajärvi, 2018; Hirsijärvi ja Hurme, 2022). Koska tietotilinpäätöksen rooli raportoinnissa on vapaaehtoinen ja formaatti uusi, ei suoranaisesti tietotilinpäätökseen liittyvää aikaisempaa tutkimusta ole juurikaan saatavilla. Teoriatriangulaation avulla on siten pyritty varmistamaan aiheeseen liittyvän tutkimuksen relevanssi. Tutkimukseen valittujen teorioiden käyttö on perusteltu johdantoluvussa sekä niiden relevanssia on arvioitu johtopäätöksissä. Lisäksi tutkimuksen validiteetti on pyritty varmistamaan sillä, että tutkimuksen johtopäätökset on esitetty siten, että niissä pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Tutkimuksen eettisyys on pyritty varmistamaan siten, että tutkimukseen osallistuminen oli vapaaehtoista. Tutkimusaineisto käsiteltiin luottamuksellisesti ja se on esitetty tutkimustuloksissa anonymina. Haastatteluihin osallistuneille kerrottiin tutkimuksen tarkoituksesta sekä aineiston säilyttämisestä.

7.3 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Tässä tutkielmassa tietotilinpäätöstä tutkittiin sijoittajaviestinnän sekä kohdeyrityksen motivaatiotekijöiden ja legitimaation näkökulmista. Tutkimuksen tuloksissa korostui osin tietotilinpäätöksen rooli yrityksen sisäisessä viestinnässä. Kuitenkin yritysten vastuullisuusraportoinnilla on tarkoitus tuottaa tietoa myös muille yritysten sidosryhmille ja

erityisesti osakkeenomistajille. Mahdollinen jatkotutkimus voisi olla laajemmalle otannalle osoitettu kyselytutkimus, jolla selvitetään laajemmin data-arvoketjun deskriptiivisen raportoinnin hyödyntämistä sijoittajien päätöksenteon tukena.

Tietoturvaan liittyen tulee julkisuuteen jatkuvasti esille tietosuojapoikkeamia, näistä tuoreimpana, joulukuussa 2024 Valion dataan kohdentunut tietomurto, jonka seurauksena yli 70 000 henkilön tietoja vuoti hyökkääjälle. Tietotilinpäätös kertoo myös kuluttaja-asiakkaille heidän tietojensa käyttöön liittyvistä periaatteista. Myös uusien teknologioiden, kuten tekoälyn käyttöönoton jälkeen yritysten tulisi mitata kuluttaja-asiakkaiden asenteita (Du ja Xie, 2021). Yksi näkökulma jatkotutkimukseen voi löytyä nimenomaan kuluttaja-asiakkaan sidosryhmästä. Voiko data governanceen liittyvällä vapaaehtoisella tietojen julkistamisella, esimerkiksi tietotilinpäätöksen keinoin saavuttaa kuluttaja-asiakkaiden luottamusta? Tutkimuksen toteuttamisessa voisi hyödyntää esimerkiksi kyselytutkimusta sosiaalisen median kanavilla.

Kolmas potentiaalinen jatkotutkimus liittyy digitalisaation asteeseen liittyvän raportoinnin ja yrityksen markkina-arvion väliseen suhteeseen. Tähän tutkimuskentältä löytyy jo olemassa olevaa tutkimusta, muun muassa Zhang ja muut (2024) sekä Salvi ja muut (2021). Mahdollinen jatkotutkimus voisikin liittyä esimerkiksi tietovuotojen tai kyberturvallisuustapahtumien jälkeiseen tilanteeseen, kuinka markkinat reagoivat ja voiko raportointia hyödyntää riskienhallintaan?

Lähteet

- Abdelqader, M., Uyar, A., & Kuzey, C. (2024). CSR transparency and firm value: Is the connection differential for cost leaders and differentiators? *Journal of cleaner production*, 443. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141102>
- Albertini, E., Berger-Remy, F., Lefrancq, S., Morgana, L., Petković, M., & Walliser, E. (2021). Voluntary disclosure and intellectual capital: How CEOs mobilise discretionary accounting narratives to account for value creation stemming from intellectual capital. *Journal of applied accounting research*, 22(4), 687-705. <https://doi.org/10.1108/JAAR-04-2020-0073>
- Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. Vastapaino.
- An, Y., Davey, H., & Eggleton, I. R. (2011). Towards a comprehensive theoretical framework for voluntary IC disclosure. *Journal of intellectual capital*, 12(4), 571-585. <https://doi.org/10.1108/14691931111181733>
- Bamiatzi, V., Dowling, M., Gogolin, F., Kearney, F., & Vigne, S. (2023). Are the good spared? Corporate social responsibility as insurance against cyber security incidents. *Risk analysis*, 43(12), 2503-2518. <https://doi.org/10.1111/risa.14122>
- Benvenuto, M., Aufiero, C., & Viola, C. (2023). A systematic literature review on the determinants of sustainability reporting systems. *Heliyon*, 9(4), e14893. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14893>
- Bonsón, E., Bednárová, M., & Perea, D. (2023). Disclosures about algorithmic decision making in the corporate reports of Western European companies. *International journal of accounting information systems*, 48, 100596. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2022.100596>
- Borrero-Domínguez, C., Cortijo-Gallego, V., & Escobar-Rodríguez, T. (2024). Digital transformation voluntary disclosure: Insights from leading European companies. *International journal of accounting information systems*, 55, 100711. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2024.100711>
- Cho, C. H., Fabrizi, M., Pilonato, S., & Ricceri, F. (2024). Not all bad news is harmful to a good reputation: Evidence from the most visible companies in the US. *Journal of*

- management and governance*, 28(1), 9-36. <https://doi.org/10.1007/s10997-022-09645-6>
- Collins, V., & Lanz, J. (2019). Managing data as an asset: Certified public accountant. *The CPA Journal*, 89(6), 22-27. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/managing-data-as-asset/docview/2239576675/se-2>
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling Theory: A Review and Assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39-67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, auditing, & accountability*, 15(3), 282-311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Deegan, C. M. (2019-12-02). Legitimacy theory: Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. *Accounting, auditing & accountability journal*, ennakkoverkköjulkaisu, 2307-2329. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2018-3638>
- Demers, E., Hendrikse, J., Joos, P., & Lev, B. (2021). ESG did not immunize stocks during the COVID-19 crisis, but investments in intangible assets did. *Journal of business finance & accounting*, 48(3-4), 433-462. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12523>
- Donaldson, T. & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation - Concepts, Evidence and Implications. *The Academy of Management review*, 20(1), 65-91. <https://doi.org/10.5465/AMR.1995.9503271992>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Sociological perspectives*, 18(1), 122-136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Du, S., & Xie, C. (2021). Paradoxes of artificial intelligence in consumer markets: Ethical challenges and opportunities. *Journal of business research*, 129, 961-974. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.024>
- Elkington, J. (1999). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.

- Epure, M. (2022). Corporate social responsibility as a signaling technology. *Review of managerial science*, 16(3), 907-930.
<https://doi.org/10.1007/s11846-021-00472-x>
- Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino.
- Evans, N., & Price, J. (2020). Development of a holistic model for the management of an enterprise's information assets. *International journal of information management*, 54, 102193. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102193>
- Faroukhi, A. Z., El Alaoui, I., Gahi, Y., & Amine, A. (2020). Big data monetization throughout Big Data Value Chain: A comprehensive review. *Journal of big data*, 7(1), 1-22.
<https://doi.org/10.1186/s40537-019-0281-5>
- Fu, L., Boehe, D. M., & Orlitzky, M. O. (2022). Broad or Narrow Stakeholder Management? A Signaling Theory Perspective. *Business & society*, 61(7), 1838-1880.
<https://doi.org/10.1177/00076503211053018>
- Fu, H., Chang, T., Lin, S., Teng, Y., & Huang, Y. (2023). Evaluation and adoption of artificial intelligence in the retail industry. *International journal of retail & distribution management*, 51(6), 773-790. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-12-2021-0610>
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing (1984). Digitally printed version by Cambridge University Press, New York.
- Freeman, R. E., & Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California management review*, 25(3), 88-106.
<https://doi.org/10.2307/41165018>
- Freudenreich, B., Lüdeke-Freund, F., & Schaltegger, S. (2020). A Stakeholder Theory Perspective on Business Models: Value Creation for Sustainability. *Journal of business ethics*, 166(1), 3-18. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04112-z>
- Haaramo, V., Peill, E., & Palmuaro, S. (2005/2023). *IFRS-raportointi*. WSOYpro.
- Hahn, R., Reimsbach, D., Kotzian, P., Feder, M., & Weißenberger, B. E. (2021). Legitimation Strategies as Valuable Signals in Nonfinancial Reporting? Effects on Investor Decision-Making. *Business & society*, 60(4), 943-978.
<https://doi.org/10.1177/0007650319872495>

- Herden, C. J., Alliu, E., Cakici, A., Cormier, T., Deguelle, C., Gambhir, S., . . . Edinger-Schons, L. M. (2021). Corporate Digital Responsibility: New corporate responsibilities in the digital age. *Sustainability Management Forum = NachhaltigkeitsManagementForum*, 29(1), 13-29. <https://doi.org/10.1007/s00550-020-00509-x>
- Hirsjärvi, S., Hurme, H., & Gaudeamus oy. (2022). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö* ([2. painos].). Gaudeamus.
- Hoofnagle, C. J., Sloot, B. v. d., & Borgesius, F. Z. (2019). The European Union general data protection regulation: What it is and what it means. *Information & communications technology law*, 28(1), 65-98. <https://doi.org/10.1080/13600834.2019.1573501>
- Hummel, K., & Schlick, C. (2016). The relationship between sustainability performance and sustainability disclosure – Reconciling voluntary disclosure theory and legitimacy theory. *Journal of accounting and public policy*, 35(5), 455-476. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2016.06.001>
- Hyvärinen, M., Nikander, P., & Ruusu vuori, J. (2010). *Haastattelun analyysi*. Vastapaino.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Jordão, R.V.D. & Almeida, V.R.d. (2017), Performance measurement, intellectual capital and financial sustainability. *Journal of Intellectual Capital*, 18(3), 643-666. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2016-0115>
- Juma'h, A. H., & Alnsour, Y. (2021). How Do Investors Perceive the Materiality of Data Security Incidents. *Journal of global information management*, 29(6). <https://doi.org/10.4018/JGIM.20211101.0a4>
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). The strategy map: Guide to aligning intangible assets. *Strategy & leadership*, 32(5), 10-17. <https://doi.org/10.1108/10878570410699825>
- Kashmiri, S., Nicol, C. D., & Hsu, L. (2017). Birds of a feather: Intra-industry spillover of the Target customer data breach and the shielding role of IT, marketing, and CSR. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(2), 208-228. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0486-5>

- Kesko vuosikertomus 2022. 29.11.2023 osoitteesta https://www.kesko.fi/globalassets/03-sijoittaja/raporttikeskus/2023/q1/kesko_vuosiraportti_2022.pdf
- Kesko vuosikertomus 2023. Noudettu 5.3.2024 osoitteesta https://www.kesko.fi/492905/globalassets/03-sijoittaja/raporttikeskus/2024/q1/vuosiraportti-/kesko_vuosiraportti_2023.pdf
- Koch, T., & Windsperger, J. (2017). Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy. *Journal of organization design (Aarhus)*, 6(6), 1-30. <https://doi.org/10.1186/s41469-017-0016-z>
- KPMG: (2015). *Digital Trust*. Noudettu 5.4.2024 osoitteesta: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/12/digital-trust.pdf>
- KPMG. (2022). *Global Survey of Sustainability Reporting 2022*. Noudettu 28.3.2024 osoitteesta <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/se/pdf/komm/2022/Global-Survey-of-Sustainability-Reporting-2022.pdf>
- Kluiters, L., Srivastava, M., & Tyll, L. (2023). The impact of digital trust on firm value and governance: An empirical investigation of US firms. *Society and business review*, 18(1), 71-103. <https://doi.org/10.1108/SBR-07-2021-0119>
- Labidi, M., & Gajewski, J. F. (2019). Does increased disclosure of intangible assets enhance liquidity around new equity offerings? *Research in international business and finance*, 48, 426-437. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.01.009>
- Leitner-Hanetseder, S., & Lehner, O. M. (2023). AI-powered information and Big Data: Current regulations and ways forward in IFRS reporting. *Journal of applied accounting research*, 24(2), 282-298. <https://doi.org/10.1108/JAAR-01-2022-0022>
- Lev, B., & Daum, J. H. (2004). The dominance of intangible assets: Consequences for enterprise management and corporate reporting. *Measuring business excellence*, 8(1), 6-17. <https://doi.org/10.1108/13683040410524694>
- Lev, B. (2019). Ending the Accounting-for-Intangibles Status Quo. *The European accounting review*, 28(4), 713-736. <https://doi.org/10.1080/09638180.2018.1521614>
- Liakh, O. (2021). Accountability through sustainability data governance: Reconfiguring reporting to better account for the digital acceleration. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 13(24), 13814. <https://doi.org/10.3390/su132413814>

- Lindgren, C., Huq, A. M., & Carling, K. (2021). Who Are the Intended Users of CSR Reports? Insights from a Data-Driven Approach. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 13(3), 1070. <https://doi.org/10.3390/su13031070>
- Lobschat, L., Mueller, B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach, S., Kroschke, M., & Wirtz, J. (2021). Corporate digital responsibility. *Journal of business research*, 122, 875-888. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.006>
- Lock, I., & Seele, P. (2017). Theorizing stakeholders of sustainability in the digital age. *Sustainability science*, 12(2), 235-245. <https://doi.org/10.1007/s11625-016-0404-2>
- Macchioni, R., Prisco, M., & Zagaria, C. (2024). The value relevance of voluntary disclosure through social media platforms: Evidence from European Union listed firms. *Socio-economic planning sciences*, 93, 101890. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2024.101890>
- Mervelskemper, L., & Streit, D. (2017). Enhancing Market Valuation of ESG Performance: Is Integrated Reporting Keeping its Promise? *Business strategy and the environment*, 26(4), 536-549. <https://doi.org/10.1002/bse.1935>
- Mihale-Wilson, C., Hinz, O., van der Aalst, W., & Weinhardt, C. (2022). Corporate Digital Responsibility: Relevance and Opportunities for Business and Information Systems Engineering. *Business & information systems engineering*, 64(2), 127-132. <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00746-y>
- Mura, M., Longo, M., Domingues, A. R., & Zanni, S. (2019). An Exploration of Content and Drivers of Online Sustainability Disclosure: A Study of Italian Organisations. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 11(12), 3422. <https://doi.org/10.3390/su11123422>
- Nirino, N., Ferraris, A., Miglietta, N., & Invernizzi, A. C. (2022). Intellectual capital: The missing link in the corporate social responsibility–financial performance relationship. *Journal of intellectual capital*, 23(2), 420-438. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2020-0038>
- Odonovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, auditing, & accountability*, 15(3), 344-371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>

- O'Shannassy, T. (2008). Sustainable competitive advantage or temporary competitive advantage: Improving understanding of an important strategy construct. *Journal of Strategy and Management*, 1(2), 168-180. <https://doi.org/10.1108/17554250810926357>
- Pérez-López, D., Moreno-Romero, A., & Barkemeyer, R. (2015). Exploring the Relationship between Sustainability Reporting and Sustainability Management Practices. *Business strategy and the environment*, 24(8), 720-734. <https://doi.org/10.1002/bse.1841>
- Porter M. E. and Kramer M. R. (2006). Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, Dec2006, Vol. 84 (Issue 12), pp. 78-92.
- Pizzi, S., Principale, S., Fasiello, R., & Imperiale, F. (2023). The institutionalisation of social and environmental accounting practices in Europe. *Journal of applied accounting research*, 24(5), 816-838. <https://doi.org/10.1108/JAAR-07-2022-0190>
- Ross, J. W., Beath, C. M., & Sebastian, I. M. (2017). How to Develop a Great Digital Strategy. *MIT Sloan management review*, 58(2), 7.
- Salvi, A., Vitolla, F., Giakoumelou, A., Raimo, N., & Rubino, M. (2020). Intellectual capital disclosure in integrated reports: The effect on firm value. *Technological forecasting & social change*, 160, 120228. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120228>
- Salvi, A., Vitolla, F., Rubino, M., Giakoumelou, A., & Raimo, N. (2021). Online information on digitalisation processes and its impact on firm value. *Journal of business research*, 124, 437-444. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.025>
- Sardo, F., & Serrasqueiro, Z. (2018). Intellectual capital, growth opportunities, and financial performance in European firms: Dynamic panel data analysis. *Journal of intellectual capital*, 19(4), 747-767. <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2017-0099>
- Shen, N., Au, K., & Li, W. (2020). Strategic alignment of intangible assets: The role of corporate social responsibility. *Asia Pacific journal of management*, 37(4), 1119-1139. <https://doi.org/10.1007/s10490-019-09681-1>

- Smaili, N., Radu, C., & Khalili, A. (2023). Board effectiveness and cybersecurity disclosure. *Journal of management and governance*, 27(4), 1049-1071. <https://doi.org/10.1007/s10997-022-09637-6>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly journal of economics*, 87(3), 355-374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Tuomi, J., Sarajärvi, A., & Tammi. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos.). Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vaivio, J. (2008). Qualitative management accounting research: Rationale, pitfalls and potential. *Qualitative research in accounting and management*, 5(1), 64-86. <https://doi.org/10.1108/11766090810856787>
- Veldkamp, L. (2023). Valuing Data as an Asset. *Review of Finance*, 27(5), 1545-1562. <https://doi.org/10.1093/rof/rfac073>
- Vilkka, H. (2021). *Tutki ja kehitä* (5., päivitetty painos.). PS-kustannus.
- Watson, B. C. (2011). Barcode Empires: Politics, Digital Technology, and Comparative Retail Firm Strategies. *Journal of industry, competition and trade*, 11(3), 309-324. <https://doi.org/10.1007/s10842-011-0109-2>
- Xie, X., & Zhang, W. (2023). Should More Internally Generated Intangible Assets Be Recognized? A Commentary. *Abacus (Sydney)*, 59(1), 6-31. <https://doi.org/10.1111/abac.12276>
- Xu, T., Shi, H., Shi, Y., & You, J. (2024). From data to data asset: Conceptual evolution and strategic imperatives in the digital economy era. *Asia Pacific journal of innovation and entrepreneurship (Online)*, 18(1), 2-20. <https://doi.org/10.1108/APJIE-10-2023-0195>
- Ylinen, M., Järvenpää, M. & Myllymäki, A. (2022). Data Balance Sheet in OP Finance Group. Teoksessa Kalmi, P., Auvinen, T., & Järvenpää, M. (toim.) (2022). *Responsible Finance and Digitalization: Implications and Developments*, 123-139. Taylor & Francis Group.
- Zamil, I. A., Ramakrishnan, S., Jamal, N. M., Hatif, M. A., & Khatib, S. F. (2023). Drivers of corporate voluntary disclosure: A systematic review. *Journal of financial reporting & accounting*, 21(2), 232-267. <https://doi.org/10.1108/JFRA-04-2021-0110>

Zhang, R., Wen, L., & Xu, L. (2025). Answering without being asked: The effect of voluntary disclosure of digital strategy on stock price synchronicity. *Finance research letters*, 77, 107023. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107023>

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

- 1) Tietotilinpäättös
 - a) Oletko tutustunut Keskon vuosiraporttiin sisällytetty Tietotilinpäättös- osioon?
 - i) Jos et ole lukenut, niin miksi ei?
 - b) Mikä on näkemyksesi siitä *miksi* Kesko tuottaa tietotilinpäättöstä?
 - c) Kaipaanko muilta pörssiyhtiöiltä vastaavan sisältöistä raportointia?

- 2) Datan arvonluonti ja datastrategia
 - a) Kaipaanko sijoittajana tietoa datan / aineettoman pääoman arvonluontipotentiaalista?
 - b) Tuottaako tietotilinpäättös mielestäsi sellaista informaatiota, jolla on vaikutusta sijoituspäätöksiin?
 - i) Jos vaikuttaa, onko vaikutus positiivinen / neutraali / negatiivinen.
 - c) Mikä on datan relevanssi sijoituspäätöksissä?
 - d) Mikä tietosisällössä on erityisen merkityksellistä arvonluonnin näkökulmasta?
 - e) Onko tietotilinpäättöksen tietosisältö riittävää vai tulisiko sen olla kattavampaa tai suppeampaa?
 - i) Millaista lisätietoa siihen olisi syytä sisällyttää tai vastaavasti jättää pois?
 - f) Kuvaako tietotilinpäättös riittävällä Keskon digitaalisen strategian painopisteitä ja sitä, miten Kesko pyrkii saavuttamaan sillä kilpailuetua?
 - g) Tukeeko tietotilinpäättöksen välittämä kuva Keskon arvonluontipanostusta? Toisin sanoen ovatko digitaalisuuteen tehdyt investoinnit riittävästi perusteltuja.
 - a) Datan riskisyyteen vaikuttavat seikat:
 - i) miten arvioit datan käyttöön liittyviä riskejä sijoittajan näkökulmasta?
 - ii) Ovatko kyberturvallisuuden / datavastuullisuuden liittyvät seikat mielestäsi riittävän hyvin huomioitu Keskon toiminnassa?
 - b) Vaikuttavatko datavastuullisuuden tai riskeihin kuvatut seikat sijoituspäätökseen?
 - i) Jos vaikuttaa, niin onko vaikutus positiivinen / neutraali / negatiivinen.

3) Vastuullisuusraportointi

- a) Tarvitaanko mielestäsi tietotilinpäätökseen tuotetun informaation osalta standardoitua mallia? Jos kyllä, niin tulisiko sen olla mielestäsi integroitu vastuullisuusraportointiin vai taloudelliseen raportointiin.
- b) Pitäisikö mielestäsi tietotilinpäätös varmentaa?
- c) Onko Keskon panostus tietotilinpäätökseen laatimiseen perusteltua vai koetko, että vastaava tieto olisi saatavissa tai tulisi tuottaa muuta kanavaa pitkin?
 - i) Jos muuta kanavaa pitkin, niin mikä olisi paras kanava?