

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
Taloustieteiden tiedekunta

VUOSIKERTOMUSNARRATIIVIEN INFORMAATIO SISÄLTÖ
Toimitusjohtajan katsauksen ja hallituksen toimintakertomuksen
sisällön analyysi

Laskentatoimi
Pro gradu -tutkielma
Marraskuu 2001

Laatija: Anu Martikainen
Ohjaaja: Pekka Pirinen

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO TALOUSTIETEIDEN TIEDEKUNTA

Tekijä Anu Martikainen	
Työn nimi Vuosikertomusnarratiivien informaatioisisältö – Toimitusjohtajan katsauksen ja hallituksen toimintakertomuksen sisällön analyysi	
Oppiaine Laskentatoimi	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika Marraskuu 2001	Sivumäärä 71+2
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Taloudellinen raportointi muodostaa keskeisen osan yritysviestintää, ja vuosikertomukset ovat perinteisesti olleet tärkeitä välineitä yrityksen raportoidessa taloudellisista seikoista rahoittajille ja muille sidosryhmille. Tässä tutkimuksessa keskityttiin kartoittamaan vuosikertomusten sisältämien sanallisten dokumenttien eli narratiivien sisältöä. Tutkimuksen kohteena oli kaksi luonteeltaan ja asemaltaan erilaista dokumenttia eli vapaaehtoinen ja vapaamuotoinen toimitusjohtajan katsaus sekä viralliseen tilinpäätökseen kuuluva, lakisääteinen hallituksen toimintakertomus. Tutkimusaineistona käytettiin Helsingin pörssin päälistalle listautuneiden yritysten vuosikertomuksia vuodelta 1999, ja tutkimusmenetelmänä oli sisällön erittely.</p> <p>Empiirisen aineiston analyysi osoitti toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten välillä olevan eroja sekä ajallisessa että temaattisessa rakenteessa. Hallituksen toimintakertomukset sisälsivät toimitusjohtajan katsauksia enemmän menneisyyttä koskevaa informaatiota. Narratiiveissa käsitellyissä aihepiireissä oli puolestaan eroja siten, että hallituksen toimintakertomuksissa keskeisimmät teemat olivat luonteeltaan kvantitatiivisia, kun taas toimitusjohtajan katsauksissa eniten käsitellyt teemat olivat pääasiassa kvalitatiivisia. Myös yrityksen menestyksen todettiin jossain määrin vaikuttavan narratiivien informaatioisisältöön. Tilastollisesti merkitseviä eroja hyvin ja huonosti menestyneiden yritysten välillä oli kuitenkin lähinnä vain toimitusjohtajan katsauksissa. Toimitusjohtajan katsausten välillä oli havaittavissa muutenkin paljon enemmän vaihtelua yritysten välillä sekä temaattisen että ajallisen aspektin osalta, eli ne muodostivat keskenään luonteeltaan heterogeenisemmän ryhmän.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että toimitusjohtajan katsaus ja hallituksen toimintakertomus ovat viestinnälliseltä perusfunktioltaan selvästi erilaisia. Hallituksen toimintakertomus on suhteellisen kaavamainen selonteko, joka sisältää täsmällistä, suureksi osaksi kvantitatiivista informaatiota yritystä koskevista seikoista. Toimitusjohtajan katsaus puolestaan pyrkii profiloimaan yritystä, ja sen puitteissa on mahdollista tuoda enemmän esille yrityksen persoonallisuutta ja imagoa.</p>	
Asiasanat sijoittajaviestintä, vuosikertomukset, toimitusjohtajan katsaus, hallituksen toimintakertomus	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto / Taloustieteiden tiedekunta	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen taustaa.....	1
1.2	Tutkimuksen aihealue ja tutkimusongelma.....	2
2	YRITYSTEN TALOUDELLINEN RAPORTOINTI.....	6
2.1	Yritysten tiedonantovelvollisuus.....	6
2.2	Taloudellisen raportoinnin rooli ja tehtävät.....	7
2.3	Kontingenssiteoreettinen näkökulma taloudelliseen raportointiin	8
3	VUOSIKERTOMUSINFORMAATIO	14
3.1	Vuosikertomus osana yrityksen viestintää.....	15
3.2	Vuosikertomuksen sisältö	16
3.3	Vuosikertomusinformaatiolle asetettuja vaatimuksia.....	17
3.4	Vuosikertomusten narratiivit.....	19
3.4.1	Hallituksen toimintakertomus	20
3.4.2	Toimitusjohtajan katsaus	21
3.5	Narratiivien informaatiosisältö	22
3.5.1	Narratiivien sisältämän informaation ennustearvo	22
3.5.2	Yrityksen menestyksen vaikutus narratiivien sisältöön	23
4	TUTKIMUSONGELMA, AINEISTO JA MENETELMÄT.....	25
4.1	Tutkimusongelma ja hypoteesit	25
4.2	Tutkimusaineisto	26
4.3	Tutkimusmenetelmät.....	27
4.4	Tutkimuksen käytännön toteutus	28
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	31
5.1	Narratiivien sisällön aikaulottuvuus.....	31
5.1.1	Yritysten väliset erot aikaviittauksissa	33
5.1.2	Menestyksen vaikutus narratiivien aikaulottuvuuteen	34
5.2	Narratiivien temaattinen rakenne	36
5.2.1	Narratiiveissa käsitellyt teemat.....	36
5.2.2	Narratiivien väliset erot temaattisessa rakenteessa.....	37
5.2.3	Teemojen esiintyminen yksittäisissä toimitusjohtajan katsauksissa	40
5.2.4	Teemojen esiintyminen yksittäisissä hallituksen toimintakertomuksissa	43
5.2.5	Menestyksen vaikutus narratiivien temaattiseen rakenteeseen	45
5.3	Teemojen ja aikaulottuvuuden yhteys.....	48
5.4	Tuloksen selittäminen narratiiveissa.....	51
5.5	Tulevaisuusinformaation piirteet	54
5.5.1	Arviot.....	55
5.5.2	Tavoitteet.....	58
5.5.3	Suunnitelmat.....	60
5.5.4	Toteamukset	62

6 JOHTOPÄÄTÖKSET	64
LÄHTEET	68
LIITE	

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Informaation merkitys yhteiskunnassa yleensä ja ehkä erityisesti nimenomaan talouselämässä on tullut entistä tärkeämmäksi. Informaatiota tarvitaan, jotta talouselämän toimijat osaisivat tehdä kussakin tilanteessa oikeat ratkaisut. Informaatiota tarvitsevat talouselämässä sekä markkinoilla toimivien yritysten johto että niiden rahoittajat. Yritysjohdolla on oltava tietoa yrityksen toimintaan ja toimintaedellytyksiin vaikuttavista tekijöistä, jotta se kykenee valitsemaan useista eri toimintavaihtoehdoista ja investointimahdollisuuksista juuri ne, jotka tuottavat yrityksen kannalta parhaimman lopputuloksen. Samoin myös yritysten rahoittajilla on oltava tietoa yritysten tuloksetekokykyyn ja muihin toiminnan kannalta tärkeisiin tekijöihin vaikuttavista seikoista, jotta ne pystyisivät valitsemaan useiden yritysten joukosta juuri ne, joiden toiminnan rahoittaminen on kannattavaa. Toisin sanoen, informaatio ja sen oikea tulkinta mahdollistavat niukkojen resurssien optimaalisen allokoinnin.

Organisaatioiden on vaikutettava ympäristöönsä viestimällä niille ryhmille, joiden kanssa se haluaa ylläpitää suhteita. Viestintä on siis noita suhteita ylläpitävä prosessi. (Dolphin 1999, 2.) Dolphinin (1999, 92) mukaan yritysviestinnän piiriin kuuluvista osa-alueista juuri taloudellisesta viestinnästä on tullut nopeimmin kasvava kenttä. Markkinoilla toimivia yrityksiä koskevaa informaatiota sijoittajat voivat saada useastakin eri lähteestä, mutta yritykset itsessään ovat kuitenkin ehkä merkittävimpiä tiedon lähteitä ja viestijiä. Pörssi-yrityksille on asetettu lainsäädännössä velvollisuus julkaista tietoja toiminnastaan ja taloudellisesta tuloksestaan esimerkiksi erilaisten tilinpäätöstä ja osavuositulosta koskevien tiedotteiden muodossa, mutta lakisääteisten velvoitteiden lisäksi yritykset myös vapaaehtoisesti viestivät sijoittajien suuntaan esimerkiksi julkaisemalla sijoittajille suunnattua lehteä ja järjestämällä sijoittaja- ja analytikkotapaamisia. Sijoittajaviestinnällä on yritykselle usein merkittävä rooli sekä yrityskuvan luomisessa että sijoittajien luottamuksen saavuttamisessa.

Yritysten viestintä jo olemassa oleviin osakkeenomistajiin ja mahdollisiin uusiin omistajiin päin on sekä jo tapahtuneiden asioiden raportointia että tulevaisuuden ennusteita ja arvioita.

Tilikauden tapahtumista ja tuloksesta raportoinnin merkitys on siinä, että sitä kautta omistajat saavat tietoa siitä, kuinka yritys on käyttänyt saamansa rahoituksen ja kuinka paljon on mahdollisesti syntynyt sitä voittoa, jota voitaisiin palauttaa heille korvauksena yritykseen sijoitetusta pääomasta. Tulevaisuusnäkökulma on puolestaan tärkeä siksi, että omistajien on kyettävä arvioimaan sitä, millainen sijoituskohte yritys näyttäisi olevan tulevaisuudessa ja millaisia riskejä sijoitukseen mahdollisesti voisi liittyä.

1.2 Tutkimuksen aihealue ja tutkimusongelma

Suuri osa yritysten antamasta informaatiosta on syntynyt laskentatoimen prosessien tuloksena. Tästä johtuen se on varsin usein kvantitatiivisessa muodossa, mistä tuloslaskelma ja tase ovat hyviä esimerkkejä. Näiden numero- ja taulukkomuotoon laadittujen asiakirjojen lisäksi yritykset tuovat julkisuuteen kuitenkin aina myös sanalliseen, kertovaan muotoon laadittuja dokumentteja. Sijoittajaviestinnän ehkä tärkeimmässä välineessä, vuosikertomuksessa, on sanallisia osioita yleensä huomattavan paljon verrattuna varsinaiseen numero- ja taulukkomuotoiseen tilinpäätösaineistoon. Näihin sanallisiin osioihin kuuluvat esimerkiksi toimitusjohtajan katsaus, mahdollisesti hyvinkin laajat selvitykset raportointivuoden osalta yrityksen toiminnasta markkina-alueittain, toimialoittain tai tuoteryhmittäin sekä esimerkiksi henkilöstöä tai yrityksen ympäristöasioita koskevat katsaukset. Lisäksi myös lakisääteisten tilinpäätösasiakirjojen joukossa on yksi pääasiallisesti sanalliseen muotoon laadittu asiakirja, hallituksen toimintakertomus, jossa esimerkiksi käydään läpi yrityksen kannalta vuoden merkittävimmät tapahtumat ja kerrotaan yrityksen hallinnosta ja omistussuhteista.

Sanalliset dokumentit eli *narratiivit* antavat yrityksen johdolle mahdollisuuden sekä yksinkertaisesti selostaa tilikauden tapahtumia että myös selittää yrityksen tulosta ja siihen vaikuttaneita tekijöitä ja taustoja. Narratiiveissa voidaan käsitellä sellaisia seikkoja, jotka eivät ole taulukkomuotoisesta tilinpäätösaineistosta sellaisenaan luettavissa ja tulkittavissa. Narratiivit voivat olla erityisen hyödyllisiä vähemmän asiantuntemusta omaaville osakkeenomistajille siksi, että niissä selitetään yrityksen toimintaa ei-teknisellä kielellä (Jones 1994, 225), jolloin narratiivien yhtenä funktiona voidaan siis pitää tilinpäätöstietojen selittämistä tavalla, joka osaltaan helpottaa lukijan tutustumista tuloslaskelmaan ja taseeseen. Toisaalta vuosikertomusten narratiivisten osioiden on todettu sisältävän tärkeää ja käyttökelpoista

informaatiota myös analyytikoille, jotka kuitenkin ovat taloudellisen tiedon tulkitsemisen ammattilaisia (Schipper 1991).

Vuosikertomuksia ja niiden sisältöä on tutkittu aiemmin varsin monesta eri näkökulmasta. Seuraavaksi esitellään lyhyesti muutamia vuosikertomuksia ja niiden informaatioisisältöä tai muita piirteitä analysoineita tutkimuksia. Tavoitteena on antaa yleiskuva aihepiiriä koskevasta tutkimuskentästä ja käytetyistä lähestymistavoista ja asemoida sitä kautta myös tämä tutkimus kontekstiinsa. Tämän tutkimuksen kannalta keskeisimpien aiemmin tehtyjen tutkimusten tuloksia käydään tarkemmin läpi luvussa 3.5, joten tässä yhteydessä tutkimuksia kuvailaan vain yleisellä tasolla.

Osassa vuosikertomuksia koskevista tutkimuksista on keskitytty analysoimaan esimerkiksi informaation määrää yleisesti ja sitä, kuinka hyvin se vastaa sille esimerkiksi lainsäädännössä asetettuja vaatimuksia. Suomessa vuosikertomusten sisältöä ja informaation määrää on tutkinut esimerkiksi Tuominen (1984), joka tarkasteli tutkimuksessaan suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomusten informaatioarvoa ja sen kehitystä erilaisten normilähteiden näkökulmasta. Myöhemmin Tuominen tutki yritysten avoimuuspolitiikan kehitystä vuosina 1976, 1980 ja 1984 sijoittajasuhdetoiminnan näkökulmasta vuosikertomuksiin sisällytetyn informaation määrällä mitattuna (Tuominen 1991).

Edellä kuvatuissa Tuomisen tekemissä tutkimuksissa vuosikertomusinformaatiota on tutkittu kokonaisuutena analysoimatta erikseen sanallisia osioita. Tutkimuksia on tehty kuitenkin myös erityisesti vuosikertomuksen narratiiveista. Näissä tutkimuksissa on tutkittu sekä niiden asiasisältöä että kielellisiä piirteitä. Usein tavoitteena on ollut esimerkiksi erotteluanalyysin keinoin selvittää se, voidaanko hyvin ja huonosti menestyneet yritykset tunnistaa ja erotella toisistaan narratiivien sisältämien piirteiden perusteella, tai voidaanko yrityksen tulevaa menestystä ennustaa narratiivien sisältämän informaation avulla.

Kohut ja Segars (1992) tarkastelivat yhdysvaltalaisen yritysten vuosikertomuksissa olevia toimitusjohtajan katsauksia ja vertasivat toisiinsa hyvin ja huonosti menestyneitä yrityksiä toimitusjohtajan katsauksen sisällön suhteen. Smith ja Taffler (2000) analysoivat omassa tutkimuksessaan hallituksen puheenjohtajan osakkeenomistajille suunnatun katsauksen teemoja ja sanavalintoja sen selvittämiseksi, voidaanko niiden perusteella tehdä johtopäätöksiä yrityksen tulevasta kehityksestä eli sisältävätkö ne siinä mielessä hyödyllistä

informaatiota. Samankaltaista lähestymistapaa käytti myös Swales (1988) tutkiessaan toimitusjohtajan katsausten ennustearvoa yrityksen tulevan menestyksen arvioinnissa.

Hyland (1998) on tutkinut vuosikertomusten narratiivien metadiskurssia eli niitä tekstin ominaisuuksia, jotka eivät varsinaisesti myötävaikuta itse asiasisältöön, vaan jotka liittyvät tekstin jäsentämiseen ja organisointiin, tai jotka ilmaisevat kirjoittajan asennetta joko tekstin sisältöä tai sen lukijaa kohtaan. Toimitusjohtajan katsausten kielen rakennetta on analysoinut myös Thomas (1997), joka tutki yhden yrityksen toimitusjohtajan katsauksia ja niiden kieltä ajanjaksolta, jolloin yrityksen alunperin hyvä tulos heikkeni muutamassa vuodessa voimakkaasti. Subramanian, Insley ja Blackwell (1993) puolestaan analysoivat toimitusjohtajan katsauksia niiden luettavuuden näkökulmasta verraten toisiinsa taloudellisesti hyvin ja huonosti menestyneitä yrityksiä. Clatworthy ja Jones (2001) tutkivat hallituksen puheenjohtajan katsausten luettavuutta ja luettavuuden yhteyttä katsausten temaattisen rakenteen piirteisiin.

Tutkimuksia on tehty myös siitä näkökulmasta, miten vuosikertomusten narratiiveissa selitetään ja analysoidaan yrityksen menestystä tai vastaavasti menestymättömyyttä eli millaisia perusteluita yrityksen tulokselle annetaan. Tätä kausaaliseksi päättelyksi kutsuttavaa selitysprosessia ovat tutkineet muun muassa Bettman ja Weitz (1983), Staw, McKechnie & Puffer (1983), Salancik ja Meindl (1984) sekä Aerts (1994).

Vaikka vuosikertomuksia koskeva tutkimuskenttä on laaja, se ei ole kuitenkaan vielä kaikenkattava. Tämän tutkimuksen tavoitteena on antaa monipuolinen yleiskuva kahden vuosikertomuksesta löytyvän narratiivin, hallituksen toimintakertomuksen ja toimitusjohtajan katsauksen informaatioisisällöistä. Tutkimuksen empiirisen aineiston muodostavat Helsingin arvopaperipörssissä listautuneiden yritysten vuosikertomusten sisältämät toimitusjohtajan katsaukset ja hallituksen toimintakertomukset. Tutkimuksessa selvitetään sekä dokumenttien temaattista rakennetta, eli sitä, mitä asioita ja aihepiirejä kyseisissä dokumenteissa yleensä käsitellään, että sitä, miten dokumenttien sisältö painottuu ajallisesti, eli kuinka paljon niissä puhutaan menneen vuoden asioista ja kuinka paljon vastaavasti tulevaisuudesta. Koska narratiivien sisältämät selitykset yrityksen tulokselle ja menestymiselle ovat myös olleet yksi melko keskeinen tutkimusalue, halutaan tämänkin tutkimuksen puitteissa lisäksi kiinnittää huomiota kausaalisiin selityksiin ja nimenomaan niiden yleisyyteen narratiiveissa. Toisaalta

tutkimuksessa analysoidaan myös sitä, millaista narratiivien sisältämä tulevaisuutta koskeva informaatio on luonteeltaan.

Tutkimuksen lähestymistapa on vertaileva, eli aineistoa tarkastellaan siitä näkökulmasta, millaisia eroja toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten välillä on edellä mainittujen aspektien osalta. Selittävänä taustamuuttujana aineiston analyysissä käytetään lisäksi yrityksen menestystä, joten tutkimus jatkaa omalta osaltaan myös sitä narratiiveja koskevaa tutkimusperinnettä, jonka piirissä yrityksen menestyksen roolia analysoidaan narratiivien sisältöön vaikuttavana tekijänä. Juuri tämän kaltaista narratiivien sisältöä vertailevaa tutkimusta ei liene kuitenkaan aiemmin tehty, joten tutkimus voi siltä osin valaista narratiivien sisällön problematiikkaa uudesta näkökulmasta.

2 YRITYSTEN TALOUDELLINEN RAPORTOINTI

Tehokkaiden pääomamarkkinoiden tunnusmerkkinä on informaation tehokas käsittely. Arvopapereiden hinnat perustuvat kulloinkin tarjolla olevan informaation oikeaan arviointiin, ja tehokkailla markkinoilla kaikki informaatio heijastuu täysin hintoihin. Kapitalistisessa järjestelmässä ihanteena ovat markkinat, joilla hinnat ovat oikeita ja tarkkoja signaaleja pääoman allokoimista varten. Toisin sanoen, kun yritykset laskevat liikkeelle arvopapereita, joiden avulla rahoittavat toimintaansa, ne voivat odottaa saavansa ”oikeudenmukaisen” hinnan, ja samoin myös arvopapereihin sijoittajat voivat luottaa siihen, että he maksavat arvopapereista ”oikeudenmukaisen” hinnan. (Fama 1976, 133.)

Jotta markkinat, ostajat ja myyjät, osaisivat määritellä hinnan yritysten liikkeeseen laskemille arvopapereille (osakkeille ja velkainstrumenteille), heillä täytyy olla käsitys siitä, millaisen tuoton kyseiset arvopaperit tulevaisuudessa tuottavat. Osakkeista puhuttaessa sijoittajat ovat kiinnostuneita siitä, millaista osinkoa yritys pystyy maksamaan. Joukkolainoihin sijoittajaa kiinnostaa puolestaan se, pystyykö lainan liikkeeseenlaskija maksamaan korot ja pääoman takaisin. Jotta sijoittajat pystyisivät puolestaan arvioimaan tulevaisuuden tuottoja, heillä täytyy olla tietoa yrityksestä. Yrityksen näkökulmasta katsottuna tiedonanto on välttämätöntä, jotta se pystyisi tulevaisuudessakin kääntymään yleisön puoleen rahoitusta tarvitessaan. Tähän perustuu yritysten taloudellisen raportoinnin merkitys.

2.1 Yritysten tiedonantovelvollisuus

Yrityksille, joiden liikkeeseen laskemia arvopapereita noteerataan julkisesti, on asetettu laissa erityinen tiedotusvelvollisuus. Tämä tiedotusvelvollisuus voidaan ymmärtää hintana sijoittajien luottamuksesta. Vaikka tiedotusvelvollisuutta ei säänneltäisikään laeilla, tiedottaminen todennäköisesti toteutuisi joka tapauksessa tavalla tai toisella markkinatalouden pelisääntöjen pakottamana.

Keskeisimmät julkisesti noteeratun arvopaperin liikkeeseenlaskijan tiedonantovelvollisuutta koskevat säännökset ja määräykset ovat arvopaperimarkkinalaissa, lakia täydentävissä

valtiovarainministeriön päätöksissä, Rahoitustarkastuksen ohjeissa ja Helsingin Arvopaperipörssin säännöissä. Säännökset koskevat sekä sitä, mistä seikoista arvopaperin liikkeeseenlaskijan pitää kertoa ja millä tavoin, että sitä, miten tietojen julkistamisen tulee tapahtua. Säännösten perimmäisenä tarkoituksena on turvata sijoittajille oikea, riittävä ja ajan tasalla oleva tieto arvopapereiden arvon määrittelemiseksi (ks. esim. Helsingin Arvopaperipörssin ohjesääntö 1999, 4. luku).

Tiedonantovelvollisuus jakautuu kahteen eri luokkaan, jotka ovat *säännöllinen tiedonantovelvollisuus* ja *jatkuva tiedonantovelvollisuus*. Säännöllinen tiedonantovelvollisuus sisältää tilinpäätöstiedotteen, tilinpäätöksen ja osavuosikatsausten julkistamisen. (Helsingin Arvopaperipörssin ohjesääntö 1999, 5. luku). Jatkuva tiedonantovelvollisuus puolestaan tarkoittaa uutismaista tiedottamista, eli velvollisuutta kertoa viivytyksettä seikoista, jotka vaikuttavat arvopaperin arvoon (Arvopaperimarkkinalaki 1989, 7 §).

2.2 Taloudellisen raportoinnin rooli ja tehtävät

Osakeyhtiöille ominainen piirre on yrityksen johdon ja omistajien erillisuus (Lee 1976, 3). Omistajat eivät pysty suoraan tarkkailemaan yritysjohdon päätöksiä ja yrityksen kassavirtoja, mistä seuraa informaation epäsymmetriaa yrityksen johtajien ja sen omistajien välillä. Yksi taloudellisen raportoinnin tärkeimmistä tehtävistä onkin juuri tämän yrityksen johdon ja omistajien välisen informaation epäsymmetrian vähentäminen. Raportointiprosessissa syntyvä informaatio vähentää epäsymmetriaa ja samalla sekä motivoi yritysjohtoa tekemään omistajien etujen mukaisia päätöksiä että korostaa omistajien oikeuksia saada oma osansa organisaation kassavirrasta. (Penno 1985, 240.)

Edellä kuvatussa taloudellisen raportoinnin funktiossa on siis kyse tilivelvollisuudesta eli siitä, että yrityksen johto on vastuussa osakkeenomistajille toimistaan. Taloudellisen raportoinnin perustehtävänä voidaan siis nähdä olevan riittävän informaation tarjoaminen osakkeenomistajille ja myös muille asiasta kiinnostuneille osapuolille siitä, kuinka johto on hoitanut tehtävänsä. Viime kädessä tavoitteena on osakkeenomistajien etujen turvaaminen. (Lee 1976, 51-52.)

Taloudellisen raportoinnin toinen tärkeä tehtävä on niukkojen resurssien jakamisen ohjaaminen tarjoamalla informaatiota niille, jotka tekevät investointipäätöksiä. Toisin sanoen, taloudellisen raportoinnin tehtävä on sijoituspäätöksissä auttaminen. Yrityksen raportoima taloudellinen informaatio on hyödyllistä silloin, kun se auttaa sijoittajia ennustamaan sijoituksesta tulevaisuudessa saatavia kassavirtoja. Toisaalta raportoidulla informaatiolla on myös feedback-rooli, eli sijoittaja voi sen avulla arvioida omien aiempien ennusteidensa paikkansapitävyyttä ja tarkkuutta ja mahdollisesti korjata olemassa olevia ennusteita uuden informaation valossa. (Corporate reporting: it's future evolution 1980, 32; Lee 1976, 52-53.)

Yrityksiä koskevaa informaatiota ja taloudellisen raportoinnin funktiota voidaan siis tarkastella kahdesta näkökulmasta riippuen siitä, millaiseksi informaation perimmäinen olemus ymmärretään. Informaatio voidaan nähdä yksittäisten oman tai vieraan pääoman sijoittajien näkökulmasta oikeutena, joka perustuu siihen, että he ovat antaneet pääomia yrityksen käyttöön. Sitä kautta he ovat saaneet oikeuden siihen tietoon, miten yritys on pääomat käyttänyt ja millaiseen tulokseen se on pystynyt. Toisaalta koko rahoitusmarkkinoiden toimivuuden näkökulmasta katsottuna informaatio on välttämätön tekijä, joka edesauttaa markkinoiden tehokkuutta, ja on siten tehokkaiden pääomamarkkinoiden ominaisuus. Informaatio heijastuu hintoihin, mikä puolestaan ohjaa sijoittajien sijoituspäätöksiä ja sitä kautta resurssien allokoitumista.

2.3 Kontingenssiteoreettinen näkökulma taloudelliseen raportointiin

Yksi perspektiivi, josta yritysten taloudellista raportointia voidaan lähestyä, on kontingenssiivitekehys. Burrellin ja Morganin (1979, 176) mukaan kontingenssiteorian lähtökohtana on ajatus siitä, että organisaation kyky selviytyä ympäristön asettamista vaatimuksista riippuu siitä, kuinka hyvin kyseisen organisaation muodostavien alajärjestelmien eri elementit on suunniteltu vastaamaan ympäröivän ympäristön vaatimuksia. Yrityksen taloudellista raportointijärjestelmää voidaan pitää yhtenä tällaisena organisaation alajärjestelmänä (Thomas 1991, 41).

Alunperin kontingenssiteorioita käytettiin selittämään eri organisaatioiden rakenteissa olevia eroja. Hieman myöhemmin kontingenssiivitekehysten avulla alettiin tarkastella sitä, millaiseksi johdon laskentatoimen järjestelmät erilaisissa yrityksissä muotoutuvat, ja

sittemmin samoja ajatuksia on sovellettu myös ulkoisen raportoinnin järjestelmiin. Kontingenssiteorian näkökulmasta katsottuna yrityksen raportoinnin voidaan siis nähdä riippuvan esimerkiksi tietyistä organisaation piirteistä, ja siten teorian avulla voidaan myös kuvata, selittää ja ennustaa yritysten taloudellisen raportoinnin järjestelmien¹ piirteitä. (Thomas 1991, 41.)

Thomasin (1991, 42) mukaan taloudellisen raportoinnin järjestelmiin vaikuttavat tekijät voidaan jakaa neljään luokkaan, jotka ovat: (1) yhteiskunnalliset muuttujat, (2) yrityksen ympäristö, (3) organisaation ominaisuudet ja (4) informaation käyttäjän ominaisuudet ja muut informaation lähteet. Näitä seikkoja tarkastellaan seuraavaksi hieman tarkemmin.

(1) Yhteiskunnalliset muuttujat

Yhteiskunnallisilla muuttujilla tarkoitetaan niitä tekijöitä yrityksen ympäristössä, jotka vaikuttavat kaikkiin tietyssä maassa toimiviin yrityksiin ja joissa on eroja maiden välissä. Näitä tekijöitä ovat taloudellisiin, oikeudellisiin ja poliittisiin järjestelmiin liittyvät seikat. Tavallisin tapa luokitella taloudellisia järjestelmiä on tarkastella niitä tuotannontekijöiden omistuksen mukaan. Oikeudellinen järjestelmä voidaan käsitteellistää tarkastelemalla sitä, missä määrin on kyse järjestelmästä, joka perustuu yksityiskohtaiseen lainsäädäntöön ja määräyksiin tai missä määrin vaihtoehtoisesti on kyse järjestelmästä, joka pohjautuu niin sanottuun tavanomaiseen oikeuteen (common law). Poliittisia järjestelmiä voidaan puolestaan kuvata jatkumon avulla, jonka toisessa päässä on demokratia ja toisessa päässä oligarkia. (Thomas 1991, 42-43.)

Tuotannontekijöiden omistusolosuhteet heijastuvat taloudelliseen raportointiin siten, että niissä maissa, joissa tuotannontekijät ovat yksityisessä omistuksessa, taloudellisen raportoinnin funktio näyttäisi olevan yritysten välisen vertailun helpottaminen ja sitä kautta osakekauppa- ja lainapäätösten tukeminen eli yksityisen pääoman allokoinnin tukeminen. Niissä maissa, joissa tuotannontekijät puolestaan ovat pääosin julkisessa omistuksessa,

¹ Thomas (1991) käyttää termiä ”financial reporting system” viittamaan organisaatioiden raportointiin sekä vuositasolla että osavuositasolla (”annual and interim reports”) ja sisällyttää termiin sekä tilinpäätöskäytännön eli tuloksen mittaamiskäytännön että varsinaisen raportointikäytännön (”both disclosure and measurement practices”).

laskentatoimen järjestelmien funktio on resurssien jakaminen keskitetyn suunnittelu- ja kontrollitoiminnon puitteissa. (Thomas 1991, 46.)

Taloudelliseen raportointiin voi vaikuttaa myös se, millainen rahoituspohja yrityksillä on. Taloudellisen raportoinnin ja informaation rooli korostuu niissä ympäristöissä, joissa pankeilla ei ole merkittävää asemaa yritystoiminnan rahoittajana vaan joissa pääoma kerätään yksityisiltä sijoittajilta. Tiedot erot yritysten taloudellisessa raportoinnissa voidaan selittää myös sillä, että eri maiden välillä on eroja sekä itse laskentatoimen sääntelymekanismeissa että siinä, miten paljon valtaa taloudellisten raporttien laatijalla on laskentatoimen standardointiprosessissa. (Thomas 1991, 47.)

(2) Yrityksen ympäristö

Tietystä valtiosta kaikkia yrityksiä koskettavien yhteiskunnallisten tekijöiden lisäksi yritysten raportointiin vaikuttavat myös tietyt ympäristötekijät, jotka koskevat tietyn tyyppisiä yrityksiä tai tietyllä toimialalla toimivia yrityksiä. Tätä yrityksen ympäristöä voidaan tarkastella kolmen päädimension avulla, jotka ovat dynaamisuus, heterogeenisuus ja vihamielisyys. (Thomas 1991, 49.)

Thomasin (1991, 49-50) mukaan dynaamisuus-dimensio viittaa kuluttajien käyttäytymisen ja kilpailijoiden toimien vakauteen ja ennustettavuuteen sekä teknologiassa ja toimituslähteissä tapahtuviin muutoksiin. Lisäksi dimensio voidaan ulottaa koskemaan myös tietyn toimialan taloudellisia olosuhteita. Oletus on, että dynaamisuuden lisääntyessä yrityksen taloudellisen raportoinnin järjestelmässä korostuvat seuraavat piirteet:

- (a) Yritys antaa toiminnastaan enemmän ei-taloudellista informaatiota eli esimerkiksi raportoi markkinaolosuhteissa tapahtuneista muutoksista.
- (b) Raportoinnin tiheys kasvaa siten, että osavuosisiraportit sisältävät entistä enemmän informaatiota.
- (c) Yritys antaa enemmän ennustetietoa tulevaisuuden näkymistä (esimerkiksi tulosten ennusteita).
- (d) Menojen jaksottamisessa osoitetaan varovaisuutta, mikä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi tuotekehitysmenot kirjataan mieluummin kuluksi kuin aktivoidaan.

Heterogeenisuus-dimensiolla viitataan siihen, kuinka monilla eri markkinoilla yritys toimii. Voidaan olettaa, että heterogeenisuuden lisääntyessä laskentajärjestelmän tietyt osat räätälöidään vastaamaan paremmin ympäristön alaluokkia. Lisäksi informaatio raportoidaan toimialakohtaisesti, mikä mahdollistaa sen, että sijoittajat voivat arvioida yrityksen kunkin liiketoimintayksikön panosta yrityksen koko tulokseen. (Thomas 1991, 49.)

Vihamielisyys-dimensiolla tarkoitetaan markkinoilla vallitsevan kilpailun voimakkuutta sekä esimerkiksi lakoista tai julkisen vallan säädöksistä johtuvaa tuotannontekijäpulaa. Vihamielisyysden lisääntyessä yrityksen raportointijärjestelmässä korostuvat seuraavat seikat (Thomas 1991, 50):

- (a) Julkaistavan informaation määrää vähennetään, jotta kilpailijat eivät voisi käyttää tietoja omaksi edukseen.
- (b) Yritys julkaisee enemmän ei-taloudellista informaatiota esimerkiksi lainsäädännön vaikutuksista.

(3) Organisaation ominaisuudet

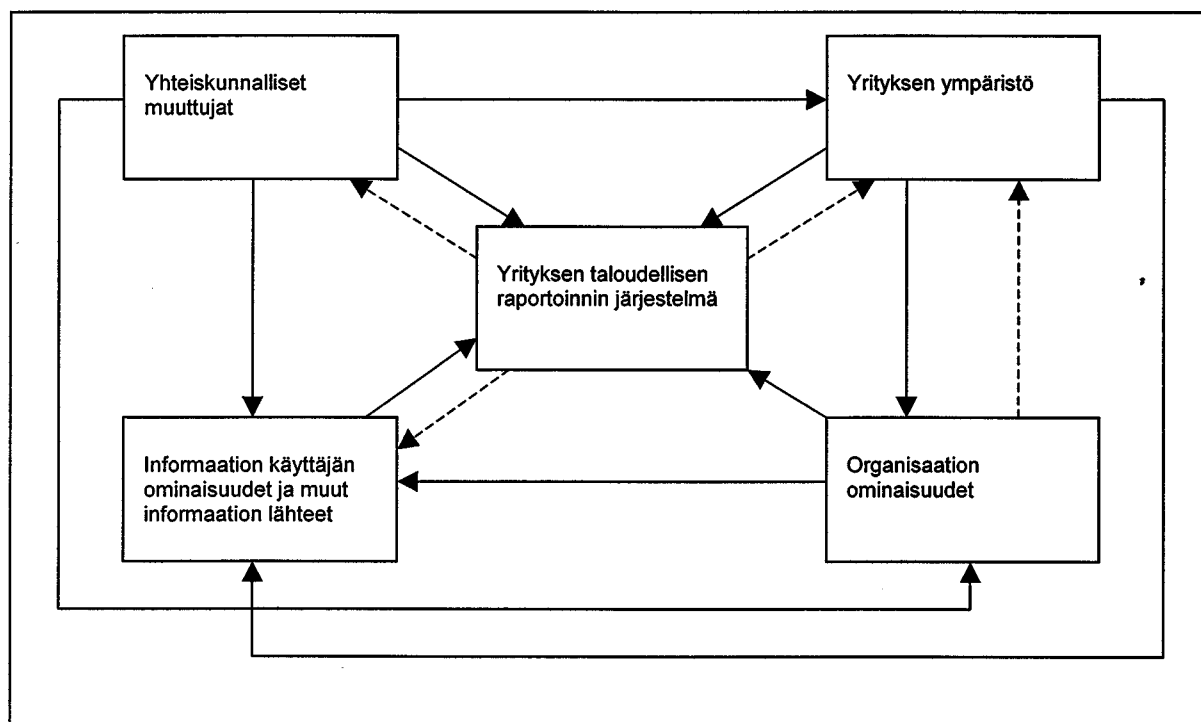
Thomasin (1991, 50-51) mukaan yrityksen raportointikäytäntöihin (lähinnä kirjanpito- ja tilinpäätöskäytäntöihin) vaikuttavia organisaation piirteitä ovat organisaation rakenne, koko, pääoma-/työvoimavaltaisuus, pääomarakenne ja kontrollointitapa. Organisaation rakenne on määräävä tekijä esimerkiksi sen suhteen, milloin konsernitason raportointi on tarpeen. Organisaation koon on puolestaan todettu vaikuttavan tuloksia koskevan ennusteinformaation määrään siten, että suuret yritykset julkaisevat tulosennusteita harvemmin kuin pienemmät (Barnes & Brown 1981). Samoin koko vaikuttaa myös siihen, miten paljon yritys antaa sosiaalista vastuuta koskevaa informaatiota (Trotman & Bradley 1981). Raportointikäytäntöjen valintaan poistojen ja varastojen arvostuksen tapauksissa vaikuttaa myös se, onko yritys pääoma- vai työvoimavaltainen (Hagerman & Zmijewski 1979). Pääomarakenteella puolestaan näyttäisi olevan vaikutusta siihen, kirjataanko esimerkiksi tutkimus- ja kehitysmenot kuluksi vai aktivoidaanko ne taseeseen (Daley & Vigeland 1983). Yrityksen kontrollointitapa eli se, kontrolloiko sitä omistaja vai toimitusjohtaja, on myös yksi tekijä, joka voi vaikuttaa raportointiin lähinnä poistomenetelmien valinnan osalta (Dhaliwal, Salamon & Smith 1982).

(4) Informaation käyttäjän ominaisuudet ja muut informaation lähteet

Yrityksen tuottamien raporttien lukijoiden eli informaation käyttäjien ominaisuuksilla voi myös olla merkitystä taloudellisen raportoinnin järjestelmien kannalta. Eri käyttäjät (esimerkiksi yksityiset ja institutionaaliset sijoittajat) tarvitsevat määrällisesti ja sisällöllisesti erilaista laskentatoimen informaatiota. Raporttien käyttötarkoituksen tulisi siis vaikuttaa niiden sisältöön. Koska yritysten johto on varmasti tietoinen siitä, että yksilöiden välillä on eroja päätöksentekotyyleissä ja muissa kognitiivisissa ominaisuuksissa, voidaan olettaa, että myös nämä seikat voivat vaikuttaa tiettyihin piirteisiin taloudellisen raportoinnin järjestelmissä. (Thomas 1991, 52.)

Alla olevassa kuviossa (KUVIO 1) on kuvattu yrityksen taloudellisen raportoinnin järjestelmiin vaikuttavat tekijät ja niiden keskinäinen vuorovaikutus. Kuten kuviosta voidaan nähdä, muuttujat vaikuttavat paitsi yrityksen raportointijärjestelmiin myös toisiinsa.

KUVIO 1 Yritysten taloudellisen raportoinnin järjestelmiä selittävä kontingenssi viitekehys (Thomas 1991, 42)



Tämän tutkimuksen kannalta edellä esitellyn teorian muuttujaluokista relevantteja ovat lähinnä yrityksen ominaisuuksiin liittyvät tekijät, sillä yksi tutkimukseen liittyvistä näkökulmista on sen tarkastelu, miten yksi yrityksen piirre eli sen taloudellinen menestys vaikuttaa annettavan informaation sisältöön. Muita muuttujaluokkia ei tässä tutkimuksessa ole tarkoitus ottaa huomioon. Yhteiskunnalliset tekijät ovat tämän tutkimuksen kohteena olevien yritysten osalta kaikille samat. Ympäristötekijöiden operationalisointi eri dimensioita riittävän tarkasti kuvaaviksi mittareiksi on tässä tutkimusprosessissa käytettävissä olevien resurssien puitteissa mahdotonta, joten ympäristötekijöitä ei sen vuoksi aiota erityisemmin tarkastella tässä tutkimuksessa. Informaation käyttäjien erilaisia informaatiotarpeita eivät yritykset puolestaan käytännössä yleensä pysty ottamaan raportoinnissa huomioon, sillä yrityksen osakkeenomistajat voivat koostua hyvin erilaisista ryhmistä yksilöitä ja instituutioita ja siten heidän tarpeensa eroavat toisistaan (Havunen 1989, 319-320). Voidaan siis itse asiassa olettaa, että todennäköisesti taloudellisessa raportoinnissa ei kuitenkaan loppujen lopuksi tässä suhteessa ole kovin merkittäviä eroja yritysten välillä.

Tässä tutkimuksessa mahdollisesti esiin nousevat erot yritysten raportoinnissa voidaan siis selittää lähinnä yrityksen omien ominaisuuksien avulla. Thomas (1991) ei sinänsä mainitse yrityksen menestystä puhuessaan niistä organisaation ominaisuuksista, jotka voivat johtaa raportointikäytäntöjen eroihin organisaatioiden välillä, mutta taloudellinen menestys on samalla tavalla organisaation ominaisuus siinä missä esimerkiksi koko. Lisäksi menestys on useissa tutkimuksissa todettu taloudellisen informaation sisältöön vaikuttavaksi tekijäksi (ks. luku 3.5.2).

3 VUOSIKERTOMUSINFORMAATIO

Vuosikertomus on dokumentti, jonka osana yritykset tavallisimmin julkistavat tilinpäätöksensä. Mikään laki sinänsä ei velvoita vuosikertomuksen julkaisemiseen, vaan se on täysin vapaaehtoinen ja vapaamuotoinen, katsausluontoinen raportti yrityksestä ja se toiminnasta. Vuosikertomusta pidetään kuitenkin yleensä tärkeimpänä yrityksen julkaisemana dokumenttina, jonka avulla se kommunikoi suuren yleisön kanssa (Bogart 1986, 136; Havunen & Yli-Olli 1986, 57). Vuosikertomus on ensisijaisesti suunnattu yrityksen omistajille, ja sen tarkoituksena on informoida osakkaita ja potentiaalisia osakkaita. Toissijaisesti vuosikertomuksen yleisöä ovat yhtiön erilaiset sidosryhmät, kuten asiakkaat, henkilökunta, tavarantoimittajat, analyytikot, tiedotusvälineet ja poliittiset päätöksentekijät. (Anderson & Epstein 1995, 25; Desmond 2000, 170.)

Johdon näkökulmasta katsottuna vuosikertomus on väline, jonka avulla johto voi osoittaa tilivelvollisuuden toteutumisen organisaatiossa. (Anderson & Epstein 1995, 25; Desmond 2000, 170.) Vuosikertomuksella on kuitenkin myös monia muitakin funktioita. Vuosikertomuksen avulla voidaan pyrkiä lisäämään eri sidosryhmien yritykseen kohdistamaa mielenkiintoa, minkä lisäksi konkreettisenä tavoitteena voi olla esimerkiksi yrityskuvan selkiyttäminen, henkilökunnan työmotivaation ja pysyvyyden parantaminen sekä markkinoinnin ja rahoitustehtävien apuvälineenä toimiminen (Tuominen 1985, 1).

Vuosikertomukset ovat siis eräänlaisia markkinointivälineitä, joiden avulla yritys tiedottaa missiostaan, tavoitteistaan, strategioistaan ja taloudellisesta menestyksestään (Kohut & Segars 1992). Ne antavat lukijoilleen tietoja yrityksen toiminnasta, päämääristä, kannattavuudesta ja tuloksen muodostumiseen vaikuttaneista tekijöistä, minkä lisäksi ne helpottavat tilinpäätökseen perehtymistä tuloslaskelmaa ja tasetta koskevien sanallisten selitysten avulla (Tuominen 1985, 1).

3.1 Vuosikertomus osana yrityksen viestintää

Yrityksessä tapahtuvaa viestintää voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta. Yhtäältä viestintä on toiminto, funktio, kuten markkinointi, tuotanto tai yrityssuunnittelu (Åberg 2000, 21). Toisaalta viestintä on muita funktioita tukeva väline, jolloin sillä voi olla rooli markkinoinnin apuna (esimerkiksi mainonnan muodossa), rahoituksen järjestelyssä (esimerkiksi osakeannin yhteydessä) tai vaikkapa henkilöstön rekrytoinnissa (Vos & Schoemaker 1999, 32). Vuosikertomus toimii pääsääntöisesti rahoituksen tukena, sillä sen tärkeimpänä kohderyhmänä pidetään osakkeenomistajia, mutta johdolla on usein todennäköisesti tavoitteena hyödyntää vuosikertomusta myös muissa toiminnoissa.

Åbergin (2000) laatiman mallin mukaan organisaatioviestinnän sisältö voidaan jakaa neljään lohkoon, jotka ovat *perustoimintojen tuki*, *profilointi*, *informointi* ja *kiinnittäminen*. *Perustoimintojen tuki* viittaa ulkoiseen ja sisäiseen markkinointiin sekä työhohjeisiin eli siihen viestintään, jota tarvitaan palveluiden ja tuotteiden tuottamiseen ja niiden siirtämiseen asiakkaille. *Profilointi* kohdistuu organisaation ulkoisiin yhteistyö- ja kohderyhmiin, ja siinä on kyse yhteisön kehystarinnan ja tavoitekuvan rakentamisesta. *Informointi* on organisaation tapahtumista kertomista sekä omalle henkilöstölle että ulkopuolisille. *Kiinnittämisessä* puolestaan on kyse henkilöstön sosiaalistamisesta eli työyhteisöön ja työhön perehdyttämisestä.

Edellä mainituista viestinnän osa-alueista lähinnä informointi ja profilointi ovat niitä, joissa vuosikertomuksella voidaan nähdä olevan oma tehtävänsä. Vuosikertomuksen informoiva rooli on selvä, sillä vuosikertomukset ovat ensisijaisesti taloudellisen raportoinnin välineitä, joiden avulla tiedotetaan yrityksen taloudellisesta kehityksestä ja muista tapahtumista osakkeenomistajia ja muita yrityksestä kiinnostuneita sidosryhmiä. Informointia on kahta lajia, joista ulkoinen informointi kohdistuu työyhteisöstä ulospäin ja sisäinen informointi omaan henkilöstöön (Åberg 2001, 152). Vuosikertomusta voidaan pitää korostuneemmin ulkoisen informoinnin välineenä, mutta kuten edellä on jo tuotu esille (ks. s. 14), myös yrityksen henkilöstö voi kuulua vuosikertomuksen kohdeyleisöön.

Sen lisäksi, että vuosikertomus sisältää lakisääteistä informaatiota yrityksen tuloksesta, sillä on kuitenkin myös rooli foorumina, jolla yrityksen imagoa, identiteettiä ja mainetta levitetään

ja parannetaan (Oliver 2000, 158), ja tässä funktiossa kyse on profiloinnista. Profilointi realisoituu käytännössä esimerkiksi siten, että organisaatio viestii siitä, mitä se konkreettisesti tekee eli mitä tuotteita ja palveluita yritys tarjoaa, millainen on yrityksen kilpailuasema ja mitä ovat sen toimintatavat ja strategiset avainalueet. Lisäksi profilointiin kuuluvat myös tavoitteiden, vision ja mission sekä yrityskulttuurin esille tuominen. (Åberg 2001, 123-124.)

Nykyään korostetaan usein myös viestinnän strategista merkitystä yritykselle. Åbergin (2000, 169) mukaan esimerkiksi sijoittajasuhteista (jonka yksi väline vuosikertomuskin on) on tullut entistä enemmän strategista viestintää. Goldstein (2001, 11) pitää vuosikertomusta jopa yrityksen tärkeimpänä strategisena viestintädokumenttina, jossa tuodaan esille visioiden, arvojen ja toimintafilosofian lisäksi koko viestintästrategia.

3.2 Vuosikertomuksen sisältö

Vuosikertomuksen keskeisin ja monella tapaa myös tärkein osio on luonnollisesti yrityksen tilinpäätös. Tilinpäätöstä koskevan lakisääteisen informaation lisäksi vuosikertomus sisältää yleensä kuitenkin runsaasti myös vapaaehtoista ja vapaamuotoisempaa informaatiota, esimerkiksi tilinpäätöksen tulkintaa ja muuta tietoa, joka on tärkeää yrityksen toiminnan ja tuloksen arvostelemisen kannalta (Havunen 1989, 315). Tavallisesti vuosikertomukseen sisällytetään ainakin toimitusjohtajan katsaus, jossa toimitusjohtaja esittää arvion menneestä kehityksestä sekä tulevaisuuden mahdollisuuksista. Tämän lisäksi on tapana esittää myös yksityiskohtaisia katsauksia yrityksen edustamista toimialoista sekä yrityksen toiminnasta niillä. Usein vuosikertomuksessa esitellään yrityksen johto sekä tilikauden aikaiset keskeiset tapahtumat. Nykyään vuosikertomus sisältää yhä useammin myös esimerkiksi henkilöstöä tai ympäristöä koskevia raportteja. (Kinnunen, Leppiniemi, Martikainen & Virtanen 2000, 85.)

Vaikka vuosikertomus onkin epävirallinen dokumentti, sen sisältämää informaatiota koskee kuitenkin esimerkiksi arvopaperimarkkinalain vaatimus hyvän arvopaperikauppatavan noudattamisesta ja siihen liittyvästä annettujen tietojen oikeudenmukaisuudesta. Jos esimerkiksi viralliseen tilinpäätökseen kuuluvassa toimitusjohtajan katsauksessa luvataan yrityksen seuraavan tilikauden tuloksen parantuvan, yrityksen on julkaistava tulosvaroitusta, mikäli myöhemmin havaitaan, ettei tulos tulekaan muodostumaan vuosikertomuksessa

ennakoidun tasoiseksi. (Kinnunen et al. 2000, 85.) Lisäksi tilinpäätöksen on luonnollisesti täytettävä sille eri laeissa ja määräyksissä asetetut vaatimukset².

3.3 Vuosikertomusinformaatiolle asetettuja vaatimuksia

Vuosikertomusinformaation laadulle on esitetty yleisellä tasolla seuraavanlaisia vaatimuksia (Havunen & Yli-Olli 1986, 15-16):

1. Informaation tulee olla relevanttia eli sen tulisi kyetä vastaamaan käyttäjien tarpeisiin. Osakkeenomistajien suhteen vaatimuksena on investointipäätöksiin liittyvän epävarmuuden vähentäminen.
2. Informaation tulee keskittyä olennaisiin asioihin. Osakkeenomistajille kohdistetussa informaatiossa on siis osattava tehdä karsintaa ja esitettävä päätöksenteon kannalta olennaisin tieto.
3. Informaation on oltava mahdollisimman oikeaa ja objektiivista. Lähtökohtana tulisi olla todennettavan informaation esittäminen neutraalisti mitään sidosryhmää suosimatta.
4. Informaatio tulee esittää lukijoille ymmärrettävällä tavalla.
5. Informaatio tulee esittää sekä aikaisempaan että muuhun samanlaiseen informaatioon vertailukelpoisella tavalla.
6. Informaation tulee olla käyttäjilleen ajankohtaista.
7. Informaation tulee olla käyttäjien näkökulmasta täydellistä. Vaimus liittyy toisaalta informaation relevanttiuteen ja olennaisuuteen. Liian tiedon esittäminen vaikuttaa jo käyttökelpoisuuteen, koska tällöin ei enää pysytä relevantissa ja olennaisessa tiedossa.
8. Informaation luotettavuus on taattava. Tähän pyritään mm. lainsäädännön edellyttämällä tilintarkastuksella ja siihen liittyvillä tilintarkastuskertomuksilla. Vuosikertomusten julkisuus toimii sinänsä yhtenä luotettavuutta lisäävänä tekijänä.

Kaikki edellä mainitut vaatimukset eivät sellaisenaan vuosikertomuksissa toteudu. Esimerkiksi vuosikertomusinformaation ymmärrettävyys ei ole osakkeenomistajien mielestä

² Tilinpäätöksen sisältöä koskevista normeista ks. kirjanpitolaki, kirjanpitoasetus, osakeyhtiölaki, arvopaperimarkkinalaki, Valtiovarainministeriön päätös arvopaperin liikkeeseenlaskijan säännöllisestä tiedonantovelvollisuudesta 390/1999 ja Kirjanpitolautakunnan yleisohje valtiovarainministeriön päätöksessä (390/1999) tarkoitetun tilinpäätöksen, tilinpäätöstiedotteen ja osavuositarkastuksen laatimisesta

riittävä, vaan monilla on vaikeuksia ymmärtää erityisesti virallista tilinpäätöstä (Anderson & Epstein 1995, 26). Informaation tulisikin olla sisällöltään ja terminologialtaan enemmän ei-ammattilaisille sopivaa. (Havunen & Yli-Olli 1986.)

Ymmärrettävyyden lisäksi vuosikertomusinformaatio sisältää toisenkin ongelman. Vuosikertomuksen perimmäisestä olemuksesta johtuen vuosikertomuksen ja sijoittajien tarpeiden ja toiveiden välillä on aina jonkinlainen ristiriita. Taloudelliset raportit, joiden joukkoon vuosikertomuskin kuuluu, ovat pohjimmiltaan historiallisia dokumentteja, joissa kuvataan yrityksen menneisyydessä tapahtunutta toimintaa (Lee 1976, 6). Kuitenkaan rahoituksen ammattilaiset ja osakkeenomistajat eivät ole välttämättä niinkään kiinnostuneita siitä, mitä on tapahtunut, vaan haluavat ennen kaikkea tietää, mihin suuntaan yritys on menossa (Millman 1990, 53). Tulevaisuutta koskevasta informaatiosta olisi apua investointipäätöksien tekemisessä ja se on siksi vähintään yhtä tärkeää kuin tiedot menneestä (Anderson & Epstein 1995, 28).

Esimerkiksi Havusen ja Yli-Ollin (1986) suomalaisten osakkeenomistajien tilinpäätösinformaation käyttöä tutkineen selvityksenkin mukaan yksittäiset sijoittajat lukevat vuosikertomuksesta tarkimmin yrityksen tulevaisuudensuunnitelmat. Tulevaisuudensuunnitelmien lukemistarkkuus oli sitä korkeampi mitä ammattitaitoisemmasta sijoittajaryhmästä oli kyse, mikä on johdonmukaista sen kanssa, että yritysten osakkeiden markkina-arvot määräytyvät tulevaisuuden tuottojen perusteella. Myös analyytikot pitävät toimitusjohtajan arviota tulevasta kehityksestä tärkeämpänä kuin menneen arviointia, sillä mennyt kehitys tunnetaan jo, eikä se siten kaipaa lisäanalyysia (Kasanen & Puttonen 1994, 14-15).

Taloudellista raportointia on ehdotettu täydennettäväksi pakollisella ennustuksella tulevan vuoden tuotoista. On jopa ehdotettu, että seuraavana vuonna vuosikertomukseen tulisi tarvittaessa sisältyä myös selitys siitä, miksi ennustetut luvut eivät toteutuneetkaan. (Corporate reporting: it's future evolution 1980, 9.) Ongelmana tulevaisuusinformaation lisäämisessä on kuitenkin se, että se vähentää vuosikertomuksen objektiivisuutta ja luotettavuutta ajankohtaisuuden kustannuksella (Havunen 1989, 326). On myös esitetty arvioita siitä, että informaation käyttäjät voivat ymmärtää ennusteinformaation väärin. Toisin sanoen, he voivat uskoa ennusteiden olevan tarkempia ja objektiivisempia, kuin mitä ne oikeasti ovatkaan. Koska ennusteinformaatiota voitaisiin käyttää johdon toiminnan arvioimiseen vertaamalla budjetteja toteutuneisiin tuloksiin, seurauksena voisi olla myös

tietoista manipulointia. Yrityksen johto voisi tarkoituksellisesti laatia sellaisia ennusteita ja tavoitteita, jotka on helppo saavuttaa tai jopa ylittää, jolloin johdon toiminta näyttäisi onnistuneelta. (Lee 1976, 123.)

Vaikka vuosikertomus onkin periaatteessa pääasiassa selonteko menneistä tapahtumista, siinä ei kuitenkaan koskaan keskitytä käsittelemään ainoastaan päättyneen tilikauden tapahtumia ja taloudellista kehitystä. Mukana on siis aina myös jonkinlainen tulevaisuusorientaatio. Esimerkiksi jo lainsäädännössä edellytetään, että hallituksen toimintakertomuksessa on esitettävä arvio todennäköisestä tulevasta kehityksestä (ks. KPA 1997, 2 luku, 1 §), minkä lisäksi tulevaisuuden strategioita ja visioita käsitellään vaihtelevassa laajuudessa muuallakin vuosikertomuksessa. Esitetystä kritiikistä päätellen tulevaisuusinformaation määrä ei ilmeisesti kuitenkaan ole riittävä.

3.4 Vuosikertomusten narratiivit

Osakkeenomistajien näkemyksiä vuosikertomuksesta kartoittaneen tutkimuksen mukaan enemmistö osakkeenomistajista (yli 70%) pitää vuosikertomusta erittäin tai melko hyödyllisenä sijoituspäätöksiä tehtäessä (Anderson & Epstein 1995, 26). Vuosikertomuksella on siis suhteellisen keskeinen rooli osakkaiden informaation lähteenä. Vuosikertomuksen kaikki osiot eivät kuitenkaan saa osakkailta yhtä paljon huomiota, vaan osa niistä luetaan tarkemmin ja osa vain hyvin pintapuolisesti. Bartlettin ja Chandlerin (1997, 254) mukaan narratiiviset osiot ovat luetumpia kuin varsinaiset tilinpäätösasiakirjat, mikä viittaa siihen, että osakkeenomistajat ovat kiinnostuneempia saamaan kokonaiskuvan yrityksestä ja sen tuloksesta kuin tutustumaan yksityiskohtaiseen taloudelliseen dataan.

Vuosikertomusten narratiivisten osioiden merkitys on kasvamassa jatkuvasti, sillä ne tarjoavat johdolle mahdollisuuden käsitellä sekä taloudellisia että ei-taloudellisia tapahtumia ja seikkoja. Toisin sanoen, sanalliset raportit yrityksen toiminnasta ovat yksi keino, jonka avulla yrityksen johto voi legitimoida yrityksen toimintaa ja tuloksia. Toisaalta narratiivit voivat olla erityisen hyödyllisiä myös niiden vuosikertomusinformaation käyttäjien kannalta, joille laskentatoimen teknisen kielen ymmärtäminen tuottaa vaikeuksia, sillä juuri narratiiveissa johto voi selittää yrityksen toimintaa selkokielellä. (Aerts 1994, 338; Jones 1994, 225.)

Vuosikertomuksista on siis tullut yritysten kannalta merkittävä väline, jonka avulla esimerkiksi viestitään yrityksen strategiasta. Se tapa, miten vuosikertomuksissa olevat narratiivit on laadittu, ei siten olekaan yhdentekevä, sillä yrityksiin kohdistuu suuri mielenkiinto monesta eri suunnasta. Vuosikertomuksen sanalliset osuudet ovatkin suoraa seurausta yrityksen viestintäpäätöksistä. (Kohut & Segars 1992.)

Koska tässä tutkimuksessa keskitytään analysoimaan nimenomaan hallituksen toimintakertomuksen ja toimitusjohtajan katsauksen sisältöä, niitä tarkastellaan seuraavaksi hieman lähemmin.

3.4.1 Hallituksen toimintakertomus

Koska hallituksen toimintakertomus on osa tilinpäätösasiakirjoja, sen sisällöstä on määräyksiä lainsäädännössä. Kirjanpitolain mukaan toimintakertomuksessa on annettava tiedot kirjanpitovelvollisen toiminnan kehittymistä koskevista tärkeistä seikoista (KPL 1997, 3 luku, 1 §). Kirjanpitoasetus puolestaan edellyttää, että toimintakertomuksessa esitetään lisäksi tiedot olennaisista tapahtumista tilikaudella ja sen päättymisen jälkeen, arvio todennäköisestä tulevasta kehityksestä sekä selvitys tutkimus- ja kehitystoiminnan laajuudesta (KPA 1997, 2 luku, 1 §).

Yksityiskohtaisimmat toimintakertomusta koskevat säädökset on kirjattu osakeyhtiölakiin. Osakeyhtiölain mukaan toimintakertomuksessa on annettava selostus, jos yhtiöstä on tullut emoyhtiö tai se on ollut vastaanottavana yhtiönä sulautumisessa tai se on jakautunut. Myös yhtiön ulkomaisista sivuliikkeistä on ilmoitettava toimintakertomuksessa. Toimintakertomukseen on sisällytettävä selostus tilikauden aikana tapahtuneesta osakepääoman korottamisesta ja siihen liittyvistä yksityiskohdista, ja siinä on annettava yksityiskohtaiset tiedot osakelajeittain yhtiön ja sen tytäryhteisöjen hallussa olevien yhtiön ja emoyhtiön osakkeista ja tilikauden aikana tapahtuneesta osakkeiden luovuttamisesta. Lisäksi hallituksen on toimintakertomuksessa tehtävä esitys yhtiön voittoa tai tappiota koskeviksi toimenpiteiksi. (OYL 1979, 11 luku, 11 §.)

Toimintakertomuksessa olevat tiedot ovat muiden tilinpäätösasiakirjojen tapaan tilintarkastuksen kohteena. Vaikka toimintakertomuksen tiedot tarkastetaan, ei se kuitenkaan

välttämättä tarkoita sitä, että toimintakertomus olisi täysin objektiivinen ja faktuaalinen dokumentti. Tikkasen (1996, 365) mukaan esimerkiksi ennusteet tulevaisuudesta voivat sisältää toimintakertomuksen laatijan subjektiivisia arvioita, joita tilintarkastajan on käytännössä vaikea tarkastaa. Vaikka hallituksen toimintakertomustakaan ei siis voi pitää täysin objektiivisena dokumenttina, sen ja toimitusjohtajan katsauksen välinen ero kuitenkin konkretisoituu selvästi siinä, että toimitusjohtajan katsauksessa pyritään yleensä selvästi vaikuttamaan lukijaan jollain tavalla, kun taas hallituksen toimintakertomus on usein pelkästään yksinkertainen luettelo ja yhteenveto yritystä koskevista seikoista (Hyland 1998, 234).

3.4.2 Toimitusjohtajan katsaus

Vaikka toimitusjohtajan katsaus ei kuulukaan niihin lakisääteisesti vaadittaviin asiakirjoihin, jotka yrityksen on julkaistava, se löytyy kuitenkin käytännössä kaikista vuosikertomuksista. Hylandin (1998, 224) mukaan se on vuosikertomuksen näkyvin ja myös luetuin osa. Katsauksella on keskeinen asema yrityksen viestintästrategiassa, sillä sen katsotaan ilmentävän organisaation kulttuuria ja persoonallisuutta (Oliver 2000, 158). Juuri toimitusjohtajan katsausta käytetään yrityskuvan rakentamiseksi ja välittämiseksi osakkeenomistajille, meklareille, viranomaisille, taloudelliselle medialle ja sijoittavalle yleisölle (Anderson & Imperia 1992, 114). Katsauksella on tärkeä rooli myös uskottavuuden rakentamisessa, luottamuksen levittämisessä ja sijoittajien vakuuttamisessa siitä, että yritys toteuttaa järkeviä ja tehokkaita strategioita (Hyland 1998, 224). Menestyksekkään imagon luominen voi joskus jopa olla tärkeämpää kuin täsmällisen ja hyödyllisen informaation antaminen lukijoille (Cross 1990).

Toimitusjohtajan katsausten rakennetta ja kielellistä jäsentelyä tutkittaessa on huomattu, että kyseinen dokumentti ei ole passiivista asioiden raportointia vaan enemmänkin yrityksen ideologian markkinointia. Katsauksessa on havaittavissa piirteitä, jotka viittaavat siihen, että kirjoittaja pyrkii vaikuttamaan lukijaan ja ohjaamaan lukijaa tulkitsemaan todellisuutta kirjoittajan haluamalla tavalla. Toimitusjohtajan katsaus sisältää hallituksen toimintakertomusta enemmän esimerkiksi tulosten selityksiä, perusteluja sille, miksi tiettyihin toimenpiteisiin on ryhdytty, sekä ongelmien ja mahdollisuuksien analysointia. (Hyland 1998.) Tyypillistä katsauksille on myös se, että niissä pyritään luomaan mielikuvaa siitä, että

yrittäjien johto toimii tehokkaasti ja että se pystyy kontrolloimaan yrityksen menestystä (Salancik & Meindl 1984, 252). Lukijan tulisi siis voida uskoa, että johto toimii ympäristössä, jota se ymmärtää ja jota se voi manipuloida.

Toimitusjohtajan katsauksen tavoitteina voidaan pitää viestinnällistä uskottavuutta, joka saavutetaan menneitä tapahtumia koskevan tarkan selonteon ja analyysin avulla, sekä viestinnällistä sitoutumista osakkaiden varallisuuden kasvattamiseksi uusia kilpailumahdollisuuksia tunnistamalla (Segars & Kohut 2001, 537). Toisin sanoen, katsauksissa tulisi sekä analysoida mennyttä että katsoa tulevaisuuteen. Yleisesti ottaen katsauksissa viitataan paljon enemmän menneeseen, mikä voidaan selittää sillä, että mennyt on tiedossa ja siitä puhutaan mieluummin kuin epävarmoja elementtejä sisältävästä tulevaisuudesta. Epävarmuuden välttäminen yrityksen menestyksestä puhuttaessa voikin olla merkki strategisesta viestintäpäättöksestä. (Kohut & Segars 1992.)

3.5 Narratiivien informaatio sisältö

3.5.1 Narratiivien sisältämän informaation ennustearvo

Narratiivien sisältämää informaatiota on mahdollista käyttää hyväksi yrityksen tulevan kehityksen ennustamisessa. Jo toimitusjohtajan katsauksen yleissävyn perusteella voidaan tehdä suhteellisen oikeaan osuvia päätelmiä siitä, paraneeko yrityksen tulos seuraavana vuonna, huononeeko se, vai pysyykö suunnilleen samana. Vaikka yrityksen tulevaisuudesta ei annettaisikaan mitään tarkkoja arvioita, tuleva kehitys voidaan siis päätellä katsauksen yleisen ilmeen perusteella. (Fisher & Hu 1988.)

Toinen tapa hyödyntää narratiivien sisältämää informaatiota tulevan ennustamisessa on analysoida narratiiveissa käsiteltyjä teemoja. Analyysin tulosten avulla voidaan sitten arvioida esimerkiksi yrityksen konkurssiriskiä. Smith ja Taffler (2000) tutkivat hallituksen puheenjohtajan katsauksen sisältöä ja tulivat siihen tulokseen, että katsauksia analysoimalla voidaan saada informaatiota, jonka avulla voidaan päätellä yrityksen tuleva menestys ja siten erotella toisistaan terveet yritykset ja jatkossa konkurssiin joutuvat yritykset. Narratiiveista on siis löydettävissä joukko avainsanoja ja teemoja, joiden perusteella yritykset on mahdollista

luokitella. Esimerkiksi maininta yhtiön toimitusjohtajan ja/tai hallituksen puheenjohtajan erosta tai viittaus rahoittajiin ja heiltä saatavaan tukeen ovat usein merkkejä tulevasta konkurssista.

3.5.2 Yrityksen menestyksen vaikutus narratiivien sisältöön

Yksi seikka, jonka on todettu vaikuttavan narratiivien sisältöön, on yrityksen taloudellinen menestys eli se, kuinka hyvän tuloksen yritys on tehnyt. Esimerkiksi Kohut ja Segars (1992) totesivat tutkimuksessaan, että toimitusjohtajan katsausten informaation sisällössä ja luonteessa on eroja oman pääoman tuotolla mitattuna hyvin ja huonosti menestyneiden yritysten välillä. Yrityksen menestys vaikutti sekä sisällön ajalliseen painottumiseen että eri aihepiirien käsittelyyn. Ensinnäkin menestyneiden yritysten vuosikertomuksissa toimitusjohtajan katsaus oli keskimäärin pidempi kuin huonommin menestyneiden yritysten vastaavissa. Toisin sanoen ”hyvät uutiset” esitettiin yksityiskohtaisemmin.

Toinen Kohutin ja Segarsin (1992) tutkimuksessaan tekemä huomio koski katsausten ajallista ulottuvuutta. Hyvin menestyneissä yrityksissä toimitusjohtajan katsauksen sisältämistä lauseista 85,6 % viittasi menneeseen, kun vastaava luku huonosti menestyneiden yritysten osalta oli 75,3 %. Toisin sanoen, hyvin menestyneiden yritysten katsauksissa menneisyysinformaatio painottui huonosti menestyneiden yritysten katsauksia enemmän. Molemmissa ryhmissä käsiteltiin aihepiireistä eniten toimintafilosofiaa, mutta suhteessa enemmän viittauksia tulevaisuuden toimintafilosofiaan oli huonosti menestyneiden yritysten vuosikertomuksissa. Kohut ja Segars (1992) tulkitsivat tuloksia siten, että tulevaisuuden mahdollisuuksien painottaminen epäonnistuneen menneen sijasta kuvastaa pohjimmiltaan vain tietyllä tavalla tervettä viestintästrategiaa. Toisaalta Staw et al. (1983) saivat tutkimuksessaan osittain päinvastaisia tuloksia, sillä heidän mukaansa toimitusjohtajan katsaukset orientoituivat sitä enemmän menneeseen, mitä enemmän yrityksen kannalta negatiivisia asioita niissä käsiteltiin.

Myös kielen rakenteessa olevat piirteet voivat erottaa toisistaan taloudellisesti hyvin ja huonosti menestyneet yritykset. Subramanian et al. (1993) havaitsivat yhdysvaltalaisen yritysten vuosikertomuksia tutkiessaan, että hyvin menestyneiden yritysten toimitusjohtajan katsaukset olivat helpopolukuisempia kuin huonommin menestyneiden yritysten vastaavat.

Huonosti kannattavien yritysten toimitusjohtajan katsaukset olivat siis keskimäärin vaikeammalla kielellä kirjoitettu ja ne sisälsivät enemmän monimutkaisia lauserakenteita. Toisenlaisia tuloksia on kuitenkin tutkimuksissa myös saatu. Clatworthy ja Jones (2001) eivät havainneet narratiivien luettavuudessa tilastollisesti merkitseviä eroja hyvin ja huonosti menestyneiden yritysten välillä.

Thomas (1997) puolestaan tarkasteli omassa yhteen yritykseen keskittyneessä tutkimuksessaan taloudellisen tuloksen heikkenemisen vaikutusta toimitusjohtajan katsauksessa käytettyyn kieleen. Analyysi osoitti esimerkiksi sen, että tuloksen heikentymisen myötä toimitusjohtajan katsauksen verbit olivat enenevässä määrin passiivissa ja vastaavasti yritykseen tai yritysjohtoon viittaavaa persoonapronominia *we* (suomeksi *me*) käytettiin yhä vähemmän. Thomas selitti ilmiön sillä, että *me*-sanaa käytetään mielellään silloin, kun halutaan korostaa johdon henkilökohtaista panosta yrityksen menestymiseen, kun taas passiivirakenteisessa tekstissä kirjoittaja voi etäännyttää itsensä tekstistä ja siten suojella itseään mahdolliselta kritiikiltä.

Yrityksen menestys ilmenee vuosikertomusten narratiiveissa myös siinä, miten johto selittää toteutunutta tulosta. Tätä toimitusjohtajan katsauksissa esiintyvää kausaalista päättelyä ja siihen liittyviä kausaalisia attribuutioita analysoineissa tutkimuksissa on löydetty viitteitä siitä, että yrityksen hyvä menestys selitetään useammin yrityksen sisäisillä ominaisuuksilla ja tekijöillä, kun taas huonolle menestykselle löydetään tavallisesti syy yrityksen ulkopuolisista tekijöistä (Bettman & Weitz 1983; Staw et al. 1983; Salancik & Meindl 1984). Bettman ja Weitz (1983) totesivat myös, että kausaalisia selityksiä eli attribuutiota on ylipäänsä enemmän silloin, kun yrityksen tulos on odotettua heikompi. Aerts (1994) puolestaan on analysoinut hallituksen toimintakertomusten kausaalista päättelyä ja havainnut, että johto ottaa itselleen kunnian positiivisista saavutuksista, kun taas huonoa tulosta selitetään käyttämällä teknistä laskentatoimen terminologiaa, jolla voidaan peittää tulokseen johtaneet perimmäiset syyt.

4 TUTKIMUSONGELMA, AINEISTO JA MENETELMÄT

4.1 Tutkimusongelma ja hypoteesit

Tässä tutkimuksessa on tarkoitus tutkia suomalaisten pörssiin listautuneiden yritysten vuosikertomuksiin sisältyvien toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten sisältöä. Tavoitteena on saada ensinnäkin vastaus seuraaviin, informaation yleisluonnetta kartoittaviin kysymyksiin: Mitä asioita ja aihepiirejä toimitusjohtajan katsauksessa ja hallituksen toimintakertomuksessa käsitellään, ja mitkä aiheet narratiivit korostuvat? Millaisia narratiivit ovat aikaulottuvuudeltaan, eli millaisen painoarvon saa menneen vuoden analysointi ja kuinka paljon vastaavasti puhutaan tulevaisuudesta?

Aihepiiriä koskevan kirjallisuuden ja aiempien tutkimusten pohjalta on muotoiltu myös seuraavat neljä hypoteesia, joiden paikkansapitävyyttä tutkimuksessa testataan:

1. Toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten välillä on eroja ajallisessa rakenteessa eli sen suhteen, kuinka paljon niissä käsitellään mennyttä ja tulevaa.
2. Toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten välillä on eroja temaattisessa rakenteessa.
3. Yrityksen menestyksellä on vaikutusta siihen, millaiseksi narratiivien ajallinen rakenne muodostuu.
4. Yrityksen menestyksellä on vaikutusta siihen, millaiseksi narratiivien temaattinen rakenne muodostuu.

Hypoteesit ovat kaksisuuntaisia, eli oletuksena on vain se, että narratiivien välillä on eroja. Hypoteeseissa ei sen sijaan oteta kantaa siihen, mihin suuntaan eroja on.

Tarkoituksena on myös tarkastella sitä, millaista narratiivien sisältämä menneisyysinformaatio on. Huomiota kiinnitetään lähinnä siihen, kuinka yleistä yrityksen tuloksen selittäminen narratiiveissa on. Lisäksi tutkimuksessa analysoidaan tulevaisuutta koskevan informaation piirteitä eli sitä, millaista tulevaisuusinformaatio on luonteeltaan. Kaiken kaikkiaan tutkimuksen tavoitteena on siis kartoittaa toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten sisältöä useammasta eri näkökulmasta ja saada sitä kautta

mahdollisimman kattava ja monipuolinen näkemys suomalaisten pörssiyritysten vuosikertomusnarratiiveista.

4.2 Tutkimusaineisto

Aineistona tutkimuksessa käytettiin Helsingin pörssin päälistalle listautuneiden yritysten vuosikertomuksia vuodelta 1999. Niiden yritysten osalta, joiden tilikausi ei ollut kalenterivuosi, tutkimukseen otettiin mukaan vuosikertomus tilikaudelta 1999/2000. Tutkimuksessa analysoitiin kaikki saatavilla olleet päälistan yritysten vuosikertomukset lukuun ottamatta pankkien ja muiden rahoituspalveluja tarjoavien yritysten sekä vakuutusyhtiöiden vuosikertomuksia, koska kyseisiä organisaatioita koskevat osittain erilaiset säännökset, mistä johtuen niiden tilinpäätösinformaatio eroaa muiden pörssiyritysten jakamasta informaatiosta.³ Kaiken kaikkiaan aineistoon kuului 78 vuosikertomusta usealta eri toimialalta. Luettelo tutkituista yrityksistä on liitteenä.

Analyysin kohteena olivat toimitusjohtajan katsaus sekä lakisääteisiin tilinpäätösasiakirjoihin kuuluva hallituksen toimintakertomus. Nämä kyseiset osiot valittiin siitä syystä, että ne ovat löydettävissä kaikista tutkittavista vuosikertomuksista, jolloin ne muodostavat selvän viitekehyksen. Kuten edellä on tuotu ilmi, vuosikertomuksissa on paljon muutakin narratiivista aineistoa, mutta sen suhteen eri yritysten vuosikertomukset ovat hyvin heterogeenisiä, eikä selvää ja suhteellisen yhtenäistä rakennetta ole olemassa siltä osin. Materiaalin vertailukelpoisuuden varmistamiseksi päädyttiin analysoimaan nimenomaan toimitusjohtajan katsausta ja hallituksen toimintakertomusta.

Toinen syy nimenomaan toimitusjohtajan katsauksen ja hallituksen toimintakertomuksen valintaan oli se, että ne edustavat luonteeltaan ja asemaltaan erilaisia dokumentteja ja muodostavat siten keskinäisen vertailemisen näkökulmasta mielenkiintoisen aineiston. Toimitusjohtajan katsaushan on vapaaehtoinen ja vapaamuotoinen dokumentti, kun taas hallituksen toimintakertomus on lakisääteinen tilinpäätösasiakirja.

³ Pankkien ja muiden rahoituslaitosten sekä vakuutusyhtiöiden vuosikertomusten jättäminen pois tällaisissa tutkimuksissa on yleinen käytäntö, jota ovat noudattaneet muun muassa Tuominen (1984) ja Aerts (1994) omissa tutkimuksissaan.

4.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmänä käytettiin sisällön erittelyä. Sisällön erittely voidaan määritellä tutkimustekniikaksi, jonka avulla voidaan tehdä aineistoon perustuvia toistettavia ja päteviä päätelmiä, ja jonka ajatuksena on joko tilastollisesti tai sanallisesti kuvata dokumenttien sisältöä ilmiönä sinänsä tai niitä ulkopuolisia ilmiöitä, joita sisällön ajatellaan ilmaisevan (Krippendorff 1984, 21; Pietilä 1976, 52-53). Kun pyritään kuvaamaan jonkin dokumenttijoukon sisältöä, pyritään itse asiassa rakentamaan mallia, joka esittää tutkittavaa sisältöä supistetummassa ja yleisemmässä muodossa (Pietilä 1976, 93).

Käytännössä sisällön erittelyssä on kyse siitä, että teksti, joka koostuu suuresta määrästä sanoja, luokitellaan määrällisesti harvempiin sisältöluokkiin. Niillä sanoilla, lausekkeilla tai muilla tekstiyksiköillä, jotka luokitellaan samaan luokkaan, oletetaan olevan samanlaisia merkityksiä. (Weber 1985, 12.) Sisältöluokka voidaan määritellä alkioidensa avulla. Alkiot ovat sellaisia sisällön osia eli tekstiyksiköitä, jotka ilmaisevat jotain tutkittavaa ilmiötä. Alkiot, jotka ilmaisevat yhtä ja samaa ilmiötä, ovat kyseistä ilmiötä vastaavan sisältöluokan ilmaisijoita. (Pietilä 1976, 94.)

Tutkimusaineistoa voidaan yleensä kuvata useammasta eri näkökulmasta. Kukin näkökulma muodostaa oman luokittelu-ulottuvuutensa, joka sitten jakaantuu eri sisältöluokkiin. (Pietilä 1976, 96.) Tässä tutkimuksessa aineisto luokiteltiin ensin kahden perusulottuvuuden suhteen. Yhden ulottuvuuden muodosti aika, eli se, mihin kohtaan aika-akselia analysoitava luokitteluyksikkö sijoittuu. Toisen ulottuvuuden muodosti varsinainen asiasisältö (aihepiiri tai teema), eli se, mistä konkreettisesta asiasta puhuttiin (esimerkiksi taloudellisista tapahtumista, toimintaympäristöstä, tuotteista).

Tässä tutkimuksessa käytettiin lähinnä kvantitatiivista lähestymistapaa, eli aineisto analysoitiin pääsääntöisesti tilastollisia menetelmiä käyttäen ja tulokset esitetään vastaavasti numeerisessa muodossa. Jonkin verran aineistoa kuvaillaan tosin myös kvalitatiivisesti. Aineiston analyysissä käytettiin taustamuuttujana sekä sitä, mistä narratiivista lausuma oli poimittu, että yrityksen menestystä, jotta nähtiin, oliko kyseisillä tekijöillä vaikutusta annetun informaation sisältöön.

4.4 Tutkimuksen käytännön toteutus

Tässä tutkimuksessa lähdettiin liikkeelle siitä, että ensin laadittiin luokitusrunko sisältöluokkineen. Aikaulottuvuuden sisältöluokkien päättäminen oli suhteellisen yksinkertaista, sillä vaihtoehtoja ei käytännössä juuri ole. Sisältöluokiksi valittiin menneisyys, nykyisyys ja tulevaisuus. Teemaulottuvuuden sisältöluokkien laatimiseksi tutkimusmateriaalista valittiin sattumanvaraisesti noin kaksikymmentä vuosikertomusta, joiden sisältämät toimitusjohtajan katsaukset ja hallituksen toimintakertomukset analysoitiin pinta-puolisesti. Tavoitteena oli saada selville, mitä aihepiirejä kyseisissä narratiiveissa käsitellään. Analyysin pohjalta laadittiin sitten kymmenkohtainen luokitusrunko narratiiveissa käsitellyistä aihepiireistä eli teemoista.⁴

Tämän jälkeen jokainen havaintoyksikkö eli tämän tutkimuksen tapauksessa yksi dokumentti (toimitusjohtajan katsaus tai hallituksen toimintakertomus) jaettiin sellaisiin pienempiin osiin, joita voitiin käyttää luokitusyksikköinä. Tutkimuksessa käytettiin luokitusyksikkönä sellaista ajatuksellista kokonaisuutta, joka oli enintään virkkeen mittainen. Pietilä (1976, 104) käyttää tällaisesta kokonaisuudesta nimitystä *lausuma*. Useimmiten luokitusyksikkö oli käytännössä virke, mutta sellaiset tavallista pidemmät virkkeet, jotka sisälsivät useita itsenäisiä ajatuksellisia kokonaisuuksia, jaettiin pienempiin osiin, joista jokainen muodosti oman lausumansa ja jotka käsiteltiin siis erillisinä luokitusyksikköinä.

Aineiston käsittelyyn käytettiin SPSS-tilasto-ohjelmaa. Varsinaisessa luokittelussa edettiin siten, että kukin lausuma eli luokitusyksikkö käytiin yksitellen läpi ja kirjattiin kummankin luokitusulottuvuuden suhteen sopiviin sisältöluokkiin. Kaiken kaikkiaan analysoituja lausumia oli 12 543 kappaletta, joista 3121 oli toimitusjohtajan katsauksista ja 9422 hallituksen toimintakertomuksista.

Edellä kuvatun lausumien luokittelun lisäksi aineistoa analysoitiin myös hieman toisella tavalla, jota kutsutaan laadulliseksi luokitteluksi tai esiintymisen–poissaolo-luokitteluksi (Pietilä 1976, 113). Tätä luokittelutapaa käytettiin, kun tutkittiin esimerkiksi sitä, missä määrin narratiiveissa selitettiin päättyneen vuoden tulosta. Tällöin jokainen toimitusjohtajan katsaus ja hallituksen toimintakertomus käsiteltiin yhtenä luokitusyksikkönä, jolloin

⁴ Tutkimuksessa käytetyt sisältöluokat kuvaillaan tarkemmin tulosten yhteydessä luvussa 5.2.1.

kiinnitettiin huomiota ainoastaan siihen, sisälsikö kyseinen narratiivi yrityksen tulosta selittävää informaatiota vai ei. Selittävän informaation määrää yksittäisessä narratiivissa ei siis tässä luokittelussa otettu huomioon, vaan tarkoituksena oli kartoittaa sitä, kuinka suuressa osassa narratiiveja selityksiä ylipäänsä annettiin.

Aineiston tilastollisessa analyysissä käytettiin taustamuuttujana yrityksen menestystä, joka oli tutkimusta varten jotenkin operationalisoitava mitattavaksi ominaisuudeksi. Aikaisemmissa tutkimuksissa yrityksen menestymistä on mitattu monella erilaisella tavalla. Subramanian et al. (1993) luokittelivat yritykset hyvin ja huonosti menestyneiksi nettotuloksen perusteella. Ne yritykset, joiden nettotulos oli positiivinen ja tulos oli lisäksi edellistä vuotta parempi, luokiteltiin hyvin menestyneiksi, ja vastaavasti ne yritykset, joiden nettotulos oli negatiivinen ja tulos oli edellistä vuotta huonompi, luokiteltiin huonosti menestyneiksi. Kohut ja Segars (1992) puolestaan asettivat liikevaihdolla mitattuna 500 suurinta yritystä paremmuusjärjestykseen oman pääoman tuottoprosentin (ROE) perusteella ja valitsivat tutkimusaineistoonsa 25 parhaiten menestynyttä ja 25 huonoiten menestynyttä yritystä. Clatworthy & Jones (2001) listasivat kaikki pörssiyritykset paremmuusjärjestykseen sen mukaan, kuinka suuri muutos oli tapahtunut voitossa ennen veroja, ja valitsivat sitten joukosta tutkimusaineistokseen 30 parasta ja 30 huointa yritystä.

Kuten edellisistä esimerkeistä voidaan huomata, mitään yksiselitteistä mittaria yrityksen menestykselle ei ole olemassa. Näyttää kuitenkin siltä, että mittarin laatimiseen on periaatteessa kaksi tapaa. Voidaan kiinnittää huomiota joko johonkin kannattavuuden perusmittariin (esimerkiksi oman pääoman tuottoprosenttiin) tai voitossa tapahtuneeseen muutokseen. Tässä tutkimuksessa päätettiin yhdistää nämä kaksi lähtökohtaa, ja yrityksen menestys operationalisoitiin kahta kriteeriä käyttämällä, joista toinen liittyy yhteen kannattavuuden perusmittariin ja toinen voitossa tapahtuneeseen muutokseen.

Menestymisen arvioinnin yhtenä perustana käytettiin liiketulosprosentille annettuja ohje-arvoja, joiden mukaan yli 10 % on hyvä, 5–10 % on tyydyttävä ja alle 5 % huono tulos (Yritystutkimusneuvottelukunta 1999, 53). Liiketulosprosentti on oikaistusta tilinpäätöksestä laskettava tunnusluku, jossa virallisen tuloslaskelman liikevoittoon on tehty tiettyjä oikaisuja. Tämän tutkimuksen yhteydessä ei kuitenkaan resurssien puutteen takia ollut mahdollista oikaista tutkittujen yritysten tuloslaskelmia, joten tunnuslukuna käytettiin virallisen tuloslaskelman pohjalta laskettuja liikevoittoprosentteja eli liikevoiton osuutta koko

liikevaihdosta. Liiketulosprosentin ja liikevoittoprosentin väliset erot eivät todennäköisesti ole kuitenkaan niin merkittäviä, että niillä olisi lopputuloksen kannalta kovinkaan suurta merkitystä. Toisena menestymisen arviointiperustana oli liikevoitossa edellisestä vuodesta tapahtunut muutos eli kannattavuuden kehitys. Liikevoittoprosentin lisäksi kiinnitettiin huomiota siis myös siihen, oliko kannattavuus ollut nousussa vai laskussa, eli oliko liikevoitto suhteessa kasvanut vai pienentynyt edelliseen vuoteen verrattuna.

Ne yritykset, joissa liikevoittoprosentti oli yli 10, luokiteltiin automaattisesti hyvin menestyneiksi riippumatta siitä, oliko niiden liikevoitto kasvanut vai pienentynyt. Ne yritykset, joissa liikevoittoprosentti oli vähintään 5 ja lisäksi liikevoitto oli kasvanut edellisestä vuodesta, luokiteltiin myös hyvin menestyneiksi. Yritys, joka ei täyttänyt kumpaakaan edellä mainituista ehdoista, luokiteltiin puolestaan huonosti menestyneeksi. Samoin huonosti menestyneeksi luokiteltiin kaikki ne yritykset, joiden tilikauden tulos oli negatiivinen riippumatta liikevoittoprosentista tai mahdollisesta liikevoiton kasvusta.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

5.1 Narratiivien sisällön aikaulottuvuus

Toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten sisällön aikaulottuvuutta tutkittiin luokittelemalla lausumat joko menneisyyteen, nykyisyyteen tai tulevaisuuteen viittaaviksi. Menneeseen ja tulevaan viittaavien lausumien tunnistaminen oli yksinkertaista, sillä niistä kävi yleensä hyvin selvästi ilmi se, oliko kyseessä jokin jo menneisyydessä tapahtunut asia vai esimerkiksi tulevaisuutta koskeva suunnitelma tai arvio. *Nykyisyys*-sisältöluokan alkioiksi tulkittiin puolestaan ne lausumat, joissa joko selvästi kuvattiin jotain nimenomaan dokumentin laatimishetkellä voimassa ollutta asioiden tilaa tai joissa viitattiin sellaisiin tapahtumiin tai olosuhteisiin, jotka koskivat sekä menneisyyttä että tulevaisuutta eli joita ei voitu yksiselitteisesti sijoittaa kumpaankaan niistä sisältöluokista. Tutkimustuloksia tarkasteltaessa suurin huomio kiinnitetään kuitenkin nimenomaan *menneisyys*- ja *tulevaisuus*-sisältöluokkiin, ja *nykyisyys*-sisältöluokka jää vastaavasti vähemmälle huomiolle johtuen sen roolista luokkana, jota on ainakin osittain käytetty luokittelemaan ongelmallisiksi koettuja lausumia.

Tutkimusaineiston analyysi osoitti, että sekä toimitusjohtajan katsauksessa että hallituksen toimintakertomuksessa pääpaino on menneisyydessä, seuraavaksi eniten viitataan tulevaisuuteen ja vähiten puhutaan nykyisyydestä. Dokumentit eroavat kuitenkin toisistaan selvästi siinä, että toimitusjohtajan katsaukseen verrattuna hallituksen toimintakertomus on huomattavasti enemmän menneisyyspainotteinen, kuten taulukosta 1 voidaan nähdä.

Toimitusjohtajan katsauksissa aineistosta vain noin puolet käsitteli mennyttä, kun taas hallituksen toimintakertomuksissa yli 80 prosenttia. Vastaavasti tulevaisuuteen viitattiin toimitusjohtajan katsauksissa suhteessa selvästi enemmän kuin hallituksen toimintakertomuksissa, sillä toimitusjohtajan katsauksissa lähes kolmasosa tekstistä käsitteli tulevaisuutta, kun taas hallituksen toimintakertomuksissa vain hieman yli kymmenesosa. Narratiivien välillä olevat erot aikaviittauksissa ovat χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti erittäin

merkitseviä ($p=0.000$). Hypoteesi, jonka mukaan toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten välillä on eroja aikaviittausten osalta, saa siis tukea.

TAULUKKO 1 Narratiivien aikaviittaukset

			Narratiivi		Yhteensä
			Toimitusjohtajan katsaus	Hallituksen toimintakertomus	
Aikaulottuvuus	Menneisyys	Frekvenssi	1589	7698	9287
		%	50,9%	81,7%	74,0%
	Nykyisyys	Frekvenssi	599	526	1125
		%	19,2%	5,6%	9,0%
	Tulevaisuus	Frekvenssi	933	1198	2131
		%	29,9%	12,7%	17,0%
Yhteensä		Frekvenssi	3121	9422	12543
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Jo hallituksen toimintakertomuksen nimi viittaa siihen, että kyseessä on ennen kaikkea selonteko jo tapahtuneista asioista. Pääpaino on menneessä jo niiden vaatimustenkin takia, jotka lainsäädäntö kyseisen dokumentin edellyttää täyttävän. Esimerkiksi kirjanpitoasetus edellyttää toimintakertomuksen sisältävän tiedot olennaisista tapahtumista tilikaudella ja sen päättymisen jälkeen. Toimintakertomuksessa voidaan toki tuoda esille yrityksen suunnitelmia ja antaa arvioita tulevaisuudesta, mutta käytännössä esimerkiksi kirjanpito-asetuksessa vaadittu arvio tulevasta kehityksestä on usein vain muutaman virkkeen mittainen kokonaisuus. Koska toimintakertomus on tilintarkastuksen kohteena, siinä ei periaatteessa edes voida antaa sellaisia arvioita, joiden oikeellisuutta ei voida todentaa. Tulevaisuuteen puolestaan liittyy aina siinä määrin epävarmuutta, että täysin paikkansapitävien ja sikäli oikeellisten arvioiden antaminen on käytännössä mahdotonta. Tämäkin seikka varmasti osaltaan aiheuttaa sen, että tulevaisuusinformaation määrä on suhteellisen pieni hallituksen toimintakertomuksissa.

Toimitusjohtajan katsausta eivät edellä mainitun kaltaiset rajoitukset sido aivan samalla tavalla. On periaatteessa johdon itsensä päätettävissä, halutaanko katsauksesta tehdä jonkinlainen tiivistelmä päättyneestä vuodesta, vai onko tarkoituksena pikemminkin visioida tulevaisuutta. Tulevaisuusinformaation suurempi osuus toimitusjohtajan katsauksissa voidaankin ainakin osittain selittää sillä, että johto nimenomaan haluaa esitellä osakkeenomistajille ajatuksiaan ja visioitaan yrityksen tulevaisuudesta ja antaa tietoa tulevista suunnitelmista. Näin voidaan yrittää vakuuttaa lukija siitä, että yrityksen osakkeiden

omistaminen on hyödyllistä ja kannattavaa myös tulevaisuudessa. Tämä voi kuvastaa osaltaan Segarsin ja Kohutin (2001) mainitsemaa viestinnällistä sitoutumista osakkaiden varallisuuden kasvattamiseksi.

5.1.1 Yritysten väliset erot aikaviittauksissa

Edellä tutkimusaineistoa tarkasteltiin kokonaisuutena eli esitetyt luvut olivat koko aineistosta laskettuja keskimääräisiä tuloksia. Kun tarkastellaan dokumenttien sisältöä ajan näkökulmasta yksittäisten yritysten tasolla, huomataan, että yritysten välillä on suuriakin eroja. Taulukosta 2 käy esimerkiksi ilmi se, että toimitusjohtajan katsauksissa menneisyyteen viittaavan tekstin suhteellinen osuus koko tekstistä oli vähimmillään 10,8 % ja enimmillään 96,8 %. Toisin sanoen, siinä katsauksessa, jossa menneisyyteen viitattiin kaikkein vähiten, menneisyysinformaation osuus oli 10,8 %. Vastaavasti siinä katsauksessa, jossa menneisyyteen viitattiin kaikkein eniten, osuus oli 96,8 %. Vaihteluväli on suuri, mutta kaikissa tutkituissa toimitusjohtajan katsauksissa oli siis kuitenkin ainakin vähän sellaista tekstiä, jossa puhutaan menneestä. Sen sijaan aineistossa oli mukana muutamia sellaisia toimitusjohtajan katsauksia, joissa ei viitattu lainkaan joko nykyisyyteen tai tulevaisuuteen.

TAULUKKO 2 Aikaulottuvuus yritystasolla toimitusjohtajan katsauksissa

	Vaihteluväli	Minimi	Maksimi	Keskihajonta
Menneisyys	86,0	10,8%	96,8%	17,963
Nykyisyys	54,5	,0%	54,5%	12,498
Tulevaisuus	62,2	,0%	62,2%	13,527

TAULUKKO 3 Aikaulottuvuus yritystasolla hallituksen toimintakertomuksissa

	Vaihteluväli	Minimi	Maksimi	Keskihajonta
Menneisyys	37,0	59,6%	96,6%	7,689
Nykyisyys	21,8	,0%	21,8%	5,271
Tulevaisuus	26,8	3,4%	30,2%	5,348

Hallituksen toimintakertomuksissa menneisyyden osuus kaikesta tekstistä oli kaikissa tapauksissa vähimmillään 59,6 % ja enimmillään 96,6 %. Toimitusjohtajan katsauksiin verrattuna vaihteluväli on siis pienempi ja menneisyys korostuu vielä selvemmin, sillä kaikissa toimintakertomuksissa viittaukset menneeseen kattavat siis vähintään lähes 60 %

tekstistä. Toimitusjohtajan katsauksista poiketen kaikissa hallituksen toimintakertomuksissa oli mainittu jotain myös tulevaisuudesta, mikä johtuu luonnollisesti siitä, että jo kirjanpitoasetus edellyttää hallituksen toimintakertomukselta jonkinlaisen arvion antamista tulevasta kehityksestä. Kaikkiin toimintakertomuksiin sisältyi siis ainakin hieman tulevaisuusinformaatiota, mutta sen määrä nousi maksimissaankin vain 30,2 prosenttiin, eli sitä oli huomattavasti vähemmän kuin eniten tulevaisuusinformaatiota sisältäneessä toimitusjohtajan katsauksessa.

Kun verrataan toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten sisältöä aikaulottuvuuden näkökulmasta, huomataan, että yritysten väliset erot ovat pienempiä hallituksen toimintakertomuksissa. Tämä voidaan selittää sillä, että hallituksen toimintakertomus on lakisääteinen tilinpäätösasiakirja ja sitä koskevat tietyt määräykset. Näin ollen se laaditaan kaikissa yrityksissä ainakin jossain määrin samaa peruskaavaa noudattaen. Toimitusjohtajan katsauksen sisältö on sen sijaan yrityksen omassa harkintavallassa⁵, jolloin katsausten joukko on heterogeenisempi. Toimitusjohtajan katsauksessa ei siis esimerkiksi ole mikään pakko käsitellä tulevaisuutta. Vaikka tulevaisuutta koskevan informaation määrä siis keskimäärin on suhteessa suurempi toimitusjohtajan katsauksissa, osassa tutkituista katsauksista ei siitä huolimatta ollut lainkaan viittauksia tulevaisuuteen.

5.1.2 Menestyksen vaikutus narratiivien aikaulottuvuuteen

Yrityksen taloudellisella menestyksellä näyttää olevan jonkinlainen yhteys siihen, millaiseksi narratiivien ajallinen aspekti muodostuu. Hallituksen toimintakertomuksissa yrityksen menestys ei näy (TAULUKKO 4), mutta toimitusjohtajan katsausten osalta huomataan menneisyyden saavan huonosti menestyneiden yritysten vuosikertomuksissa enemmän painoarvoa kuin hyvin menestyneiden yritysten vuosikertomuksissa (TAULUKKO 5). Vastaavasti puolestaan nykyisyys ja tulevaisuus jäävät menestykseltään heikompien yritysten vuosikertomuksissa suhteessa hieman vähemmälle huomiolle.

⁵ Toimitusjohtajan katsauksen sisällössä on toki kuitenkin aina otettava huomioon arvopaperimarkkinalain vaatimus hyvän arvopaperikauppatavan noudattamisesta ja siihen liittyvästä annettujen tietojen oikeudenmukaisuudesta.

TAULUKKO 4 Menestys ja aikaulottuvuus hallituksen toimintakertomuksissa

			Yrityksen taloudellinen menestys	
			Hyvä	Huono
Aikaulottuvuus	Menneisyys	Frekvenssi	5033	2665
		%	81,5%	82,1%
	Nykyisyys	Frekvenssi	323	203
%		5,2%	6,3%	
Tulevaisuus	Frekvenssi	819	379	
	%	13,3%	11,7%	
Yhtensä		Frekvenssi	6175	3247
		%	100,0%	100,0%

TAULUKKO 5 Menestys ja aikaulottuvuus toimitusjohtajan katsauksissa

			Yrityksen taloudellinen menestys	
			Hyvä	Huono
Aikaulottuvuus	Menneisyys	Frekvenssi	973	616
		%	48,9%	54,4%
	Nykyisyys	Frekvenssi	404	195
%		20,3%	17,2%	
Tulevaisuus	Frekvenssi	611	322	
	%	30,7%	28,4%	
Yhteensä		Frekvenssi	1988	1133
		%	100,0%	100,0%

Kuten taulukoista voidaan nähdä, hallituksen toimintakertomusten ajalliseen sisältöön ei yrityksen menestyksellä juurikaan ole vaikutusta ja aikaulottuvuuksien suhteelliset osuudet ovat lähestulkoon samoja molemmissa yritysryhmissä. Sen sijaan toimitusjohtajan katsauksiin yrityksen menestys vaikuttaa jossain määrin. Verrattuna hyvin menestyneisiin yrityksiin huonosti menestyneiden yritysten vuosikertomuksissa viitataan enemmän menneisyyteen ja vastaavasti vähemmän nykyisyyteen ja tulevaisuuteen. Ryhmien välinen ero on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti melkein merkitsevä ($p=0.011$). Tulokset siis tukevat toimitusjohtajan katsauksen osalta hypoteesia siitä, että yrityksen menestys vaikuttaa narratiivien ajalliseen rakenteeseen.

Tulokset, joiden mukaan huonosti menestyneiden yritysten vuosikertomuksissa käsitellään enemmän menneisyyttä, ovat vastakkaisia Kohutin ja Segarsin (1992) tekemän tutkimuksen tuloksiin verrattuna, sillä heidän tutkimassaan aineistossa riippuvuussuhde osoitti nimenomaan hyvin menestyvien yritysten osalta enemmän viittauksia menneeseen. Tässä

tutkimuksessa saatu tulos ei ole kuitenkaan mitenkään epälooginen, sillä voidaan pitää jossain määrin jopa luonnollisena sitä, että huonosti menneen tilivuoden tapahtumat saavat suuremman painoarvon kuin tulevaisuus ja niitä halutaan käsitellä tarkemmin. Toisin sanoen, yrityksen johto voi tuntea enemmän tarvetta käydä menneen vuoden tapahtumia perusteellisemmin läpi joko antaakseen jonkinlaisen selityksen asioille, tai ylipäänsä vain asettaakseen tapahtumat kontekstiinsa. Tämän tutkimuksen tulokset antavat siis jossain määrin tukea niille tuloksille, joita Staw et al. (1983) saivat omassa tutkimuksessaan.

5.2 Narratiivien temaattinen rakenne

5.2.1 Narratiiveissa käsitellyt teemat

Narratiivien sisältämät teemat muodostivat toisen dimension, jonka pohjalta aineistoa tutkittiin. Aineiston esianalyysissa esiin nousi kaiken kaikkiaan yhdeksän varsinaista teemaa eli aihepiiriä, joiden pohjalta sisältöluokat laadittiin ja joita hyväksikäyttäen aineisto lopulta luokiteltiin. Seuraavassa käydään läpi teemaullottuvuuden sisältöluokat ja annetaan esimerkki kuhunkin sisältöluokkaan kirjatusta alkioista eli lausumasta:

1. **Talous.** Yrityksen tulos, taloudelliset tunnusluvut, tuloslaskelma ja tase sekä niiden muodostuminen. *Tuloksemme näyttää erinomaiselta: 516 miljoonaa markkaa on ennätys kautta aikojen.*
2. **Toiminnan laajuus.** Liikevaihto ja sen muodostuminen ja yleensä toiminnan laajuus. *Kesko-konsernin liikevaihto 1.1.-31.12.1999 oli 6 111 miljoonaa euroa, mikä oli 2,0 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna (5 992 milj. euroa).*
3. **Strategia.** Yrityksen strategia ja strategiset ratkaisut. *Rautakirjan strategiana on edelleen toimia asiakaslähtöisenä kauppa- ja palveluyrityksenä, joka keskittyy lehtien irtolumeroiden tukku- ja vähittäiskauppaan sekä ketjutettuun erikoisvähittäiskauppaan.*
4. **Markkinointi.** Tuotteet, asiakkaat ja asiakassuhteet, markkinoinnin toimenpiteet ja yrityksen kilpailuasema markkinoilla. *Tuotevalikoimamme on muotoilultaan, ergonomialtaan ja tekniikaltaan huippuluokkaa.*

5. **Toimintaympäristö.** Toimialan piirteet ja muut ympäristötekijät, kuten esimerkiksi kansantalouden ja maailmantalouden tila sekä lainsäädäntö. *Rakennustoiminnan kasvu Suomessa hidastui vuonna 1999 verrattuna edelliseen vuoteen.*
6. **Henkilöstö.** Henkilöstön määrä, koulutus ja muut henkilöstöä koskevat toimenpiteet. *Konsernin palveluksessa oli vuoden 1999 lopussa yhteensä 5 657 (4 993) henkilöä, joista USA:ssa 68 % ja Suomessa 14 %.*
7. **Omistajainformaatio.** Yrityksen osaketta, osakepääomaa ja osakekurssia koskeva informaatio sekä yhtiökokousten tekemät päätökset. *Novo Group Oyj:n 8.4.1999 kokoontunut yhtiökokous antoi hallitukselle valtuudet osakepääoman korottamiseen osakkeenomistajien merkintäetuoikeudesta poiketen.*
8. **Yrityksen rakenne.** Yrityksen (tai konsernin) rakenne ja siinä tapahtuneet muutokset. *Joulukuussa Aldata perusti tytäryhtiö Aldata Solution AS:n Norjaan.*
9. **Sisäiset toiminnot.** Tuotanto- ja toimintaprosessit, yleensä tuotantoon liittyvät järjestelyt, tietojärjestelmät ja niiden käyttöönotto, laadunvalvonta, ympäristöpolitiikka ja muut yrityksen sisäiset toimenpiteet ja tapahtumat. *Tehokkaat työmenetelmät niin rakenteiden valmistuksessa kuin kokoonpanossa ovat alan ehdottoman moderneinta teknologiaa.*

Edellä mainittujen varsinaisten sisältöluokkien lisäksi käytössä oli myös luokka **Muut**, johon luokiteltiin ne lausumat, joita ei yksiselitteisesti voitu sijoittaa mihinkään muuhun luokkaan ja joiden määrä oli kokonaisuudessaan niin vähäinen, ettei niitä varten kannattanut perustaa omaa sisältöluokkaa. Käytännössä suurin osa tähän luokkaan kirjatuista lausumista oli toimitusjohtajan katsauksissa yleisesti esiintyviä kiitoksia, joita johto osoittaa esimerkiksi osakkeenomistajille tai henkilöstölle. Lisäksi luokkaan kirjattiin myös muun muassa ne lausumat, jotka käsittelivät yrityksiä koskevia oikeusjuttuja ja mahdollisia oikeuden antamia päätöksiä riitatapauksista, sekä muut vastaavanlaiset yrityksen normaalin toiminnan ulkopuolisia seikkoja koskevat lausumat.

5.2.2 Narratiivien väliset erot temaattisessa rakenteessa

Teemojen suhteelliset osuudet aineistossa tutkittiin erikseen toimitusjohtajan katsauksen ja hallituksen toimintakertomuksen osalta, ja analyysin perusteella voidaan todeta, että tutkitut narratiivit eroavat toisistaan myös sen suhteen, miten eri aihealueet niissä painottuvat, kuten taulukosta 6 nähdään. Toimitusjohtajan katsauksissa eniten käsiteltiin *toimintaympäristöä*

koskevia asioita. Seuraavaksi eniten katsauksissa puhuttiin *markkinoinnista*, ja kolmanneksi tärkein teema oli *sisäiset toiminnot*. Hallituksen toimintakertomuksissa keskityttiin puolestaan käsittelemään eniten *taloutta*, toisella sijalla oli *omistajainformaatio*, ja kolmannella *toiminnan laajuus*. Narratiivien temaattiset sisällöt poikkeavat toisistaan siinä määrin, että narratiivien välinen välinen ero on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$). Hypoteesi toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten välisistä eroista temaattisessa rakenteessa saa siis tukea.

TAULUKKO 6 Teemojen suhteelliset osuudet narratiiveissa

			Narratiivi		Yhteensä
			Toimitusjohtajan katsaus	Hallituksen toimintakertomus	
Teema	Talous	Frekvenssi	364	2427	2791
		%	11,7%	25,8%	22,3%
	Toiminnan laajuus	Frekvenssi	350	1257	1607
		%	11,2%	13,3%	12,8%
	Strategia	Frekvenssi	293	113	406
		%	9,4%	1,2%	3,2%
	Markkinointi	Frekvenssi	528	726	1254
		%	16,9%	7,7%	10,0%
	Toimintaympäristö	Frekvenssi	535	836	1371
		%	17,1%	8,9%	10,9%
	Henkilöstö	Frekvenssi	111	436	547
		%	3,6%	4,6%	4,4%
	Omistajainformaatio	Frekvenssi	161	1375	1536
		%	5,2%	14,6%	12,2%
	Yrityksen rakenne	Frekvenssi	233	1090	1323
		%	7,5%	11,6%	10,5%
	Sisäiset toiminnot	Frekvenssi	436	1091	1527
		%	14,0%	11,6%	12,2%
	Muut	Frekvenssi	110	71	181
		%	3,5%	,8%	1,4%
Yhteensä		Frekvenssi	3121	9422	12543
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Hallituksen toimintakertomuksissa keskeistä näyttää olevan ennen kaikkea yrityksen toiminnan taloudellisen puolen selittäminen. Taloudellinen aspekti hallitsee tekstiä suhteellisen selvästi, sillä neljäsosa (25,8 %) koko aineistosta käsittelee kyseistä aihepiiriä. Toimintakertomuksissa käydään usein suhteellisen tarkkaan läpi tuloslaskelman ja taseen eriä ja yleensäkin tuloksen muodostumiseen ja kannattavuuteen tai vakavaraisuuteen vaikuttavia seikkoja sekä selitetään erilaisiin toimenpiteisiin käytettyjä rahamääriä. Toisin sanoen, toimintakertomukset sisältävät tavallisesti runsaasti kvantitatiivista tietoa. Suurin osa tiedoista

olisi todennäköisesti löydettävissä muualtakin vuosikertomuksesta (esimerkiksi varsinaisesta tilinpäätöksestä), mutta monilla yrityksillä on tapana käsitellä ne sanallisesti myös toimintakertomuksessa.

Hallituksen toimintakertomuksen rooli lakisääteisenä asiakirjana käy teemojen osalta ilmi siten, että esimerkiksi omistajainformaation määrä on toimitusjohtajan katsaukseen verrattuna suhteessa noin kolminkertainen. Toimintakertomukset sisältävät monien yritysten tapauksessa hyvinkin runsaasti informaatiota muun muassa yhtiökokousten tekemistä päätöksistä ja osakepääomaa koskevista muutoksista, joita seikkoja ei puolestaan normaalisti toimitusjohtajan katsauksissa mainita. Useimmissa toimitusjohtajan katsauksissa ainoat omistajainformaatioksi laskettavat lausumat ovat maininnat osakekurssin kehityksestä.

Verrattuna hallituksen toimintakertomukseen toimitusjohtajan katsaus vaikuttaa sisällöllisesti pehmeämmältä, ja siinä näyttäisivät korostuvan enemmän muun muassa markkinointiin ja strategiaan liittyvät seikat kuin tarkka numeropohjainen informaatio. Tämä käy ilmi muun muassa siinä, että toimitusjohtajan katsauksissa esimerkiksi *markkinointi*-teemaa käsiteltiin 16,9 prosentissa lausumia, kun kyseisen teeman osuus hallituksen toimintakertomuksissa oli yli yhdeksän prosenttiyksikköä pienempi eli 7,7 %. Suhteessa suurin ero narratiivien välillä oli *strategiaa* koskevien lausumien määrässä. Strategiaan viitattiin 9,4 prosentissa toimitusjohtajan katsauksissa olleista lausumia, mutta vastaava luku hallituksen toimintakertomuksissa oli vain 1,2 %, eli strategiaa käsiteltiin lähes kahdeksan kertaa enemmän toimitusjohtajan katsauksissa. Kolmas teema, jonka merkitys oli toimitusjohtajan katsauksessa huomattavasti suurempi kuin hallituksen toimintakertomuksessa, oli *toimintaympäristö*. Toimintaympäristöä koskevan informaation määrä oli toimitusjohtajan katsauksissa suhteessa kaksinkertainen verrattuna toimintakertomuksiin.

Kaiken kaikkiaan toimitusjohtajan katsauksen funktio näyttää olevan jonkinlaisen yleiskuvan antaminen yrityksen liikeideasta, tuotteista, asiakkaista, niistä markkinoista, joilla se toimii, ja siitä ympäristöstä, joka sen toimintaan vaikuttaa. Tyypillistä toimitusjohtajan katsauksille on esimerkiksi maininta asiakaskunnan tarpeista ja sen arviointi, miten yrityksen tuotteet ja palvelut vastaavat asiakkaiden asettamia vaatimuksia. Samoin usein kuvaillaan myös toimialan yleistä kehitystä ja talouden suhdanteita ja sitä, miten ne ovat yrityksen toimintaan vaikuttaneet tai tulevat vaikuttamaan. Usein katsauksissa selostetaan myös yrityksen sisäisiin toimintoihin ja tuotantoprosesseihin liittyviä seikkoja, eli mainitaan esimerkiksi jotain

yrittäjien harjoittamasta ympäristöpolitiikasta tai laatujärjestelmistä ja niiden kehittämisestä. Jossain määrin toimitusjohtajan katsauksissa puhutaan toki myös esimerkiksi yrityksen taloutta koskevista asioista, mutta kuitenkin huomattavasti vähemmän kuin hallituksen toimintakertomuksissa.

Se seikka, että toimitusjohtajan katsauksissa käsitellään suhteessa huomattavasti enemmän esimerkiksi strategiaan liittyviä asioita, viittaa osaltaan siihen, että katsauksissa pyritään profiloimaan yritystä ja rakentamaan sen imagoa. Åbergin (2001, 123) mukaan strategian esittely on yksi profiloinnin keino. Tulokset antavat siis tukea sille melko usein esitettylle näkemykselle, että yksi toimitusjohtajan katsauksen keskeisistä tehtävistä on nimenomaan imagon luominen.

Hallituksen toimintakertomuksen tehtävä puolestaan on korostetummin yrityksen taloudellisesta tilasta sekä liikevaihdosta ja toiminnan laajuudesta tiedottaminen, minkä lisäksi siinä annetaan esimerkiksi osakeyhtiölain vaatimia tietoja osakepääomasta. Tästä johtuen toimintakertomuksen sisältö on selvästi kvantitatiivisempaa kuin toimitusjohtajan katsauksen. Luonteeltaan hallituksen toimintakertomus on täten enemmän numeropohjaisiin faktoihin painottuva. Sen rooli näyttääkin olevan nimenomaan suoraviivainen tiedottaminen.

5.2.3 Teemojen esiintyminen yksittäisissä toimitusjohtajan katsauksissa

Kun tarkastellaan aineistoa yksittäisten yritysten tasolla, huomataan, että mikään teemoista ei esiinny kaikissa toimitusjohtajan katsauksissa. Taulukossa 7 on esitetty kunkin teeman osalta niiden prosentuaaliset minimi- ja maksimiosuudet yritystasolla.

TAULUKKO 7 Teemat yritystasolla toimitusjohtajan katsauksissa

	Vaihteluväli	Minimi	Maksimi	Keskihajonta
Talous	39,5	,0%	39,5%	8,316
Toiminnan laajuus	36,3	,0%	36,3%	10,113
Strategia	42,4	,0%	42,4%	9,042
Markkinointi	42,3	,0%	42,3%	9,817
Toimintaympäristö	75,0	,0%	75,0%	14,723
Henkilöstö	25,0	,0%	25,0%	5,183
Omistajainformaatio	33,3	,0%	33,3%	7,317
Yrityksen rakenne	29,3	,0%	29,3%	7,665
Sisäiset toiminnot	64,8	,0%	64,8%	10,656
Muut	17,1	,0%	17,1%	3,242

Suurin vaihteluväli ja hajonta on *toimintaympäristö*-teemalla. Joissakin tutkituista toimitusjohtajan katsauksista kyseiseen aiheeseen ei viitattu ollenkaan, kun taas joukosta löytyy yksi katsaus, jossa jopa 75 % lausumista viittasi siihen. Toinen aihepiiri, jonka painoarvo vaihteli paljon eri toimitusjohtajan katsauksissa, on *sisäiset toiminnot*.

Se, mitä asioita kunkin yrityksen toimitusjohtajan katsauksessa painotetaan, riippuu luonnollisesti paljon siitä, mitä yritykselle on vuoden aikana tapahtunut tai mitä merkittäviä tapahtumia on mahdollisesti tiedossa. Mikäli esimerkiksi yrityksen rakenteessa on tapahtunut jotain radikaalia, kuten fuusio tai merkittävien tytäryhtiöiden osto tai myynti, on hyvin todennäköistä, että toimitusjohtaja käsittelee asiaa katsauksessaan ainakin jonkin verran. Toisaalta, jos taas yrityksen rakenne on pysynyt samanlaisena kuin edellisenä vuonna eikä lähitulevaisuudessa ole tiedossa mitään muutoksia, aihepiiriin ei ole välttämättä tarpeen viitata ollenkaan. Samoin esimerkiksi sisäisiä toimintoja koskeva informaatio voi olla merkittävässä roolissa toimitusjohtajan katsauksessa esimerkiksi sellaisessa tapauksessa, että yrityksessä on juuri otettu käyttöön tai ollaan ottamassa käyttöön uudenlainen tuotantoprosessi, jonka merkitys on yritykselle suuri. Muulloin sisäisiin toimintoihin liittyvä informaatio voi olla paljon vähäisempää.

Yksi näkökulma, josta teemoja voidaan lähestyä, on sen selvittäminen, kuinka suuressa osassa narratiiveja kutakin teemaa käsiteltiin edes jossain määrin, vaikkapa vain yhdessä lausumassa. Tällaisen analyysin pohjalta voidaan vetää joitakin johtopäätöksiä siitä, mitkä aihepiirit muodostavat narratiivien keskeisimmän informaation. Taulukosta 8 nähdään se, kuinka monessa toimitusjohtajan katsauksessa kukin teema mainittiin ja kuinka monesta viittaukset kyseiseen teemaan puolestaan puuttuivat kokonaan.

Kuten jo aikaisemmin on todettu, *markkinointiin* liittyvät seikat näyttävät korostuvan toimitusjohtajan katsauksissa myös tämän analyysin perusteella. Kyseinen aihepiiri esiintyi kahta vuosikertomusta lukuun ottamatta kaikissa toimitusjohtajan katsauksissa. Toinen keskeinen aihepiiri on *sisäiset toiminnot*, joka puolestaan esiintyi kolmea tapausta vaille kaikissa katsauksissa. Myös *talous*-aihepiiriä käsiteltiin kolmea poikkeusta lukuun ottamatta kaikissa katsauksissa.

TAULUKKO 8 Teemojen esiintyminen toimitusjohtajan katsauksissa

			Toimitusjohtajan katsaukset		Yhteensä
			Teema esiintyy	Teema ei esiinny	
Teema	Talous	Frekvenssi	75	3	78
		%	96,2%	3,8%	100,0%
	Toiminnan laajuus	Frekvenssi	61	17	78
		%	78,2%	21,8%	100,0%
	Strategia	Frekvenssi	72	6	78
		%	92,3%	7,7%	100,0%
	Markkinointi	Frekvenssi	76	2	78
		%	97,4%	2,6%	100,0%
	Toimintaympäristö	Frekvenssi	70	8	78
		%	89,7%	10,3%	100,0%
	Henkilöstö	Frekvenssi	35	43	78
		%	44,9%	55,1%	100,0%
	Omistajainformaatio	Frekvenssi	48	30	78
		%	61,5%	38,5%	100,0%
	Yrityksen rakenne	Frekvenssi	57	21	78
		%	73,1%	26,9%	100,0%
	Sisäiset toiminnot	Frekvenssi	75	3	78
		%	96,2%	3,8%	100,0%
	Muut	Frekvenssi	63	15	78
		%	80,8%	19,2%	100,0%

Jossain määrin yllättävää on ehkä se, että edes *talous* ei ole sellainen teema, jota olisi käsitelty kaikkien yritysten toimitusjohtajan katsauksissa. Riippumatta siitä, millainen yrityksen vuosi on muuten ollut, olisi voinut ehkä olettaa, että jokaisessa toimitusjohtajan katsauksessa olisi edes yhdellä lauseella viitattu johonkin taloudelliseen aspektiin tai kommentoitu lyhyesti yrityksen tulosta. Ilmeisesti johto ei kuitenkaan kaikissa yrityksissä pidä tärkeänä tai relevanttina sellaisten tietojen esittämistä katsauksessa, jotka lukija voi itse todeta esimerkiksi tilinpäätösasiakirjoista.

Toimitusjohtajan katsauksen keskeisimmän informaatiojoukon näyttävät muodostavan markkinointia, taloutta, sisäisiä toimintoja, strategiaa ja toimintaympäristöä koskevat viittaukset, sillä kaikki kyseiset aihepiirit esiintyvät vähintään noin 90 prosentissa tutkituista katsauksista. Muiden teemojen esiintymiseen vaikuttaa todennäköisesti paljon nimenomaan se, onko yrityksessä tapahtunut tai lähitulevaisuudessa tapahtumassa mitään merkittävää juuri sen aihepiirin osalta. Aihepiirien esiintymisissä ja painotuksissa voi useiden teemojen osalta

siis olla suuriakin eroja yritysten välillä, mistä johtuen katsaukset ovat monelta osin sisällöllisesti suhteellisen heterogeenisia.

Yksi osoitus yritysten välisistä suhteellisen suurista sisällöllisistä eroista on esimerkiksi se, että vaikka toimintaympäristöstä puhuttiin keskimäärin eniten toimitusjohtajan katsauksissa (ks. luku 5.2.2), aihepiiriä ei kuitenkaan käsitelty ollenkaan noin 10 prosentissa katsauksia. Koska koko tekstiaineistossa aiheen osuus oli kuitenkin merkittävä, osassa katsauksia aihetta on vastaavasti täytynyt käsitellä hyvin runsaasti.

5.2.4 Teemojen esiintyminen yksittäisissä hallituksen toimintakertomuksissa

Hallituksen toimintakertomusten sisältöä tarkasteltaessa huomataan, että suurimmat erot yksittäisten yritysten välillä ovat *omistajainformaatio*-teeman käsittelyssä. Sen suhteellinen osuus toimintakertomuksissa vaihteli muutamasta prosentista yli viiteenkymmeneen prosenttiin, mikä käy ilmi taulukosta 9.

TAULUKKO 9 Teemat yritystasolla hallituksen toimintakertomuksissa

	Vaihteluväli	Minimi	Maksimi	Keskihajonta
Talous	39,6	10,4%	50,0%	8,817
Toiminnan laajuus	36,0	1,8%	37,8%	6,816
Strategia	5,7	,0%	5,7%	1,476
Markkinointi	34,1	,0%	34,1%	7,116
Toimintaympäristö	24,3	,0%	24,3%	6,124
Henkilöstö	14,8	,0%	14,8%	2,890
Omistajainformaatio	48,6	3,1%	51,7%	9,071
Yrityksen rakenne	39,7	,0%	39,7%	7,690
Sisäiset toiminnot	35,2	,0%	35,2%	7,513
Muut	12,7	,0%	12,7%	2,332

Osa yritysten välisestä vaihtelusta selittyy luonnollisesti yritysten ominaisuuksilla ja ominaispiirteillä ja tilikauden tapahtumilla. Esimerkiksi *yrityksen rakenne* -teemaa käsitellään todennäköisesti paljon enemmän sellaisessa tapauksessa, jossa konserniin kuuluu useita tytäryhtiöitä ja niiden omistussuhteissa on tapahtunut paljon muutoksia, kuin sellaisessa tapauksessa, jossa yritys rakenne on hyvin yksinkertainen. Omistajainformaation määrä puolestaan riippuu todennäköisesti suurelta osin siitä, onko esimerkiksi osakepääomassa

tapautunut tilikauden aikana paljon muutoksia tai onko yhtiökokous tehnyt muita merkittäviä päätöksiä.

Toisaalta eroja on myös yritysten tavassa laatia toimintakertomus ja siinä, kuinka yksityiskohtaiseksi teksti halutaan tehdä. Osassa toimintakertomuksia käydään esimerkiksi taloutta koskevat seikat hyvin seikkaperäisesti läpi ja käytännössä sanallisesti selitetään lähes koko tilinpäätös. Lisäksi voidaan vielä esitellä useita erilaisia tunnuslukuja ja tehdä vertailuja edelliseen tilikauteen. Toiset toimintakertomukset ovat puolestaan huomattavasti niukempia ja niissä todetaan keskeisimmät asiat hyvin lyhyesti. Eroja on siis aivan yritysten perusviestintästrategioissa sen suhteen, kuinka seikkaperäiseksi selostus tehdään.

Käsitellyistä aihepiireistä kolme oli sellaisia, joihin viitattiin kaikissa toimintakertomuksissa. Nämä teemat ovat *talous*, *toiminnan laajuus* sekä *omistajainformaatio*, kuten taulukosta 10 voidaan nähdä. *Talous*-, *toiminnan laajuus*- sekä *omistajainformaatio*-teemojen voidaan siis katsoa olevan tärkeimpiä hallituksen toimintakertomuksissa käsiteltäviä aihepiirejä. Edellä mainittujen lisäksi mitään muita teemoja ei käsitelty kaikissa katsauksissa. *Henkilöstö*, *yrityksen rakenne* ja *sisäiset toiminnot* tulevat kuitenkin esille kolmea toimintakertomusta vaille kaikissa tapauksissa, joten niidenkin voidaan katsoa kuuluvan selvästi toimintakertomusten ydininformaatioon.

Taulukosta 10 käy ilmi myös se, että yrityksen strategian esittely tai muu vastaavanlainen visiointi ei näytä olevan erityisen ominaista hallituksen toimintakertomuksille, sillä yli 40 % tutkituista toimintakertomuksista ei sisältänyt lainkaan viittauksia yrityksen strategiaan. Toimintakertomukset vaikuttavat kuitenkin olevan sisällöllisesti yhtenäisempiä kuin toimitusjohtajan katsaukset, sillä suurin osa teemoista esiintyy lähestulkoon kaikissa tutkituissa toimintakertomuksissa. Tämänkin seikan voidaan katsoa johtuvan toimintakertomuksen asemasta virallisena tilinpäätösasiakirjana. Toimintakertomuksen puitteissa ei siis voida tehdä mitenkään erityisen persoonallisia ratkaisuja sen suhteen, mitä asioita siinä käsitellään ja mitkä jätetään käsittelemättä.

TAULUKKO 10 Teemojen esiintyminen hallituksen toimintakertomuksissa

			Hallituksen toimintakertomukset		Yhteensä
			Teema esiintyy	Teema ei esiinny	
Teema	Talous	Frekvenssi	78	0	78
		%	100,0%	,0%	100,0%
	Toiminnan laajuus	Frekvenssi	78	0	78
		%	100,0%	,0%	100,0%
	Strategia	Frekvenssi	44	34	78
		%	56,4%	43,6%	100,0%
	Markkinointi	Frekvenssi	68	10	78
		%	87,2%	12,8%	100,0%
	Toimintaympäristö	Frekvenssi	72	6	78
		%	92,3%	7,7%	100,0%
	Henkilöstö	Frekvenssi	75	3	78
		%	96,2%	3,8%	100,0%
	Omistajainformaatio	Frekvenssi	78	0	78
		%	100,0%	,0%	100,0%
	Yrityksen rakenne	Frekvenssi	75	3	78
		%	96,2%	3,8%	100,0%
	Sisäiset toiminnot	Frekvenssi	75	3	78
		%	96,2%	3,8%	100,0%
	Muut	Frekvenssi	16	62	78
		%	20,5%	79,5%	100,0%

5.2.5 Menestyksen vaikutus narratiivien temaattiseen rakenteeseen

Aineistoa analysoitaessa yrityksen menestystä käytettiin myös teemojen yhteydessä taustamuuttujana, aivan kuten edellä aikaulottuvuuden yhteydessä. Hallituksen toimintakertomusten teemasisältö on käytännössä sama riippumatta siitä, millainen yrityksen taloudellinen menestys on kyseisenä tilivuonna ollut (TAULUKKO 11). Tulos vahvistaa sen jo aiemmin esille tulleen seikan, että toimintakertomusten sisällössä on yritysten välillä pääsääntöisesti hyvin vähän eroja. Yrityksen ominaispiirteillä tai tilikauden tapahtumilla ei siis ole erityisen paljon vaikutusta siihen, millaiseksi toimintakertomuksen sisältö muodostuu.

TAULUKKO 11 Menestyksen vaikutus teemoihin hallituksen toimintakertomuksissa

			Yrityksen taloudellinen menestys		Yhteensä
			Hyvä	Huono	
Teema	Talous	Frekvenssi	1561	866	2427
		%	25,3%	26,7%	25,8%
	Toiminnan laajuus	Frekvenssi	849	408	1257
		%	13,7%	12,6%	13,3%
	Strategia	Frekvenssi	79	34	113
		%	1,3%	1,0%	1,2%
	Markkinointi	Frekvenssi	437	289	726
		%	7,1%	8,9%	7,7%
	Toimintaympäristö	Frekvenssi	563	273	836
		%	9,1%	8,4%	8,9%
	Henkilöstö	Frekvenssi	287	149	436
		%	4,6%	4,6%	4,6%
	Omistajainformaatio	Frekvenssi	906	469	1375
		%	14,7%	14,4%	14,6%
	Yrityksen rakenne	Frekvenssi	751	339	1090
		%	12,2%	10,4%	11,6%
	Sisäiset toiminnot	Frekvenssi	701	390	1091
		%	11,4%	12,0%	11,6%
	Muut	Frekvenssi	41	30	71
		%	,7%	,9%	,8%
Yhteensä		Frekvenssi	6175	3247	9422
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Toimitusjohtajan katsauksissa menestyksellä oli puolestaan jossain määrin vaikutusta siihen, kuinka paljon eri aihepiireihin viitataan (TAULUKKO 12). Useimpien teemojen tapauksissa niiden suhteellinen osuus koko tekstiaineistosta oli lähestulkoon sama sekä hyvin että huonosti menestyneiden yritysten vuosikertomuksissa, mutta tilastollisesti merkitseviä eroja oli kolmessa teemassa. *Strategia*-teeman osuus oli hyvin menestyneissä yrityksissä 10,3 %, kun taas huonosti menestyneissä yrityksissä se oli 7,9 %. Ryhmien välinen ero on t-testillä testattuna tilastollisesti melkein merkitsevä ($p=0.027$). Myös *omistajainformaation* määrä oli suurempi hyvin menestyneissä yrityksissä (6,4 %) verrattuna huonosti menestyneisiin yrityksiin (2,9 %), ja ero on t-testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$). *Sisäiset toiminnot* -teemaa käsiteltiin puolestaan hyvin menestyneiden yritysten toimitusjohtajan katsauksissa puolestaan vähemmän (12,0 %) kuin huonosti menestyneiden yritysten katsauksissa (17,5 %). Tässäkin tapauksessa ero on t-testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$).

TAULUKKO 12 Menestyksen vaikutus teemoihin toimitusjohtajan katsauksissa

			Yrityksen taloudellinen menestys		Yhteensä
			Hyvä	Huono	
Teema	Talous	Frekvenssi	230	134	364
		%	11,6%	11,8%	11,7%
	Toiminnan laajuus	Frekvenssi	226	124	350
		%	11,4%	10,9%	11,2%
	Strategia	Frekvenssi	204	89	293
		%	10,3%	7,9%	9,4%
	Markkinointi	Frekvenssi	345	183	528
		%	17,4%	16,2%	16,9%
	Toimintaympäristö	Frekvenssi	326	209	535
		%	16,4%	18,4%	17,1%
	Henkilöstö	Frekvenssi	73	38	111
		%	3,7%	3,4%	3,6%
	Omistajainformaatio	Frekvenssi	128	33	161
		%	6,4%	2,9%	5,2%
	Yrityksen rakenne	Frekvenssi	144	89	233
		%	7,2%	7,9%	7,5%
	Sisäiset toiminnot	Frekvenssi	238	198	436
		%	12,0%	17,5%	14,0%
	Muut	Frekvenssi	74	36	110
		%	3,7%	3,2%	3,5%
Yhteensä		Frekvenssi	1988	1133	3121
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Vaikka yrityksen tilikauden menestys ja yrityksen osakekurssi eivät aina korreloikaan täydellisesti keskenään, omistajainformaation osalta ryhmien välinen ero voidaan ainakin osittain selittää sillä, että hyvin menestyneiden yritysten osake on usein myös menestynyt suotuisasti pörssissä, ja sen seikan johtokin haluaa tuoda esille katsauksessaan. Huonosti menestyneiden yritysten osalta tilanne on taas päinvastainen, eikä yrityksen osakekurssin kehitystä siten välttämättä toimitusjohtajan katsauksessa mainita. Todennäköisesti tästä johtuen myös omistajainformaation määrä oli näissä katsauksissa vähäisempi, sillä käytännössä enemmistö toimitusjohtajan katsauksiin sisältyvistä omistajainformatiota koskevista lausumista käsitteli jollain tavalla yrityksen osaketta tai siihen muuten läheisesti liittyviä seikkoja.

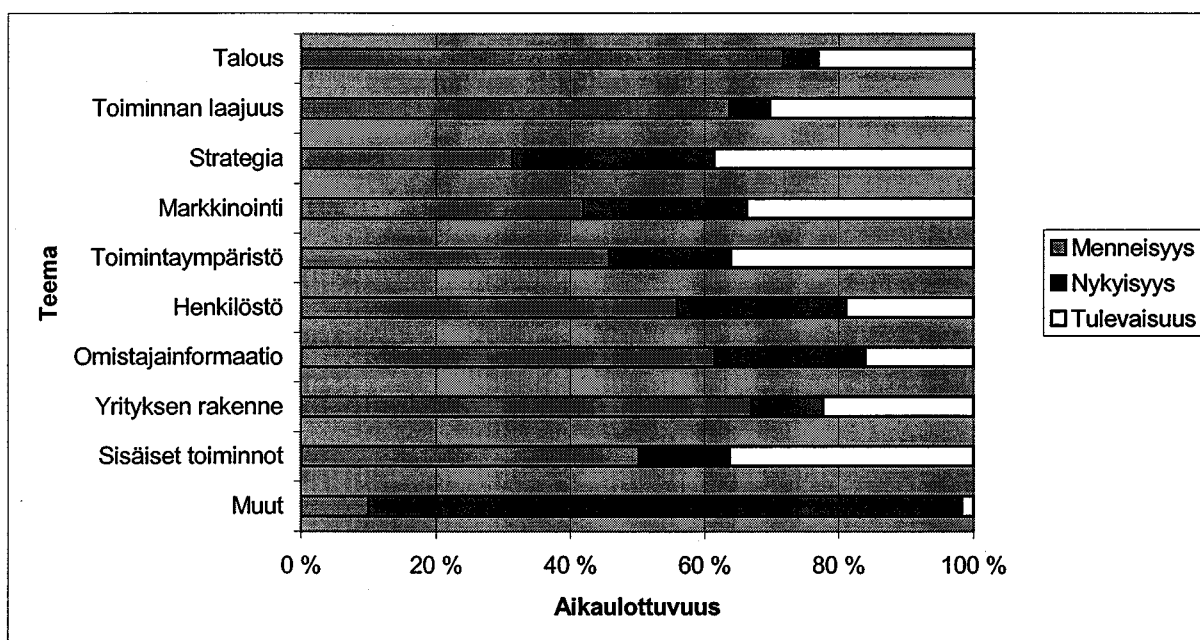
Hypoteesi yrityksen menestyksen vaikutuksesta narratiivien temaattiseen rakenteeseen saa analyysin tuloksista vahvistusta jälleen toimitusjohtajan katsauksen osalta. Hallituksen toimintakertomuksissa hyvin ja huonosti menestyneiden yritysten välillä ei kuitenkaan

vastaavanlaisia eroja havaittu. Tulokset muistuttavat siis tässä mielessä aikaulottuvuuden osalta saatuja tuloksia.

5.3 Teemojen ja aikaulottuvuuden yhteys

Aineisto tutkittiin myös siitä näkökulmasta, millainen ajallinen aspekti teemojen käsittelyllä oli. Analyysillä haluttiin selvittää sitä, mistä teemoista annettiin pääasiassa menneisyyteen liittyvää tietoa ja mistä teemoista puolestaan enemmän tulevaisuusinformaatiota. Seuraavat kuviot havainnollistavat teemojen ja aikaulottuvuuden yhteyttä.

KUVIO 2 Teemojen aikaulottuvuus toimitusjohtajan katsauksissa



Toimitusjohtajan katsauksissa menneisyysinformaation keskimääräinen osuus oli 50,9 %. Kuvioista 2 voidaan nähdä, että teemoista *talouden*, *toiminnan laajuuden*, *omistaja-informaation* ja *yrityksen rakenteen* osalta informaatio oli selvästi eniten menneisyys-painotteista. Kaikki edellä mainitut teemat sisälsivät menneisyyttä koskevaa informaatiota yli 60 % ja *talous* jopa yli 70 %. Teemoista eniten tulevaisuutta koskevia viittauksia sisälsivät puolestaan *strategiaa*, *toimintaympäristöä* ja *sisäisiä toimintoja* käsittelevät aihepiirit, joissa kaikissa tulevaisuus-informaation määrä on yli 35 %. Strategia on kuitenkin ainoa aihepiiri, jonka osalta tulevaisuus painottui menneisyyttä enemmän. Nykyisyyteen viittaavia lausumia

puolestaan esiintyi aineistossa suhteessa selvästi eniten luokassa *muut*, ja näistä lausumista ylivoimaisesti suurin osa on toimitusjohtajan katsauksissa tyypillisesti esitettäviä kiitoksia.

Yrityksen talouteen liittyviä seikkoja koskevan aihepiirin voimakas painottuminen menneeseen ei sinänsä ole kovin yllättävää. On luonnollista, että talousasioihin viitattaessaan johto kommentoi ennen kaikkea päätyneen tilikauden taloudellisia piirteitä eli mennyttä, sillä tulevan taloudellisen kehityksen ennustaminen on huomattavasti vaikeampaa. Sama koskee itse asiassa myös muita selvästi menneisyyspainotteisia teemoja. Katsauksessa voidaan puhua suhteellisen laajasti esimerkiksi päätyneellä tilikaudella yrityksen rakenteessa tapahtuneista muutoksista, mutta tulevista yrityksen rakennetta koskevista seikoista informaatiota annetaan vähemmän. Syynä voi olla joko se, että tietoa ei yksinkertaisesti vielä ole, tai se, että keskeneräisistä asioista ja suunnitelmista ei haluta mainita mitään.

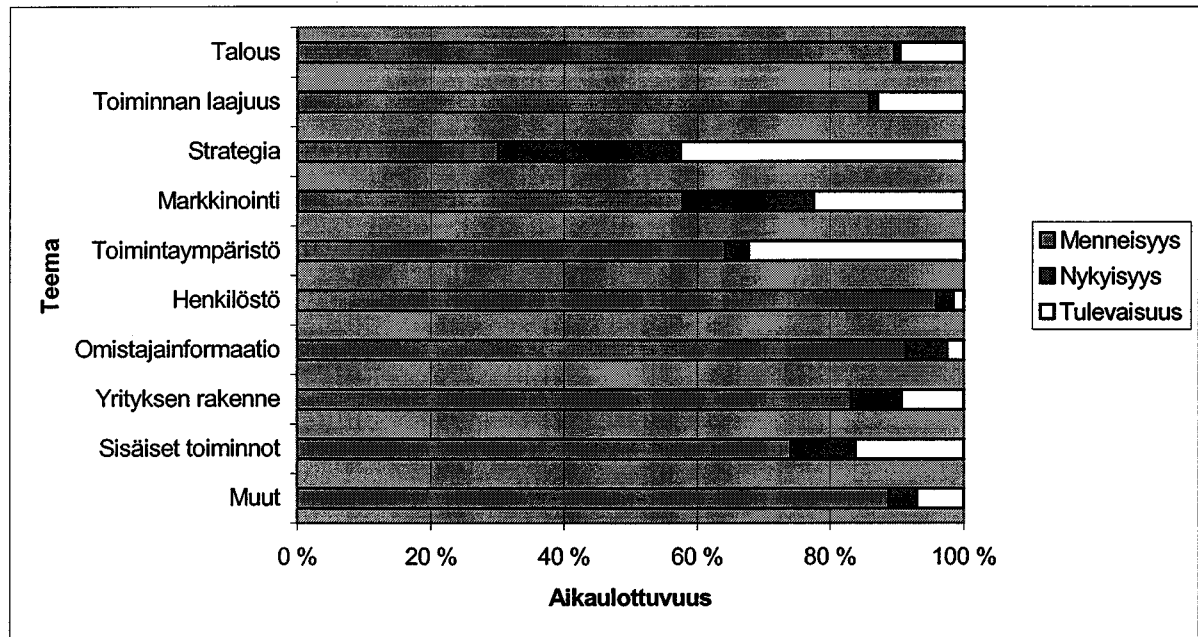
Yhtä lailla luonnolliseksi voidaan tulkita myös se, että kaikista teemoista nimenomaan *strategia* on se, jota käsittelevä informaatio on suurimmaksi osaksi tulevaisuuteen viittaavaa. Useissa vuosikertomuksissa toimitusjohtajan katsauksen yhtenä tehtävänä on toimia välineenä, jossa johto voi esitellä visioitaan ja myös näkemyksiään siitä, millaista strategiaa jatkossa tullaan noudattamaan. Johto voi arvioida, että vanhat strategiaa koskevat seikat eivät ehkä kaipaa niinkään paljon kommentoimista, mutta sen sijaan tulevaisuuden strategioiden mainitseminen antaa osakkeenomistajille käsityksen siitä, mihin suuntaan yritys on menossa, ja kuten aikaisemmin on tuotu esille, osakkeenomistajille näkemykset tulevaisuudesta ovat usein kiinnostavampia kuin tiedot menneisyydestä.

Toimintaympäristö-teeman suhteellisesti keskimääräistä suurempi tulevaisuuspainotteisuus voidaan puolestaan selittää sillä, että johdon näkemys yrityksen tulevaisuudesta ja tulevasta menestyksestä on usein tiiviisti kytköksissä näkemykseen ympäristön tulevasta kehityksestä. Näin ollen on luonnollista, että johto arvioi katsauksessaan toimintaympäristön tulevaisuutta, sillä kyseisiin arvioihin tukeutuen voidaan sitten niin haluttaessa esittää myös perusteltu näkemys yrityksen tulevasta kehityksestä.

Hallituksen toimintakertomuksissa selvimmin menneisyyspainotteisia teemoja olivat *henkilöstö*, *omistajainformaatio* ja *talous*, joiden osalta menneisyysinformaation määrä oli noin 90 % tai enemmän (KUVIO 3). Aihepiirit ovat jo luonteeltaan sellaisia, että niihin liittyen on usein vaikea esittää mitään ennakoiteja tai muita tulevaisuudenarvioita.

Tulevaisuutta koskevan informaation voidaan sanoa olevan joidenkin teemojen tapauksissa jopa epärelevanttia. Esimerkiksi omistajainformaatio muodostuu suurelta osin yhtiökokouksen tekemien päätösten selostamisesta, eikä arvioiden esittäminen tulevista päätöksistä ole mitenkään järkevää tai tarpeellista. Taloudellisia seikkoja koskeva tulevaisuusinformaatio voisi tosin olla erittäinkin hyödyllistä tietoa esimerkiksi osakkaan näkökulmasta.

KUVIO 3 Teemojen aikaulottuvuus hallituksen toimintakertomuksissa



Strategia-, *markkinointi*- ja *toimintaympäristö*-teemojen käsittely puolestaan painottuu keskimääräistä enemmän tulevaisuuteen. Aivan kuten toimitusjohtajan katsauksissa, myös hallituksen toimintakertomuksissa strategia on ainoa teema, jonka puitteissa annetaan enemmän tulevaisuutta kuin menneisyyttä koskevaa informaatiota. Yli 40 % kaikesta strategiaa koskevasta informaatiosta viittaa tulevaisuuteen. Strategia näyttää siis kaiken kaikkiaan olevan teemoista se, johon liittyy suhteellisesti eniten tulevaisuuden visiointia molemmissa narratiiveissa. Tosin *strategia*-teeman käsittely on kokonaisuudessaan hyvin vähäistä hallituksen toimintakertomuksissa, mikä on tullut jo aiemmin esille. *Toimintaympäristö*-teeman osalta voidaan todeta, että hallituksen toimintakertomuksissa esitetyt näkymät tulevasta vuodesta koskevat usein nimenomaan toimintaympäristön piirteitä eli esimerkiksi kysynnän kehitystä. Tätä taustaa vasten ei ole kovin yllättävää, että myös toimintaympäristöä koskeva informaatio oli keskimääräistä enemmän tulevaisuuspainotteista.

5.4 Tuloksen selittäminen narratiiveissa

Narratiivien etuna numeromuotoiseen tilinpäätökseen verrattuna voidaan pitää sitä, että niissä on mahdollisuus esimerkiksi selittää yrityksen tulosta ja tuoda esille seikkoja, jotka auttavat lukijaa ymmärtämään, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet tuloksen muodostumiseen ja mistä tuloksen mahdollinen paraneminen tai huononeminen johtuu. Osa yrityksistä käyttääkin tilaisuuden hyväksi ja esittää narratiiveissa tulokseen vaikuttavia syitä, kuten seuraavat tutkimusaineistosta poimitut esimerkit osoittavat:

Varastotrukkiliiketoiminnan liikevoitto oli 26,0 Mmk (21,1 Mmk) eli 10,1% (8,5%) vastaavasta vertailukelpoisesta liikevaihdosta. Positiivinen tuloskehitys johtui ennen kaikkea tuotekehityksen aikaansaamasta valmistuskustannusten alenemisesta ja tuotteiden parantuneesta kilpailukyvyistä. (Rocla, hallituksen toimintakertomus 1999)

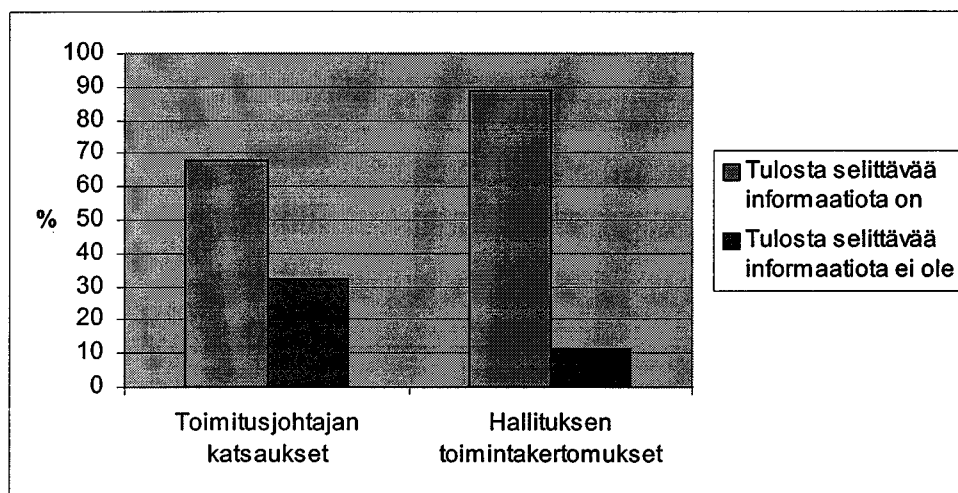
Konsernin liikevoitto oli 19,2 milj. euroa (15,1 milj. euroa) eli 24,6 % liikevaihdosta. Liikevoiton myönteiseen kasvuun vaikutti merkittävimmin liikevaihdon kasvu. (Eimo, hallituksen toimintakertomus 1999)

Liiketulos oli -4,0 miljoonaa euroa (0,0). Liiketuloksen odotettu heikkeneminen oli seurausta yhtiön strategian mukaisesta merkittävästä panostuksesta tuotekehitykseen sekä vuoden 1998 loppupuolella alkaneesta, koko vuosikertomuskauden voimakkaana jatkuneesta myynti- ja markkinointiorganisaation kasvattamisesta. (F-Secure, hallituksen toimintakertomus 1999)

Enemmistö narratiiveista sisälsi jonkinlaisen maininnan tulokseen vaikuttaneista tekijöistä, mutta aivan kaikissa toimitusjohtajan katsauksissa ja hallituksen toimintakertomuksissa ei tulosta selittävää informaatiota annettu lukijoille. Hallituksen toimintakertomuksista 88,5 % ja toimitusjohtajan katsauksista 67,9 % oli sellaisia, joissa mainittiin tulokseen vaikuttaneita seikkoja (KUVIO 4). Narratiivien välinen ero on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti merkitsevä ($p=0.002$).

Tulos on vastakkainen Hylandin (1998) saamiin tuloksiin verrattuna, sillä hänen mukaansa toimitusjohtajan katsaus sisältää hallituksen toimintakertomuksia enemmän tulosten selityksiä. Tulos ei ole kuitenkaan välttämättä mitenkään yllättävä, kun otetaan huomioon se, että toimitusjohtajan katsaukset ovat keskimäärin paljon tulevaisuuspainotteisempia ja vastaavasti hallituksen toimintakertomuksissa viitataan suhteessa enemmän menneeseen. Toisin sanoen, osassa toimitusjohtajan katsauksista ei käsitellä menneen vuoden tapahtumia kovinkaan tarkasti, kun taas hallituksen toimintakertomuksissa käsitellään aina tilikauden tulosta, ja tämän analyysin perusteella näyttää siltä, että useimmiten esille tuodaan samalla myös tuloskehitykseen vaikuttaneita syitä.

KUVIO 4 Tulosta selittävä informaatio narratiiveissa



Pääsääntöisesti jonkinlainen selitys tulokseen vaikuttaneista tekijöistä annettiin ainakin jommassakummassa narratiivissa. Tutkituista vuosikertomuksista vain neljässä ei selitetty tulosta millään tavalla kummassakaan tutkitussa narratiivissa.

Niille toimitusjohtajan katsauksille, joissa tulokselle ei annettu selityksiä, oli tyypillistä taloudellisia seikkoja koskevan informaation keskimääräistä pienempi suhteellinen osuus. Näissä katsauksissa *talous*-teeman suhteellinen osuus kaikista ilmauksista oli 6,7 %, kun se selityksiä sisältävissä katsauksissa oli 14,0 %. Tulos on t-testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$). Sen sijaan strategiaan liittyviä asioita käsitellään enemmän niissä katsauksissa, joissa tulosta selittävä informaatiota ei ole (strategiaviittausten osuus 13,5 %), kuin niissä, joissa sitä on (6,7 %). Ero on tässä tapauksessa t-testillä testattuna tilastollisesti melkein merkitsevä ($p=0.027$). Hallituksen toimintakertomusten osalta vastaavanlaisia eroja selityksiä sisältäneiden ja niitä sisältämättömien dokumenttien temaattisessa rakenteessa ei ollut todettavissa.

Kaiken kaikkiaan niissä toimitusjohtajan katsauksissa, joissa tulosta selittävää informaatiota ei annettu, käsiteltiin asioita hyvin yleisellä tasolla. Katsauksissa kuvailtiin esimerkiksi toimialan ja markkinoiden piirteitä ja niiden mahdollista tulevaa kehitystä. Samoin mainittiin usein jotain yrityksen liikeideasta, tuotteista, tuotekehityksestä ja strategiasta ja niitä koskevista suunnitelmista. Toisin sanoen, niissä tapauksissa katsausten keskeinen funktio oli olla jonkinlainen yleisesittely yrityksestä. Sen sijaan konkreettisten, tilikauden tulokseen vaikuttaneiden syiden erittely niistä siis puuttui. Ne toimitusjohtajan katsaukset, joissa tulosta

ei selitetty, olivat myös keskimäärin vähemmän menneeseen orientoituneita, sillä niissä menneisyysinformaation osuus oli 41,3 %, kun selityksiä sisältäneissä katsauksissa vastaava luku oli 56,3 %. Ryhmien välinen ero on t-testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$). Voimakkaampi tulevaisuusorientaatio saattoi siis johtaa usein siihen, että tulokseen vaikuttaneita syitä ei katsauksessa käsitelty.

Yrityksen menestyksellä ei näyttänyt olevan varsinaisesti vaikutusta siihen, mainittiinko toimitusjohtajan katsauksessa tai hallituksen toimintakertomuksessa tuloskehitykseen vaikuttaneita syitä. Huonosti menestyneiden yritysten narratiiveissa oli hieman keskimääräistä useammin tulosta selittävää informaatiota, mutta hyvin ja huonosti menestyneiden yritysten välinen ero ei kuitenkaan ylittänyt tilastollisen merkitsevyyden rajaa. Vaikka huonosti menestyneiden yritysten toimitusjohtajan katsaukset sisälsivät hyvin menestyneitä yrityksiä enemmän menneisyyttä käsittelevää informaatiota (ks. luku 5.1.2), kyseinen informaatio ei siis välttämättä ollut tulosta selittävää. Toisin sanoen, menneisyysinformaation olemassaolo ei vielä sinänsä automaattisesti tarkoittanut sitä, että katsaus sisälsi nimenomaan tulokseen vaikuttaneiden tekijöiden analysointia. Katsauksessa voitiin käsitellä menneen vuoden tapahtumia tuomatta eksplisiittisesti esille niiden mahdollista kausaalista syy-yhteyttä yrityksen tuloksen muodostumiseen.

Kuten edellä mainittiin, yrityksen menestyksellä ei ollut vaikutusta tuloskehitystä selittävän informaation olemassaoloon. Tekijä, jolla sen sijaan oli jonkinlainen rooli asiassa, on liikevoitossa tapahtuneen muutoksen suuruus. Kun aineistoa tutkittiin siitä näkökulmasta, voitaisiinko liikevoiton muutoksella selittää tulosta selittävän informaation esiintymistä, havaittiin, että 25 %:n suuruinen muutos liikevoitossa on se rajapyykki, joka erottelee tilastollisesti merkitsevällä tavalla yritysryhmät toisistaan. Toimitusjohtajan katsauksiin sisältyi todennäköisemmin selityksiä tuloskehitykselle niissä tapauksissa, joissa yrityksen liikevoitto oli joko noussut tai laskenut yli neljänneksen eli yli 25 % (TAULUKKO 13). Tulos on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti melkein merkitsevä ($p=0.030$). Hallituksen toimintakertomuksissa vastaavaa ilmiötä ei ollut havaittavissa.

TAULUKKO 13 Liikevoiton muutoksen suuruus ja tulosta selittävä informaatio

			Liikevoiton muutos		Yhteensä
			25% tai vähemmän	yli 25%	
Tulosta selittävä informaatio toimitusjohtajan katsauksissa	Informaatiota on	Frekvenssi %	18 54,5%	35 77,8%	53 67,9%
	Informaatiota ei ole	Frekvenssi %	15 45,5%	10 22,2%	25 32,1%
Yhteensä		Frekvenssi %	33 100,0%	45 100,0%	78 100,0%

Taulukosta voidaan todeta, että hieman yli puolet (54,5 %) toimitusjohtajan katsauksista sisälsi jonkin selityksen tulokselle, jos liikevoitossa oli tapahtunut korkeintaan 25 %:n muutos suuntaan tai toiseen edelliseen vuoteen verrattuna. Sen sijaan suurempien muutosten tapahduttua todennäköisyys selitysten olemassaololle kasvoi, ja niissä tapauksissa lähes 78 % toimitusjohtajan katsauksista sisälsi jonkinlaista tulosta selittävää informaatiota.

On loogista, että johto haluaa antaa jonkinlaisen selityksen liikevoitossa tapahtuneelle suurelle muutokselle. Mikäli tulos pysyy edelliseen vuoteen verrattuna lähestulkoon samana, ei ole välttämätöntä antaa mitään erityistä selitystä tulokselle. Tulos voidaan tällöin ehkä nähdä jonkinlaiseksi luonnolliseksi jatkumoksi edelliselle vuodelle ja pienet poikkeamat vain normaaliksi vaihteluiksi, joita ei ole tarvetta erityisemmin kommentoida. Jos taas muutos on huomattava, tuloskehityksen kommentointi ja joidenkin kehitykseen vaikuttaneiden tekijöiden nostaminen esiin on perusteltua ja todennäköisesti osakkeenomistajien näkökulmastakin suotavaa.

5.5 Tulevaisuusinformaation piirteet

Aineiston analyysissä kiinnitettiin huomiota myös siihen, millaista narratiivien sisältämä tulevaisuusinformaatio on. Tulevaa käsittelevä informaatiohan on periaatteessa juuri sitä tietoa, jonka perusteella esimerkiksi osakkeenomistajien tulisi pystyä tekemään päätös siitä, kannattaako yrityksen osakkeita omistaa jatkossakin. Analyysin perusteella voidaan todeta, että narratiivien sisältämä tulevaisuutta koskeva informaatio ei ole homogeenista, vaan muodostuu itse asiassa neljästä hieman erityyppisestä informaatiolaadusta eli *arvioista*,

tavoitteista, suunnitelmista ja toteamuksista. Kaikki edellä mainitut siis käsittelevät tulevaisuutta, mutta hieman erilaisista näkökulmista ja hieman erilaisilla painotuksilla.

5.5.1 Arviot

Arviot koskevat tyypillisesti yrityksen liikevaihtoa, tuloskehitystä tai toimintaympäristössä todennäköisesti tapahtuvia muutoksia. Arvioita esitetään siis asioista ja ilmiöistä, joiden toteutumisesta juuri odotetulla tavalla ei voida olla täysin varmoja. Seuraavat esimerkit havainnollistavat asiaa:

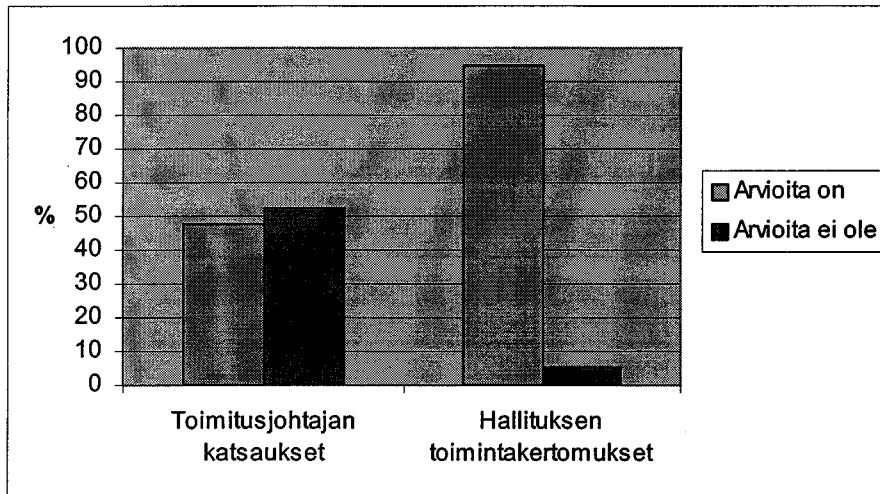
Kesko-konsernin liikevaihdon vuonna 2000 arvioidaan ylittävän 6,2 miljardia euroa ja konsernin liikevoiton ilman käyttöomaisuuden myyntivoittoja arvioidaan kasvavan selvästi. (Kesko, hallituksen toimintakertomus 1999)

Yhtiön arvion mukaan urheiluvälineiden kysynnässä ei tapahdu alkaneena vuonna merkittävää muutosta. (Amer, hallituksen toimintakertomus 1999)

Koko vuoden 2000 liikevaihtoon suhteutetun liikevoiton ennen liikearvon poistoa (EBITA) arvioidaan säilyvän edellisvuoden tasolla. (Perlos, toimitusjohtajan katsaus 1999)

Arvioita esitettiin sekä toimitusjohtajan katsauksissa että hallituksen toimintakertomuksissa. Kuvioista 5 voidaan nähdä, että hallituksen toimintakertomuksissa arviot olivat kuitenkin huomattavasti yleisempiä, sillä lähes 95 % toimintakertomuksista sisälsi niitä, kun vastaava luku toimitusjohtajan katsauksien osalta oli alle 50 %. Ero on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$). Syy tähän eroon on mitä todennäköisimmin siinä, että kirjanpitoasetuksessa hallituksen toimintakertomukselta vaaditaan arvion antamista tulevasta kehityksestä, kun taas toimitusjohtajan katsausta vastaavat normit eivät koske. Kuten aiemmin on jo tuotu esille (ks. luku 5.1.1), kaikissa toimitusjohtajan katsauksissa ei viitattu lainkaan tulevaisuuteen, jolloin kyseiset katsaukset eivät luonnollisesti sisältäneet myöskään mitään arvioita.

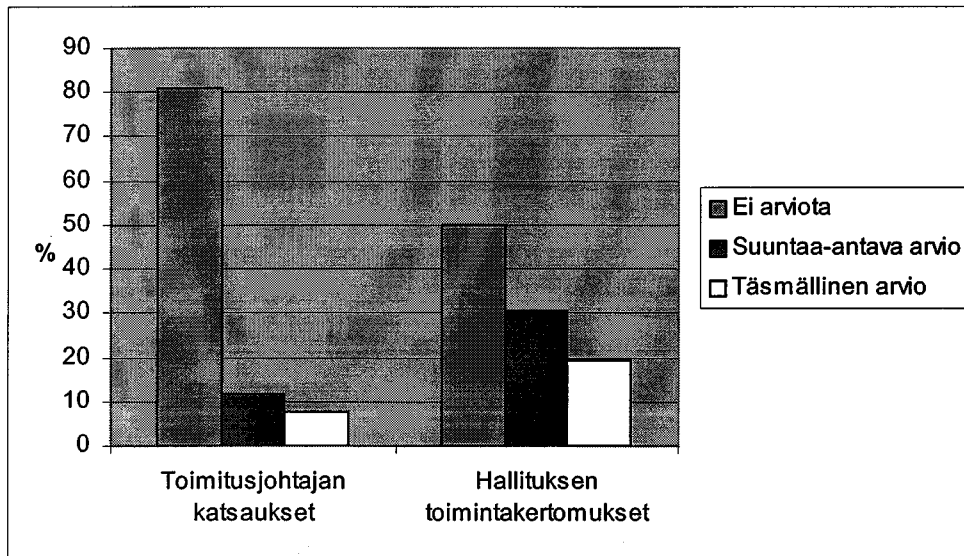
KUVIO 5 Narratiivien sisältämät arviot



Aineistoa tutkittiin myös siitä näkökulmasta, millaisia narratiivien sisältämät tulevaisuuden arviot ovat. Tarkemman analyysin kohteeksi valittiin yrityksen tuloksesta ja liikevaihdosta annettavat ennusteet, sillä ne edustavat yrityksen toiminnan kannalta kahta hyvin keskeistä aspektia ja ovat ne mittarit, joiden avulla ulkopuoliset usein arvioivat yritystä ja sen kehitystä. Tarkastelussa kiinnitettiin huomiota sekä siihen, annettiin narratiiveissa mitään arviota alkaneen tilikauden liikevaihdosta ja tuloksesta, että siihen, kuinka tarkkoja kyseiset arviot olivat. Arviot luokiteltiin joko suuntaa-antaviksi tai täsmällisiksi. Arviota, jossa ainoastaan todettiin kehityksen suunta eli se, odotetaanko liikevaihdon tai tuloksen kasvavan, pienenevän vai pysyvän samana, pidettiin tässä yhteydessä suuntaa-antavana. Jos arvio puolestaan sisälsi täsmällisen markkamääräisen luvun tai prosentuaalisen muutoksen päättyneeseen tilikauteen verrattuna, se luokiteltiin täsmälliseksi.

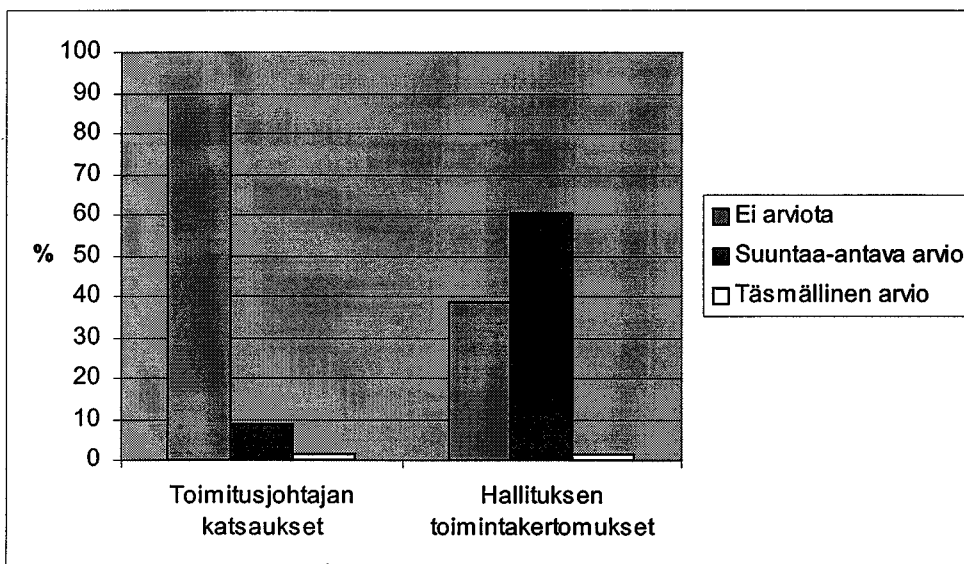
Selvä enemmistö (80,8 %) toimitusjohtajan katsauksista ei sisältänyt minkäänlaista arviota tulevasta liikevaihdosta (KUVIO 6). Mikäli jonkinlaisia arvioita annettiin, ne olivat useimmiten suuntaa-antavia, joskin muutamasta katsauksesta löytyi myös täsmällinen arvio. Hallituksen toimintakertomuksissa arviot liikevaihdosta olivat selvästi yleisempiä. Puolessa tutkituista toimintakertomuksista oli esitetty ainakin jonkinlainen arvio tulevasta liikevaihdosta, ja lähes 20 prosentissa arvio oli jopa täsmällinen. Narratiivien välinen ero liikevaihtoa koskevien arvioiden esiintymisessä on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$).

KUVIO 6 Liikevaihtoa koskevat arviot narratiiveissa



Tulosennusteet olivat toimitusjohtajan katsauksissa liikevaihtoa koskevia arvioitakin harvinaisempia (KUVIO 7). Vain joka kymmenennessä katsauksessa oli jonkinlainen arvio tuloksen kehittymisestä. Myös täsmälliset tulosennusteet olivat selvästi harvinaisempia, sillä tarkka arvio tulevasta tuloksesta oli esitetty vain yhdessä toimitusjohtajan katsauksessa.

KUVIO 7 Tulosta koskevat arviot narratiiveissa



Toimitusjohtajan katsauksiin verrattuna hallituksen toimintakertomukset sisälsivät tässäkin tapauksessa selvästi enemmän arvioita, sillä suurin osa (yli 60 %) toimintakertomuksista sisälsi jonkinlaisen arvion tulevasta tuloksesta. Narratiivien välinen ero on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0.000$). Täsmällisiä arvioita tuloksesta

hallituksen toimintakertomuksissa esitettiin kuitenkin yhtä harvoin kuin toimitusjohtajan katsauksissa.

Kaiken kaikkiaan narratiiveissa annettiin tarkkoja arvioita äärimmäisen harvoin, ja varsinkin tuloksen suhteen täsmälliset arviot olivat erittäin harvinaisia. Toimitusjohtajan katsauksissa liikevaihtoa koskevat ennusteet olivat yleisempiä kuin tulosenusteet, kun taas hallituksen toimintakertomuksissa tilanne oli päinvastainen. Arvioiden antaminen ja varsinkin täsmällisten arvioiden antaminen esimerkiksi tuloksen kehittymisestä on luonnollisesti hyvin vaikeaa yrityksen johdolle, sillä toimintaympäristössä tapahtuvat, johdon kontrollin ulkopuoliset nopeat muutokset voivat vaikuttaa hyvinkin yllättävällä ja ennalta arvaamattomalla tavalla yrityksen toimintaan (Meeks 1998). Yrityksen viestinnässä pyritään todennäköisesti jopa tietoisesti välttämään arvioiden esittämistä, koska epävarmuus on niin keskeinen elementti niiden toteutumisen kannalta. Myös se seikka, että yrityksen on julkaistava tulosvaroitukset, mikäli tulos näyttää muodostuvan vuosikertomuksessa esitettyä arviota heikommaksi, voi omalta osaltaan vähentää johdon halua esittää kovin tarkkoja arvioita.

Koska esimerkiksi tulosta koskevat arviot ovat käytännössä lähes aina vain korkeintaan suuntaa-antavia, niiden informaatioarvo ei sinänsä ole välttämättä suuri yrityksen tulevan menestyksen ennustamisessa. Toisaalta narratiiveissa esitetyt ennusteet voi hyödyntää johdon pätevyyttä ja asiantuntemusta arvioitaessa. Lukija voi verrata esimerkiksi johdon antamia arvioita toimintaympäristön tulevasta kehityksestä omiin näkemyksiinsä ja miettiä sen pohjalta, ovatko johdon näkemykset tulevaisuudesta realistisia ja onko johdolla siis siltä pohjalta arvioiden yrityksen menestyksekkääseen johtamiseen tarvittavaa asiantuntemusta.

5.5.2 Tavoitteet

Tavoitteet muodostavat toisen tulevaisuutta koskevien ilmaisujen ryhmän. Tutkituissa narratiiveissa tavoitteet koskivat usein tulevaa liikevaihtoa ja tulosta, mutta myös esimerkiksi yrityksen asemaa markkinoilla tai toimintaprosessien parantamista, mikä käy ilmi seuraavista esimerkeistä:

A-Rakennusmies-konsernin tavoitteena on kasvattaa liikevaihtoaan tulevaisuudessa vähintään 20 %:n vuosivauhdilla. (A-Rakennusmies, toimitusjohtajan katsaus 1999)

PMJ:n tavoitteena on markkinajohtajan asema omalla kapealla sektorillaan elektroniikka-tuotannon loppukokoonpanon automatisoinnissa. (...) Vuoden 2000 keskeisiin tavoitteisiin kuuluvat voimakkaan kasvun parempi hallinta, kannattavuuden nostaminen, toimitusaikojen lyhentämisen myötä parempi pääoman kierto sekä etabloituminen Kauko-Itään. (PMJ automec, toimitusjohtajan katsaus 1999)

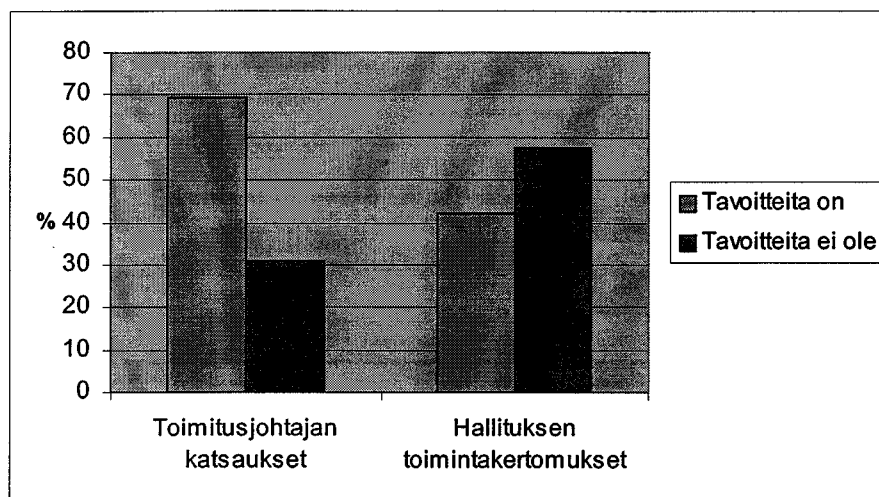
Tavoitteena on edelleen vahvistaa yhteistyötä globaalien toimittajien kanssa jakelutienä ja tukipalvelujen tuottajana. (Comptel, hallituksen toimintakertomus 1999)

Tulosta koskevien tavoitteiden merkityksen voidaan nähdä olevan siinä, että niiden avulla johto voi luoda mielikuvan siitä, että yrityksellä on edellytyksiä menestyä paremmin ja saavuttaa parempia tuloksia. Åbergin (2000, 123) mukaan tavoitteita viestivät usein esimerkiksi sellaiset yritykset, jotka eivät ole markkinajohtajia, mutta halusivat sitä olla. Toisaalta tavoitteet eivät ole kuitenkaan johdon kannalta yhtä sitovia kuin esimerkiksi arviot, sillä arviot ovat johdon näkemyksiä todennäköisestä kehityksestä, kun taas tavoitteet ainoastaan heijastelevat jotain, johon pyritään ja jonka toteutuminen olisi toivottavaa.

Tavoitteet voidaan usein tulkita myös siten, että niiden avulla yrityksen johto voi tuoda esille niitä asioita, joita se pitää tärkeinä yrityksen menestymisen kannalta. Tavoitteiden muodossa ilmaistaan se, miten ja millaiseksi johto haluaa yrityksen kehittyvän, jolloin korostuu myös se ajatus, että yritysjohdolla on näkemys yrityksen kannalta suotuisasta tulevasta kehityksestä. Toisin sanoen, tavoitteilla on läheinen yhteys visioihin. Viestinnällisesti tavoitteiden rooli on yrityksen profiloinnissa ja imagon rakentamisessa (Åberg 2000, 123-124).

Tavoitteiden ilmaiseminen on tavallisempaa toimitusjohtajan katsauksissa kuin hallituksen toimintakertomuksissa. Kuviosta 8 voidaan nähdä, että toimitusjohtajan katsauksista lähes 70 % sisälsi tavoitteiden ilmaisuja, kun taas hallituksen toimintakertomuksista vain hieman yli 40 %. Tulos on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti merkitsevä ($p=0.002$). Visiointi on siis yleisempää toimitusjohtajan katsauksissa. Tämäkin tulos osaltaan tukee näkemystä toimitusjohtajan katsauksen roolista imagon rakentamisessa.

KUVIO 8 Narratiivien sisältämät tavoitteet



Tavoitteet olivat tutkituista tulevaisuusinformaation piiriin kuuluvista ilmauksista ainoita, joiden esiintymistodennäköisyyteen vaikutti yrityksen menestys. Huonosti menestyneiden yritysten hallituksen toimintakertomuksissa vain 22,2 prosentissa oli ilmaistu joitakin tavoitteita, kun vastaava luku hyvin menestyneiden yritysten osalta oli 52,9 %. Tulos on χ^2 -testillä testattuna tilastollisesti merkitsevä ($p=0.009$). Tavoitteita esitettiin siis todennäköisemmin siinä tapauksessa, että yritys oli menestynyt hyvin. Sama ilmiö tuli esille myös toimitusjohtajan katsauksissa, mutta ero ei ollut aivan tilastollisesti merkitsevä.

Tavoitteiden informaatioarvo lukijan kannalta katsottuna voi olla usein siinä, että lukija voi niitä analysoidessaan arvioida johdon realistisuutta ja strategian järkevyyttä. Mikäli tavoitteet ovat esimerkiksi lukijan mielestä täysin epärealistisia ja strategisesti epäonnistuneita ja yritys näyttäisi siten olevan kehittymässä tulevaisuudessa epäedulliseen suuntaan, voidaan tavoitteilla katsoa olevan jonkinlaista ennustearvoa.

5.5.3 Suunnitelmat

Osa tulevaisuusinformaatiosta koski puolestaan yrityksen tulevaisuudensuunnitelmia. Toisin sanoen, narratiiveissa kerrottiin, mitä yrityksessä jatkossa tapahtuu. Näissä tapauksissa kyse oli siis konkreettisista toimenpiteistä, jotka yrityksessä aiottiin toteuttaa. Kuten seuraavista esimerkeistä voidaan nähdä, suunnitelmat voivat koskea tuotantoprosesseja, tuotteita, investointien määrää jne.:

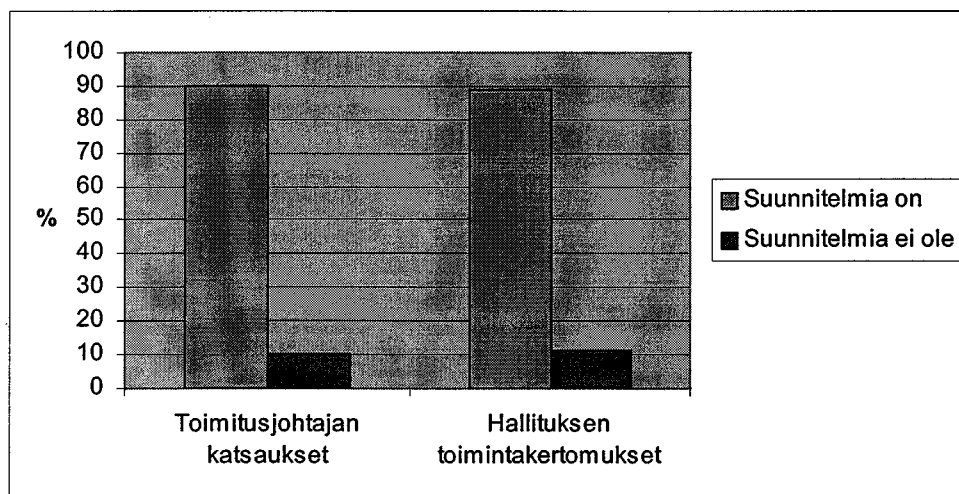
Kehitysohjelman seuraavassa vaiheessa keskitytään graafisen kartongin laatua parantaviin investointeihin sekä kartongin tuotannon edelleen tehostamiseen. (Stromsdal, toimitusjohtajan katsaus 1999)

Olvi jatkaa ainoana kotimaisena panimona virvoitusjuomien ja kivennäisvesien myyntiä kuluttajien suosimissa yhden litran muovisissa kierrätyspulloissa. (Olvi, hallituksen toimintakertomus 1999)

- Tutkimus- ja tuotekehitystoiminnan menoihin on suunniteltu panostettavaksi 480 milj. mk. Suunnitellut käyttöomaisuusinvestoinnit ilman mahdollisia yritys- ja tuoteostoja sekä osakehankintoja ovat 430 milj. mk. (Orion, hallituksen toimintakertomus 1999)

Narratiivien välillä ei ollut suunnitelmien osalta tilastollisesti merkitseviä eroja, vaan suunnitelmia esitettiin molemmissa narratiiveissa käytännössä yhtä usein. Kuten kuviosta 9 voidaan nähdä, ne olivat myös suhteellisen yleisiä. Vain noin kymmenessä prosentissa toimitusjohtajan katsauksista tai hallituksen toimintakertomuksista ei kerrottu yrityksen tulevaisuudensuunnitelmista.

KUVIO 9 Narratiivien sisältämät suunnitelmat



Lukijan kannalta suunnitelmien merkitys on siinä, että niillä on selvää informaatioarvoa. Verrattuna esimerkiksi arvioihin ja tavoitteisiin suunnitelmat ovat huomattavasti konkreettimpia, ja ne sisältävät todellista tietoa yrityksen tulevasta toiminnasta. Suunnitelmat ovat sitä tulevaisuusinformaatiota, joka selvimminkin kertoo lukijalle yrityksen aikomuksista ja joka antaa lukijalle käsityksen siitä, mitä yrityksessä jatkossa tapahtuu.

5.5.4 Toteamukset

Neljännän tulevaisuusinformaation piiriin kuuluvan ilmausten ryhmän muodostavat toteamukset. Toteamukset ovat niitä tulevaisuuteen viittaavia ilmauksia, joissa esitetään jokin asia, tapahtuma tai kehityskulku varmana seikkana. Kysymys on esimerkiksi jostain toimintaympäristöä koskevasta asiasta tai kehityssuunnasta, jota pidetään varmana tai joka on jo etukäteen tiedossa. Toisaalta toteamuksia voidaan esittää myös yrityksen tulevasta kehityksestä siinä tapauksessa, että kyse ei ole varsinaisesti yrityksen omasta valinnasta tai suunnitelmasta.

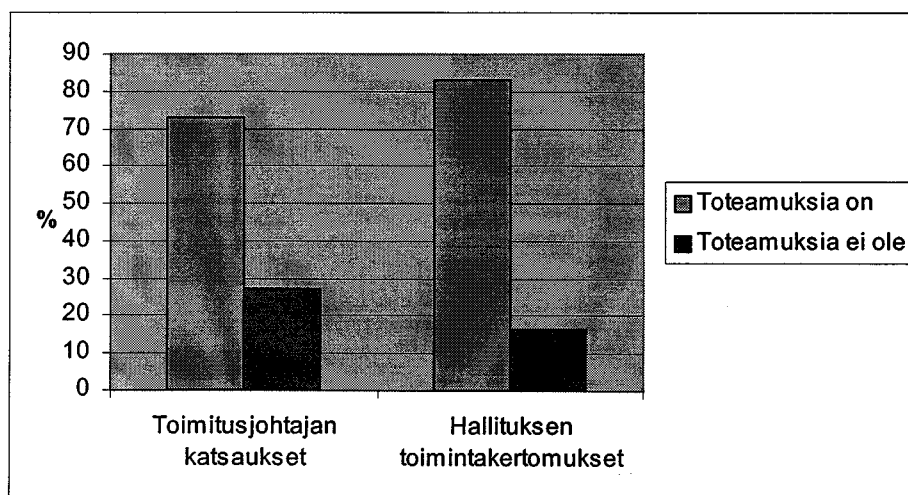
Korkean teknologian yritysten kasvu lisää sekä asunto- että toimitilarakentamisen kysyntää kasvukeskuksissa. Nykyisellä rakentamisvauhdilla patoutuneen kysynnän purkaminen kestää useita vuosia, etenkin pääkaupunkiseudulla. (YTT-Yhtymä, toimitusjohtajan katsaus 1999)

Uusi media ei tule syrjäyttämään perinteisiä medioita, vaan sen tehtävänä on täydentää perinteistä mediaa ja tuoda siihen lisää kuluttajien haluamia palveluja ja uusia ominaisuuksia. (Alma Media, toimitusjohtajan katsaus 1999)

Mobile-ostaminen ja -maksaminen tulee yleistymään nopeasti, mikä luo edelleen kysyntää Aldatan kehittämille ohjelmistotuotteille. (Aldata, toimitusjohtajan katsaus 1999)

Toteamusten sisältö on osittain samankaltaista kuin arvioiden, ainakin toimintaympäristön kehityksen osalta. Edellä esitetyt esimerkit toteamuksista ovat luonteeltaan sellaisia, että jonkin toisen yrityksen vuosikertomuksessa sama asiat olisi voitu esittää arvioiden muodossa eli hieman epävarmempina ilmiöinä. Yritysten välillä on siis eroja sen suhteen, kuinka varovaisesti tulevaisuudesta puhutaan ja missä määrin tulevaisuuteen aina kiinteästi liittyvä epävarmuuden elementti otetaan huomioon.

KUVIO 10 Narratiivien sisältämät toteamukset



Kuten kuviosta 10 voidaan nähdä, molempien narratiivien osalta selvä enemmistö sisälsi toteamuksia, eikä narratiivien välillä ollut tilastollisesti merkitsevää eroa. Vaikka tulevaisuus sisältää aina epävarmuuden elementtejä, useimmiten narratiiveissa voitiin kuitenkin esittää myös joitakin tulevaisuutta koskevia väittämiä. Toteamuksille tyypillistä on kuitenkin luonnollisesti se, että niissä kuvaillaan tulevaisuutta hyvin yleisellä tasolla menemättä yksityiskohtiin.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Narratiivien ajallisen painotuksen analysointi paljasti sekä toimitusjohtajan katsausten että hallituksen toimintakertomusten keskittyvän enemmän menneiden asioiden käsittelyyn. Narratiivien välillä oli kuitenkin huomattavan suuri ero siinä, että hallituksen toimintakertomus oli selvästi enemmän menneisyyteen orientoitunut. Tulos viittaa siihen, että hallituksen toimintakertomuksen ensisijainen funktio on toimia selontekona päättyneen tilikauden tapahtumista, mistä johtuen tulevaisuutta koskevan informaation antaminen on käytännössä vähäistä. Kirjanpitoasetuksen vaatimusta tulevaa kehitystä koskevan arvion esittämisestä noudatettiin kuitenkin periaatteessa kaikissa tutkituissa toimintakertomuksissa ainakin jollakin tavalla. Osassa toimintakertomuksia arviot käsittelivät toimintaympäristön kehitystä, osassa yrityksen itsensä kehitystä, ja osassa tulevaisuutta koskeva informaatio oli pikemminkin esimerkiksi tulostavoitteiden esille tuomista kuin varsinaisia arvioita. Jonkinlaisia tulevaisuutta käsitteleviä lausumia jokainen toimintakertomus kuitenkin sisälsi.

Hallituksen toimintakertomuksiin verrattuna toimitusjohtajan katsaukset sisälsivät keskimäärin runsaammin viittauksia tulevaisuuteen. Katsauksilla on siis toimintakertomuksia selvemmin jonkinlainen visioivan dokumentin rooli. Johto pyrkii siis ainakin jossain määrin katsauksen puitteissa esittelemään lukijoille yrityksen tulevaisuuden näkymiä, tosin esimerkiksi arvioita tulevaisuudesta toimitusjohtajan katsauksissa esitettiin hallituksen toimintakertomuksia harvemmin. Katsauksen visioiva rooli korostui kuitenkin esimerkiksi siinä, että katsauksissa oli ilmaistu paljon useammin tulevaisuutta koskevia tavoitteita.

Enemmistö sekä toimitusjohtajan katsauksista että hallituksen toimintakertomuksista sisälsi jonkinlaisen selityksen tai selityksiä yrityksen tulokselle. Hallituksen toimintakertomuksista selityksiä sisältäneiden narratiivien osuus oli toimitusjohtajan katsauksia korkeampi, mihin ainakin osasyynä voi olla yksinkertaisesti se, että toimintakertomuksissa käsiteltiin mennyttä muutenkin suhteessa enemmän. Selitysten esiintymisen todennäköisyyteen toimitusjohtajan katsauksissa vaikutti jossain määrin se, kuinka suuri muutos yrityksen liikevoitossa oli tapahtunut. Tulokselle annettiin jonkinlainen selitys katsauksessa todennäköisemmin silloin, kun muutos oli suurempi. Hallituksen toimintakertomuksissa vastaavia eroja ei ollut.

Hallituksen toimintakertomuksissa keskeisimmiksi aihepiireiksi nousivat taloudelliset seikat, toiminnan laajuus sekä omistajainformaatio. Kyseiset teemat esiintyivät kaikissa toimintakertomuksissa, minkä lisäksi myös niiden suhteelliset osuudet koko tekstiaineistosta olivat suurimmat. Toimitusjohtajan katsauksissa suhteessa eniten käsiteltyjä teemoja olivat toimintaympäristö, markkinointiin liittyvät seikat sekä yrityksen sisäiset toiminnot, mutta mikään edellä mainituista aihepiireistä ei esiintynyt aivan kaikissa katsauksissa. Suurin ero temaattisessa rakenteessa narratiivien välillä oli strategiaa koskevan informaation määrässä, joka oli toimitusjohtajan katsauksissa kahdeksankertainen hallituksen toimintakertomuksiin verrattuna. Hallituksen toimintakertomuksen keskeisimmille aihepiireille tyypillistä oli se, että ne olivat suurelta osin täsmällistä, numeroihin perustuvaa tietoa. Ne kuvasivat siis yrityksen toimintaa kvantitatiivisesta näkökulmasta. Toimitusjohtajan katsauksissa eniten käsitellyt teemat olivat puolestaan luonteeltaan enemmän kvalitatiivisia, ja kyseisten teemojen avulla voitiin yleisellä tasolla kuvailla yrityksen toimintaa ja siihen vaikuttava seikkoja.

Tutkimus vahvisti osaltaan sen aikaisemmissakin tutkimuksissa ilmi tulleen seikan, että yrityksen menestys vaikuttaa vuosikertomusinformaation sisältöön. Toimitusjohtajan katsauksissa hyvin ja huonosti menestyneiden yritysten välillä oli eroja sekä ajallisessa että temaattisessa rakenteessa. Hallituksen toimintakertomukset sen sijaan olivat perussisällöltään käytännössä samanlaisia yrityksen menestyksestä riippumatta. Toimintakertomuksissa menestys vaikutti ainoastaan tulevaisuutta koskevien tavoitteiden esiintymiseen siten, että tavoitteita tuotiin todennäköisemmin esille hyvin menestyneissä yrityksissä.

Toimitusjohtajan katsaukset muodostivat luonteeltaan keskenään heterogeenisemmän ryhmän, eli yritysten väliset erot olivat suurempia sekä temaattisessa että ajallisessa rakenteessa. Yksikään teema ei esimerkiksi esiintynyt kaikissa toimitusjohtajan katsauksissa, kun taas hallituksen toimintakertomusten osalta oli löydettävissä kolme teemaa, jotka esiintyivät kaikissa tutkituissa dokumenteissa. Samoin toimitusjohtajan katsausten ajallisessa ulottuvuudessa oli suurempia painotuseroja yritysten välillä. Tulos heijastelee varmasti osaltaan sitä, että toimitusjohtajan katsaus on suhteellisen vapaamuotoinen dokumentti, jota eivät koske niin tarkat lainsäädännön asettamat muoto- ja sisältömääräykset kuin hallituksen toimintakertomusta. Johto voi käytännössä laatia katsauksen sisällön hyvin pitkälti omien painotustensa mukaisesti ja käsitellä juuri niitä asioita, joita pitää tärkeinä ja jotka tukevat yrityksen viestintästrategiaa, ja tästä ovat seurauksena tutkimuksessa esille tulleet yritysten

väliset suuretkin erot katsauksen sisällössä. Tulokset tukevat Oliverin (2000, 158) näkemystä toimitusjohtajan katsauksesta organisaation kulttuurin ja persoonallisuuden ilmentäjänä.

Hallituksen toimintakertomuksille leimaavaa oli puolestaan tietynlainen standardimaisuus. Toimintakertomusten sisällössä ja painotuksissa oli kohtuullisen vähän eroja yritysten välillä, eikä esimerkiksi yrityksen menestys vaikuttanut juurikaan toimintakertomuksen piirteisiin. Vaikuttaa siltä, että toimintakertomus laaditaan käytännössä saman kaavan mukaan kaikissa yrityksissä. Tulosta selittää luonnollisesti se seikka, että hallituksen toimintakertomusten sisältöä sitovat lainsäädännön vaatimukset. Yrityksen ominaispiirteiden esiintuomiselle ja persoonallisen viestintästrategian noudattamiselle ei siis tästä syystä ole toimintakertomuksen puitteissa kovinkaan suuria mahdollisuuksia.

Tutkimuksen tuloksista voi vetää sen johtopäätöksen, että hallituksen toimintakertomuksella ja toimitusjohtajan katsauksella on erilainen funktio yrityksen talousviestinnän kentässä. Toimintakertomuksen rooli on selvemmin informoiva ja raportoiva. Toisin sanoen, sen tehtävä on antaa täsmällistä, usein kvantitatiivista tietoa yrityksen kehityksestä ja keskeisistä tapahtumista ja täyttää siten lainsäädännön vaatimukset. Toimitusjohtajan katsauksessa puolestaan korostuu profilointi. Siinä kerrotaan hallituksen toimintakertomusta enemmän yrityksen strategiasta ja tavoitteista ja luodaan siten yrityksen imagoa.

Sekin seikka, että tutkittujen toimitusjohtajan katsausten joukossa oli muutamia sellaisia katsauksia, joissa ei mainittu ollenkaan esimerkiksi yrityksen taloudellista asemaa koskevia asioita, osaltaan viittaa siihen, että katsaus ei ole lukijan kannalta välttämättä erityisen informatiivinen dokumentti yrityksen keskeisiä tapahtumia koskien. Tulosta selittävä informaatio oli myös harvinaisempaa toimitusjohtajan katsauksissa. Toimitusjohtajan katsauksen vähäisempi panostus informatiivisuuteen ei sinänsä ole mikään ongelma, sillä esimerkiksi tulosta koskevat tiedot löytyvät vuosikertomuksen muistakin osiosta. Toisaalta läheskään kaikki osakkeenomistajat eivät tutustu ollenkaan esimerkiksi viralliseen tilinpäätökseen, vaan lukevat esimerkiksi pelkästään toimitusjohtajan katsauksen (Bartlett & Chandler 1997), jolloin osakkeenomistajan näkökulmasta olisi todennäköisesti suotavaa, että katsauksessa kommentoitaisiin lyhyesti myös yrityksen tuloskehitystä ja muita keskeisiä taloudellisia seikkoja.

Tutkimusaineiston empiirisen analyysin perusteella voidaan todeta, että ne hypoteesit, jotka asetettiin, pitivät suurelta osin paikkansa. Toimitusjohtajan katsausten ja hallituksen toimintakertomusten välillä oli löydettävissä systemaattisia eroja sekä temaattisessa rakenteessa että ajallisessa ulottuvuudessa. Samoin yrityksen taloudellisen menestyksen voitiin havaita vaikuttavan narratiivien sisältöön, tosin pääasiassa ainoastaan toimitusjohtajan katsausten osalta. Tulokset tukevat sitä kontingenssiteoreettista näkemystä, että yrityksen ominaispiirteillä (tässä tapauksessa menestyksellä) on vaikutusta taloudellisen raportoinnin sisältöön.

Tämän tutkimuksen tuloksia ja niiden oikeellisuutta arvioitaessa on otettava huomioon se seikka, että sisällön erittely menetelmänä sisältää aina jossain määrin subjektiivisuutta. Aineiston luokittelu eri sisältöluokkiin on käytännössä täysin riippuvainen tutkijan subjektiivisista näkemyksistä. Tutkimuksessa pyrittiin kuitenkin määrittelemään sisältöluokat niin tarkasti kuin mahdollista, jotta aineisto voitiin luokitella mahdollisimman yhtenäisin kriteerein ja jotta tutkimuksen tulokset vastaavasti sisältäisivät mahdollisimman vähän vääristymiä.

Yksi mahdollinen jatkotutkimuksen aihe voisi olla vuosikertomuksiin sisältyvien muiden narratiivien sisällön analysointi. Vuosikertomuksethan sisältävät toimitusjohtajan katsauksen ja hallituksen toimintakertomuksen lisäksi tavallisesti melko runsaasti muutakin narratiivista aineistoa. Tämän aineiston sisällön piirteiden analysointi voisi tuoda jälleen mielenkiintoista lisäinformaatiota siitä, mitä itse asiassa ovat ne aihepiirit, joita yritykset vuosikertomuksissaan haluavat käsitellä, ja millaisia viestinnällisiä strategioita taustalla mahdollisesti voidaan nähdä vaikuttavan.

LÄHTEET

Aerts, W. 1994. On the use of accounting logic as an explanatory category in narrative accounting disclosures. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 19, No. 4/5, 337-353.

Anderson, R. & Epstein, M. 1995. The usefulness of annual reports. *Australian Accountant*, Vol. 65, No. 3, 25-28.

Anderson, C. & Imperia, G. 1992. The corporate annual report: a photo analysis of male and female portrayals. *The Journal of Business Communication*, Vol. 29, No. 2, 113-128.

Arvopaperimarkkinälaki 1989. Annettu Helsingissä 26 päivä toukokuuta 1989 (495/1989).

Barnes, P. & Brown, C. 1981. What the chairmen say – a help or hindrance? *Accountancy*, Vol. 92, No. 1059, 161-162.

Bartlett, S.A. & Chandler, R.A. 1997. The corporate report and the private shareholder: Lee and Tweedie twenty years on. *British Accounting Review*, Vol. 29, No. 3, 245-261.

Bettman, J.R. & Weitz, B.A. 1983. Attributions in the board room: causal reasoning in corporate annual reports. *Administrative Science Quarterly*, Vol 28, No. 2, 165-183.

Bogart, J.D. 1986. Preparing annual reports, teoksessa Di Gaetani, J. L. (ed.) *The Handbook of Executive Communication*. Homewood, Ill.: Dow Jones-Irwin, 136-158.

Burrell, G. & Morgan, G. 1979. *Sociological paradigms and organisational analysis*. London: Heinemann.

Corporate reporting: it's future revolution 1980. Toronto: The Canadian Institute of Chartered Accountants.

Clatworthy, M. & Jones, M.J. 2001. The effect of thematic structure on the variability of annual report readability. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 14, No. 3, 311-26.

Cross, G.A. 1990. A Bakhtinian exploration of factors affecting the collaborative writing of an executive annual report. *Research in the Teaching of English*, Vol. 24, No. 2, 173-203.

Daley, L.A. & Vigeland, R.L. 1983. The effect of debt covenants and political costs on the choice of accounting methods. *Journal of Accounting & Economics*, Vol. 5, No. 3, 195-211.

Desmond, P. 2000. Reputation builds success – tomorrow's annual report. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 5, No. 3, 168-172.

Dhaliwal, D.S., Salamon, G.L. & Smith, E.D. 1982. The effect of owner versus management control on the choice of accounting methods. *Journal of Accounting & Economics*, Vol. 4, No. 2, 41-53.

Dolphin, R.R. 1999. *The fundamentals of corporate communications*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Fama, E.F. 1976. *Foundations of finance*. New York: Basic Books, Inc.

Fisher, S.A. & Hu, M.Y. 1988. Does the CEO's letter to the shareholders have predictive value? *Business Forum*, Vol. 14, No. 1, 22-24.

Goldstein, S.Z. 2001. The annual report isn't what it used to be. *Communication World*, Vol. 18, No. 2, 11-13.

Hagerman, R. & Zmijewski, M. 1979. Some economic determinants of accounting policy choice. *Journal of Accounting & Economics*, Vol. 1, No. 1, 141-161.

Havunen, J. 1989. Yrityksen raportointi rahoitusmarkkinoilla, teoksessa Malkamäki, M. & Martikainen, T. (toim.) *Rahoitusmarkkinat*. Espoo: Weilin & Göös, 312-328.

Havunen, J. & Yli-Olli, P. 1986. Osakkeenomistajat ja tilinpäätösinformaatio. Vaasan korkeakoulun julkaisu. Tutkimuksia No 119. Vaasa: Vaasan korkeakoulu.

Helsingin Arvopaperipörssin ohjesääntö 1999.

Hyland, K. 1998. Exploring corporate rhetoric: metadiscourse in the CEO' letter. *The Journal of Business Communication*, Vol. 35, No. 2, 224-245.

Jones, M.J. 1994. A Comment to contextualize "Performance and readability: A comparison of annual reports of profitable and unprofitable corporations". *The Journal of Business Communication*, Vol. 31, No. 3, 225-230.

Kasanen, E. & Puttonen, V. 1994. Suomalaisten pörssiyritysten sijoittajaviestintä. Working Papers W-101. Helsinki: Helsingin Kauppakorkeakoulu.

Kinnunen, J., Leppiniemi, J., Martikainen, T. & Virtanen, K. 2000. Yrityksen taloushallinnon perusteet. Helsinki: KY-Palvelu.

Kirjanpitoasetus 1997. Annettu Helsingissä 30 päivänä joulukuuta 1997 (1339/1997).

Kirjanpitolaki 1997. Annettu Helsingissä 30 päivänä joulukuuta 1997 (1336/1997).

Kohut, G.F. & Segars, A.H. 1992. The president's letter to stockholders: An examination of corporate communications strategy. *The Journal of Business Communication*, Vol. 29, No. 1, 7-21.

Krippendorff, K. 1980. *Content analysis: an introduction to its methodology*. Beverly Hills: Sage Publications.

Lee, T.A. 1976. *Company financial reporting: issues and analysis*. London: Thomas Nelson and Sons Ltd.

Meeks, G. 1998. Profit forecasts in the annual report: the problem of economic assumptions. *British Accounting Review*, Vol 30, No. 2, 159-172.

Millman, R.B. 1990. Making the most of your annual report. *Management Review*, Vol. 79, No. 10, 52-55.

Oliver, S. 2000. Message from the CEO: a three minute rule? *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 5, No. 3, 158-167.

Osakeyhtiölaki 1979. Annettu Helsingissä 29 päivänä syyskuuta 1978 (734/1978).

Penno, M. 1985. Informational issues in the financial reporting processes. *Journal of Accounting Research*, Vol 23, No.1, 240-255.

Pietilä, V. 1976. *Sisällön erittely*. Helsinki: Gaudeamus.

Salancik, G.R. & Meindl, J.R. 1984. Corporate attributions as strategic illusions of management control. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 29, No. 2, 238-254.

Schipper, K. 1991. Analysts' forecasts. *Accounting Horizons*, Vol. 5, No. 4, 105-121.

Segars, A.H. & Kohut, G.F. 2001. Strategic communication through the world wide web: an empirical model of effectiveness in the CEO's letter to the shareholders. *Journal of Management Studies*, Vol. 38, No. 4, 535-556.

Smith, M. & Taffler, R.J. 2000. The chairman's statement: a content analysis of discretionary narrative disclosures. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 13, No. 5, 624-646.

Staw, B.M., McKechnie P.I. & Puffer, S.M. 1983. The justification of organizational performance. *Administrative Science Quarterly*, Vol 28, No. 4, 582-600.

Subramanian, R., Insley, R.G. & Blackwell, R.D. 1993. Performance and readability: A comparison of annual reports of profitable and unprofitable corporations. *The Journal of Business Communication*, Vol. 30, No. 1, 49-61.

Swales, G. 1988. Another look at the president's letter to stockholders. *Financial Analysts Journal*, Vol. 44, No. 2, 71-73.

Thomas, A.P. 1991. Towards a contingency theory of corporate financial reporting systems. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 4, No. 4, 40-57.

Thomas, J. 1997. Discourse in the marketplace: The making of meaning in annual reports. *Journal of Business Communication*, Vol. 34, No. 1, 47-66.

Tikkanen, R. 1996. Toimintakertomuksen tarkastaminen nykyisten ja ehdotettujen kirjanpitosäännösten muutosten valossa. *Tilintarkastus*, Vol. 40, No. 5, 363-366.

Trotman, K.T. & Bradley, G.W. 1981. Associations between social responsibility disclosure and characteristics of companies. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 6, No. 4, 355-362.

Tuominen, P. 1984. Toimintakertomusten informaatioarvo ja sen kehitys. Normilähteisiin perustuva tutkimus suomalaisten pörssiyritysten vuosien 1976 ja 1980 toimintakertomuksista. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja A-1:1984. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

Tuominen, P. 1985. Vuosikertomusten informaatioarvo yritysten informaatiostrategian ilmentäjänä. Turun kauppakorkeakoulun hallinnon ja markkinoinnin laitoksen raportti 7/1985. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

Tuominen, P. 1991. Yritysten avoimuuspolitiikka ja sen kehitys: Tutkimus suomalaisilla osakemarkkinoilla noteerattujen yritysten vuosikertomuksista sijoittajasuhdetoiminnan näkökulmasta tarkasteltuna. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja A-1:1991. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

Vos, M. & Schoemaker, H. 1999. *Integrated communication: concern, internal and marketing communication*. Utrecht: LEMMA BV.

Weber, R.P. 1985. *Basic content analysis*. Beverly Hills: Sage Publications.

Yritystutkimusneuvottelukunta 1999. *Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi*. Helsinki: Gaudeamus.

Åberg, L. 2000. *Viestinnän johtaminen*. Helsinki: Inforviestintä Oy.

LIITE Tutkimusaineiston muodostaneet yritykset

Yritys	Toimiala ¹
Aldata Solution	Muut palvelut
Alma Media	Viestintä ja kustannus
Amer-yhtymä	Muu teollisuus
A-Rakennusmies	Muut palvelut
Aspo	Monialayritykset
Aspocomp	Tietoliikenne ja elektroniikka
Atria	Elintarviketeollisuus
Componenta	Metalliteollisuus
Comptel	Tietoliikenne ja elektroniikka
Eimo	Tietoliikenne ja elektroniikka
Elcoteq	Tietoliikenne ja elektroniikka
Espoon Sähkö	Energia
Finnair	Kuljetus ja liikenne
Finnlines	Kuljetus ja liikenne
Fiskars	Metalliteollisuus
Fortum	Energia
F-Secure	Tietoliikenne ja elektroniikka
Hackman Group	Monialayritykset
Hartwall	Elintarviketeollisuus
Helsingin Puhelin	Tietoliikenne ja elektroniikka
HK Ruokatalo	Elintarviketeollisuus
Huhtamäki Van Leer	Elintarviketeollisuus
Instrumentarium	Tietoliikenne ja elektroniikka
Jaakko Pöyry Group	Muut palvelut
JOT Automation Group	Tietoliikenne ja elektroniikka
KCI Konecranes	Metalliteollisuus
Kemira	Kemianteollisuus
Keskisuomalainen	Viestintä ja kustannus
Kesko	Kauppa
Kone	Metalliteollisuus
KSP-yhtiöt	Tietoliikenne ja elektroniikka
Kyro	Monialayritykset
Lassila & Tikanoja	Monialayritykset
Lemminkäinen	Rakennusteollisuus
Leo Longlife	Muu teollisuus
Lännen Tehtaat	Elintarviketeollisuus
Metra	Metalliteollisuus

¹ Toimialaluokitus vastaa Helsingin Pörssin käyttämää luokitusta.

Metso	Metalliteollisuus
Metsä Tissue	Muu teollisuus
Metsä-Serla	Metsäteollisuus
Nokia	Tietoliikenne ja elektroniikka
Nokian Renkaat	Muu teollisuus
Nordic Aluminium	Metalliteollisuus
Novo Group	Muut palvelut
Olvi	Elintarviketeollisuus
Orion	Kemianteollisuus
Outokumpu	Metalliteollisuus
Partek	Metalliteollisuus
Perlos	Tietoliikenne ja elektroniikka
PKC Group	Tietoliikenne ja elektroniikka
PMJ Automec	Tietoliikenne ja elektroniikka
Ponsse	Metalliteollisuus
Raisio	Elintarviketeollisuus
Rakentajain Konevuokraamo	Muut palvelut
Rapala	Muu teollisuus
Rautakirja	Kauppa
Rautaruukki	Metalliteollisuus
Raute	Metalliteollisuus
Rocla	Metalliteollisuus
Sanoma-WSOY	Viestintä ja kustannus
Silja	Kuljetus ja liikenne
Sonera	Tietoliikenne ja elektroniikka
Stockmann	Kauppa
Stora-Enso	Metsäteollisuus
Stromsdal	Metsäteollisuus
Talentum	Viestintä ja kustannus
Tamfelt	Muu teollisuus
Tampereen Puhelin	Tietoliikenne ja elektroniikka
Tamro	Kauppa
Teleste	Tietoliikenne ja elektroniikka
TietoEnator	Muut palvelut
TJ Group	Tietoliikenne ja elektroniikka
Tulikivi	Rakennusteollisuus
UPM-Kymmene	Metsäteollisuus
Uponor	Kemianteollisuus
Vaisala	Tietoliikenne ja elektroniikka
Viking Line	Kuljetus ja liikenne
YIT-Yhtymä	Rakennusteollisuus