

Ali El Tobgy

ETIIKKA YRITYSTOIMINNASSA

Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
2016

ETIIKKA YRITYSTOIMINNASSA

El Tobgy, Ali
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
Kesäkuu 2016
Ohjaaja: Vahteristo, Ari
Sivumäärä: 48
Liitteitä: 1

Asiasanat: vastuullisuus, yhteiskuntavastuu, arvot

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää ja tutkia etiikan merkitystä yritysmaailmassa. Aluksi työssä perehdyttiin etiikkaan käsitteenä ja selvitettiin eri eettisiä teorioita. Työn lopussa suoritettiin tutkimus, jossa selvitettiin seitsemän valitun yrityksen omaan kertomaan eettisyydestään ja vastuullisuudestaan.

Opinnäytetyön aluksi käytiin läpi mitä tarkoitetaan etiikalla, moraalilla, arvoilla ja normeilla ja mikä on niiden välinen suhde. Lisäksi työssä kerrottiin erilaisista normatiivisen etiikan teorioista sekä etiikan ja lain välisestä suhteesta.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa keskeisin kohta oli eettisyyden merkitys yritysmaailmassa. Osiossa annetaan selitys käsitteille eettiset toimintaohjeet, arvot, yhteiskuntavastuu, eettinen mainonta ja vastuullinen viestintä sekä eettinen johtaminen. Soveltavan etiikan kohdalla käsitellään keskeisimmät kohdat liittyen tutkimukseen valittuihin yrityksiin. Teoriaosuuden lopuksi kerrottiin eettisen toiminnan hyödyistä ja haitoista ja riskeistä.

Tutkimusosuuteen valittiin seitsemän julkista osakeyhtiötä. Osakeyhtiöt jaettiin soveltavan etiikan mukaan neljään kategoriaan: ympäristöetiikka, puolustustarvikealan etiikka, elintarvikealan etiikka ja bioetiikka. Tutkimuksessa aineistona käytettiin yritysten vuosikertomuksia vuodelta 2015. Vuosikertomuksista etsittiin erillinen vastuullisuusosio, kertomat yhteiskuntavastuusta, sekä käsitteillä yritysten arvoja, visiota, mainintoja vastuullisuudesta, etiikasta ja eettisyydestä.

Tutkimustulokseksi saatiin, että yrityksen kertovat vastuullisuudestaan vuosikertomuksissaan melko vaihtelevasti. Tutkimuksessa käytettyjen menetelmien mukaan, eniten vastuullisuudestaan vuosikertomuksissa kertovat ympäristöetiikkaan sovellettu Neste, puolustustarvikealan etiikkaan sovellettu Patria sekä elintarvikealan etiikkaan sovellettu HKSCan.

ETHICS IN BUSINESS

El Tobgy, Ali

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in International Business

June 2016

Supervisor: Vahteristo, Ari

Number of pages: 48

Appendices: 1

Keywords: responsibility, social responsibility, values

The purpose of this thesis was to make a research about the role of ethics in business. At first the thesis familiarized the term ethics and sorted out different ethic theories. At the end of the thesis a research were made about seven corporations' ethical work and responsibilities based on their annual report.

In the beginning of the thesis was clarified the meaning of ethics, moral, values and norms and how they are connected. Also were clarified different normative ethics theories and the relationship between ethics and law.

The main focus in the theory part was the chapter about ethics in business. The chapter gives a clarification of terms like code of conduct, company values and social responsibilities, ethics in advertising and communication and ethical leadership. In the section of applied ethics reviewed the most crucial parts considering the corporations chosen to the research. In the end of the theory part were told the benefits of ethics in business as well the downsides and risks.

For the empirical part were chosen seven public corporations. The corporations were divided into four groups based on their applied ethics considering their industry: environmental ethics, ethics in the business of defense materiel, ethics in the business of groceries and bioethics. The used materials of the research were corporation's annual reports from the year 2015. Issues that were looked from the annual reports were separate responsibility section, and via term search corporations' values, vision, quotes about social responsibilities, mentions about responsibility and ethics in general.

As the result for the empirical part, corporations share information in their annual reports about their responsibilities variably. Research methods used in the empirical part reveals that Neste applied in environmental ethics, Patria applied in defense materiel ethics and HKScan applied in groceries ethics share the most information in their annual reports from the corporations chosen into the research.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO:TARKOITUS JA TAVOITTEET	6
1.1	Viitekehys	7
2	MITÄ ON ETIIKKA?	8
2.1	Normatiivisen etiikan teorit.....	8
2.1.1	Hyve-etiikka	9
2.1.2	Velvollisuusetiikka	9
2.1.3	Seurausetiikka	10
2.1.4	Tarkoitusetiikka.....	10
2.2	Metaetiikan teorit	10
2.3	Moraali, normit ja yksilön arvot	11
2.4	Etiikan ja lain välinen suhde	13
3	ETIIKAN MERKITYS YRITYSMAAILMASSA	13
3.1	Ammattietiikka, yrityksen eettiset toimintaohjeet ja arvot	14
3.2	Visio liiketoiminnassa.....	16
3.3	Missio, strategia ja vastuullisuus liiketoiminnassa	16
3.4	Yhteiskuntavastuun osa-alueet.....	19
3.4.1	Taloudellinen vastuu	19
3.4.2	Sosiaalinen vastuu	20
3.4.3	Ympäristövastuu.....	21
3.5	Soveltava etiikka.....	22
3.5.1	Bioetiikka	22
3.5.2	Elintarviketeollisuuden etiikka.....	24
3.5.3	Puolustustarvikealan etiikka	25
3.5.4	Ympäristöetiikka	26
3.6	Eettinen mainonta ja vastuullisuusviestintä liiketoiminnassa.....	28
3.7	Eettinen johtaminen	29
3.8	Kannattaako eettisyys liiketoiminnassa	30
3.8.1	Hyvät puolet	30
3.8.2	Heikkoudet ja riskit	32
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	33
4.1	Tutkimusmenetelmät.....	33
4.2	Tutkimuksen toteuttaminen	34
4.3	Aineiston kuvaus.....	35
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET	36
5.1	Erillinen vastuullisuusosio ja sen laajuus	37
5.2	Arvot	38

5.3	Visio.....	39
5.4	Yhteiskuntavastuu.....	40
5.5	Etiikka ja eettisyys	41
5.6	Yhteenveto	42
6	POHDINTA, LUOTTETTAVUUSTARKASTELU JA JATKOTUTKIMUSAIHEET	44
6.1	Pohdinta	44
6.2	Luotettavuustarkastelu	45
6.3	Jatkotutkimusaiheet.....	46
	LÄHTEET.....	47
	LIITTEET	

1 JOHDANTO:TARKOITUS JA TAVOITTEET

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on kuvailla etiikan merkityksestä yritysmaailmassa. Tarkoituksena on selittää, mitä eri osa-alueita yritystoiminnan etiikkaan kuuluu, millaista on eettinen toiminta yrityksessä sekä millaisia eettisiä vastuualueita yrityksellä on. Ennen kuin työssä paneudutaan etiikan merkitykseen yritystoiminnassa, työssä perehdytään etiikkaan käsitteenä ja kuvaillaan millaisia eri eettisiä teorioita on olemassa. Kun eettiset teoriat on pääpiirteittäin kuvailtu, työssä siirrytään tarkastelemaan etiikan suhdetta moraaliin, arvoihin ja normeihin. Opinnäytetyön ensimmäiseen tutkimuskysymykseen ”mitä on etiikka ja millaisia eri eettisiä teorioita on olemassa?” annetaan vastaus kappaleessa 2.

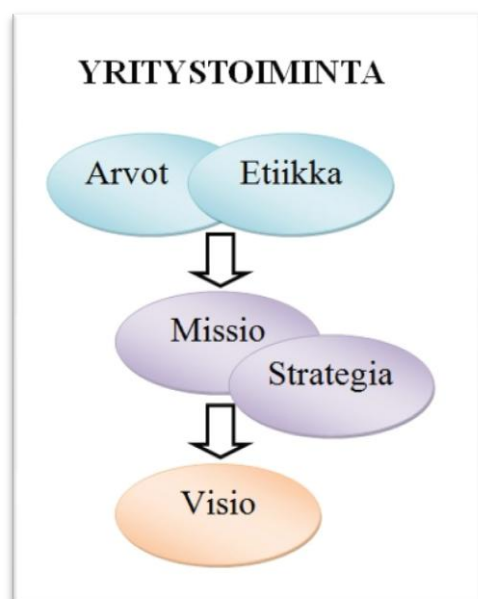
Opinnäytetyön toinen tutkimuskysymys on ”mikä on etiikan merkitys yritysmaailmassa?”, johon perehdytään kappaleessa 3. Kun kappaleessa 2 tarkasteltiin etiikan merkitystä ja tarkoitusta enemmänkin yksilön näkökulmasta, kappaleessa 3 tutkitaan miten eettiset teoriat soveltuvat yritysmaailmaan. Aluksi kappaleessa kerrotaan, mitä tarkoitetaan liike-elämän etiikalla sekä ammattietiikalla, josta siirrytään tutkimaan eettisyyden merkitystä ja vaikutusta yrityksen arvoihin, missioon, strategiaan ja visioon. Tämän jälkeen kappaleessa kerrotaan yritysten yhteiskuntavastuun eri osa-alueista. Osio antaa kuvauksen kenelle kaikille tahoille yritys on vastuussa toiminnastaan.

Työn kolmas tutkimuskysymys on ”millaisia erilaisia eettisiä ongelmia on valituilla toimialoilla?”. Tutkimukseen valittiin seitsemän kansainvälistä kauppaa harjoittavaa teollisuusyritystä. Yrityksen soveltavan etiikan kysymykset vaihtelevat jonkin verran toimialasta riippuen ja työn seuraavassa kohdassa perehdytään neljään eettisesti melko herkkään toimialaan ja annetaan vastaus kolmanteen tutkimuskysymykseen.

Lopuksi työssä tutkitaan ja kerrotaan miten tutkimukseen valitut yritykset kuvailevat omaa eettistä toimintaa ja arvojaan. Työn viimeinen tutkimuskysymys onkin ”miten eri alan yritykset kuvailevat omaa eettistä toimintaansa?”. Tutkimukseen on valittu kymmenen julkista osakeyhtiötä vaihtelevilta aloilta. Tutkimuksen aineistona käytettiin yritysten tuottamia vuosikertomuksia vuodelta 2015.

Tämän opinnäytetyön tavoite on antaa kattava ja selkeä käsitys mitä tarkoitetaan kun puhutaan etiikasta yritysmaailmassa. Tavoitteena on antaa käsitys etiikan tärkeydestä yritystoiminnassa ja kertoa epäeettisen toiminnan mahdollisista seurauksista. Lisäksi tutkimusosuudessa tavoitteena on selvittää miten yritykset käytännössä suhtautuvat etiikkaan ja arvoihin.

1.1 Viitekehys



Käsitteellinen viitekehys kertoo yrityksen arvoista, missiosta strategiasta ja visiosta. Viitekehysten tarkoituksena on hahmottaa, miten yrityksen etiikka ja arvot ohjaavat yrityksen jokapäiväistä toimintaa, päästäkseen päämääräänsä visioon. Aluksi selvitetään miten etiikka vaikuttaa yrityksen arvoihin. Seuraavassa kohdassa yritys pohtii miten toimia päivittäin arvojensa mukaan päästäkseen visioonsa eli toivottuun tulevaisuuden kuvaan. Strategia on laajempi kokonaisuus, jossa määritellään missiossa suoritettavat toimet.

2 MITÄ ON ETIIKKA?

Etiikkaa pidetään yleisesti ottaen taitona jota ei voi opettaa. On kuitenkin mahdollista opiskella etiikan eri teorioita ja ajatusmaailmoja mutta tämä ei kuitenkaan ole vasta kuin hyvä alku eettiseen ajatteluun. Sen sijaan ihminen oppii etiikkaa tutkiessaan omaa elämäänsä sekä elämänkatsomustaan. (Heinimäki, 2012, 81–82.) Etiikalle on ominaista, että siinä on hyvin vähän valmiita vastauksia ja on hankalaa antaa eettinen vastaus, jota ei voisi jostain toisesta näkökulmasta kritisoida tai kyseenalaistaa. Eettisen ajattelun lähtökohtana on, että emme ole maailmassa yksin, vaan meidän tulee teoissamme ottaa huomioon myös muut ihmiset. (Kotkavirta & Nyysönen 1996, 16; Heinimäki 2012, 21–22, 51.)

Etiikka sekoitetaan helposti moraalin synonyymiksi, vaikka todellisuudessa etiikan on tarkoitus kuvailla teoriatasolla sitä mikä on oikein ja mikä väärin, kun taas moraalilla kuvailee sitä käytännössä. Etiikan tehtävä on ymmärtää, perustella ja tutkia moraalilla sekä tuottaa periaatteellisella pohdiskelulla moraalisia ratkaisuja. (Heinimäki 2012, 18–19.)

Etiikka on läsnä päivittäin ihmisten arjessa ja teemmekin päivittäin useita huomaamattomia eettisiä ratkaisuja esimerkiksi liikennesääntöjä noudattamalla. Saatamme kuitenkin myös tahattomasti tehdä epäeettisiä ratkaisuja. Tunnetuin eettinen ohjeistus ihmiskunnalle on Raamatun kymmenen käskyä. Ennen eettinen toiminta koettiin enemmän ohjeena nuhteettomalle elämälle ja etiikka onkin aikaisemmin tulkittu siveysoppina. (Heinimäki 2012, 22–45.)

Nykyään etiikkaa pohditaan laajalti myös työelämässä. Esimerkiksi sairaanhoitajia, lääkäreitä, opettajia ja asianajajia koskevat erilaiset eettiset kysymykset pitkin heidän normaalia työpäivää. (Heinimäki 2012, 23.)

2.1 Normatiivisen etiikan teorit

Normatiivisen etiikan lähtökohta on arvioida ja perustella arvoja ja normeja. Normatiivisen etiikan tarkoitus on myös kuvailla miten erilaisissa eettistä pohdintaa vaati-

vissa tilanteissa tulisi toimia. Normatiivisen etiikan teorioissa on neljä pääkohtaa joiden keskeinen sanoma käydään seuraavaksi läpi yksitellen: hyve-etiikka, velvollisuusetiikka, seurausetiikka ja tarkoitusetiikka. On huomioitavaa, että teoriat eivät sulje toisiaan pois, vaan niitä voidaan myös soveltaa keskenään. Suurin ongelma pohdittaessa eettisiä teorioita on, mikä on kenellekin hyvää ja oikein. (Aaltonen & Junkkari 2003, 141.)

2.1.1 Hyve-etiikka

Hyve-etiikassa on pohjimmiltaan kyse ihmisen luonteesta ja omatunnosta. Antiikin Kreikan filosofi Demokritos sanoi: ”hyvä ja tosi ovat kaikille ihmisille samaa, mutta mieluinen sen sijaan on eräille sitä ja toisille tätä”. (Aaltonen & Junkkari 2003, 149; Heinimäki 2012, 33.) Hyve-etiikka jakaa ihmiset kolmeen kategoriaan: heikkoihin, vahvoihin ja hyveellisiin. Heikot ihmiset sortuvat kisauksiin sekä epäeettisiin toimiin, kun taas vahvat ihmiset tietävät niiden olevan väärin ja sitä kautta toimivat oikein. Hyveelliselle ihmiselle oikein toimiminen tulee luonnostaan ilman pohdintaa. Hyveellisen ihmisen tavoitteena onkin toimia jokaisella valinnallaan oikein ja tuottaa hyvää. (Juujärvi, Myrri & Pessa 2007, 63–64.)

2.1.2 Velvollisuusetiikka

Velvollisuusetiikan perusidea on hyvin yksinkertainen. Teorian mukaan on olemassa tekoja jotka ovat selkeästi joko oikein tai väärin. Vääriä tekoja on vältettävä ja oikeat teot ovat velvollisuuksia jotka tulee täyttää. (Juujärvi, Myrri & Pessa 2007, 69.)

Velvollisuusetiikassa itse velvollisuus tehdä oikein on tärkeämpää kuin päämäärä. Velvollisuusetiikan teoriassa esimerkiksi valehtelu on väärin, vaikka valehtelun lopputulos olisi hyväksi kaikille. Velvollisuusetiikassa saattaa eteen kuitenkin tulla tilanteita, jolloin valehtelu on välttämätöntä. Velvollisuusetiikan suurin ongelma onkin sen vaikea mukautuvuus hankaliin tilanteisiin. Enemmistö moraalifilosofoista hyväksyy kuitenkin velvollisuusetiikkaa koskevan valehtelun tietyissä tilanteissa, jotta suuremman haitan välttäminen olisi mahdollista. Velvollisuusetiikan suurin puolestapuo-

huja Immanuel Kant vetosikin moraalisten ratkaisujen rationaalisuuteen koskien velvollisuusetiikkaa. (Juujärvi, Myrri & Pessa 2007, 69–70.)

2.1.3 Seurausetiikka

Seurausetiikan ajatus on tuottaa mahdollisimman paljon hyvää teon loppuseurauksena. Karskasti ilmaistuna ”tarkoitus pyhittää keinot” – ilmaisu kuvailee hyvin seurausetiikkaa. Seurausetiikka pohtii, miten saada paras mahdollinen lopputulos kaikille jossakin asiassa. Seurausetiikan ongelmana on, miten voidaan määritellä paras mahdollinen lopputulos kaikille jota asia koskee. Tekojen seurauksia voi olla vaikea verrata toisiinsa ja kuka on oikea henkilö määrittelemään teon seurausten oikeudenmukaisuuden? (Aaltonen & Junkkari 2003, 141–142; Heinimäki 2012, 76.)

2.1.4 Tarkoitusetiikka

Tarkoitusetiikan ajatus on nimensä mukaisesti kuvailla teon tarkoitusta. Teorian mukaan hyvän tahtominen riittää, ei niinkään itse toiminnassa onnistuminen. Tarkoitusetiikassa teon motiivi on keskeisessä osassa: tekijä voi epäonnistua eettisessä toiminnassaan, mutta taustalla ollut ajatus oikein toimimisesta on lieventävä asiahaara. Tarkoituseettisen teorian mukaan hyväkään teko ei ole eettinen, ellei sitä ole tehty oikealla mielialalla. (Aaltonen & Junkkari 2003, 143.)

2.2 Metaetiikan teoriat

Metaetiikan tarkoituksena on tutkia moraalialueita ilmiönä. Kun normatiivinen etiikka tarkastelee etiikkaa konkreettisesti, metaetiikka tutkii sitä ikään kuin ylhäältä käsin. Metaetiikka pyrkii avaamaan moraalialueita pieniksi palasiksi syvällisemmällä tutkiskelulla ja se voidaan mieltää normatiivisen etiikan teorioiden tutkimuksena. (Pietilä & Länsimies-Antikainen 2008, 23.)

Metaetiikka käsittää alateorioineen seuraavat teoriat:

- Naturalismi
- Intuitionismi

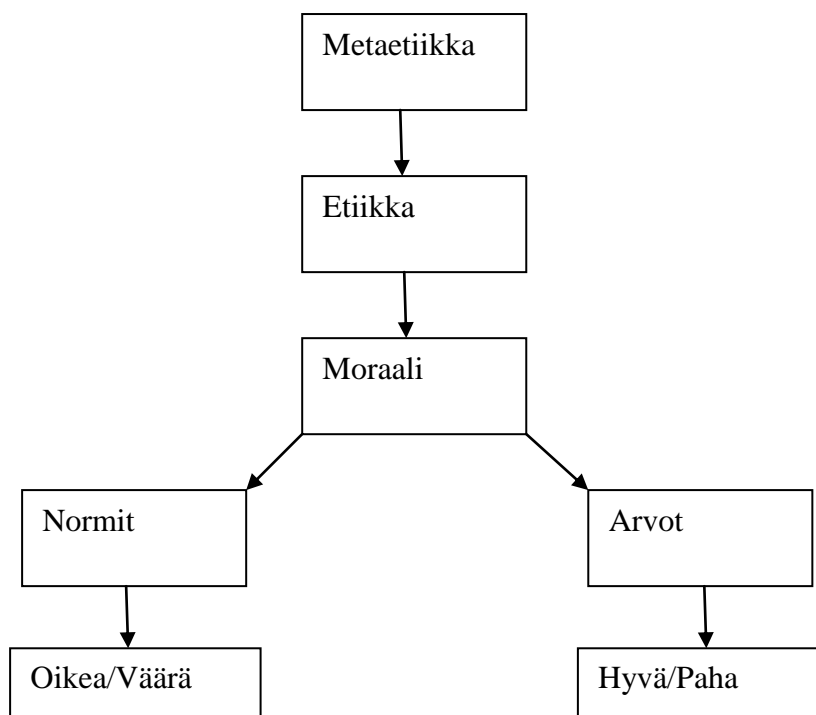
- Nihilismi
- Emotivismi
- Realismi (Internetixin [www-sivut 2016.](#))

2.3 Moraali, normit ja yksilön arvot

Kaikilla ihmisillä on perus ominaispiirteenä moraali, se on joko tietoinen tai tiedostamaton. Moraali on ihmisen oma käsitys, miten eteen tulevissa tilanteissa tulee toimia. Hyvän moraalin omaava ihminen toimii lähtökohtaisesti elämässään eettisesti ja huonon moraalin omaavan henkilön voidaan karrikoidusti sanoa olevan epäeettinen. Moraalista ja etiikasta rakentuu kokonaisuus jolla voidaan muodostaa ihmisen elämänkatsomus. (Heinimäki 2012, 12–13, 17–18.) Elämänkatsomuksen muut osat ovat normit ja arvot. Normit vastaavat kysymykseen mikä on oikein ja mikä väärin, kun taas arvot kertovat hyvän ja pahan välisestä suhteesta. Koska moraalin perusajatus on käsitys hyvästä ja pahasta, on oltava käsitys mikä on hyvää ja mikä pahaa. Ihmisten käsitys hyvästä ja pahasta muodostuu hänen arvoistaan. Kaikki arvot eivät ole samanarvoisia, vaan ihminen asettaa tiedostamattaankin arvoja mieleiseensä järjestykseen saavuttaakseen toivomiaan asioita. Koska arvot ovat tiedostamattomia, yksilön voi olla hankalaa tunnistaa omia arvojaan. Yksilön arvot näkyvät selkeitten hänen teoissaan, joista muodostuu kokonaisuus jonka osia hän toistaa arvomaailmastaan. (Juujärvi, Myrri & Pessa 2007, 35–37, 44.)

Yksilön arvot muodostuvat pikkuhiljaa varhaislapsuudesta alkaen. Koti ja kasvatus toimivat henkisenä pääomana nuorelle kasvavalle yksilölle. Kasvavan henkilön arvoihin vaikuttavat kuitenkin myös muutkin asiat kuin vanhempien arvot ja arvokasvatus. Muun muassa sosiaalinen media, kaveripiirit ja koulu muovaavat kasvavan yksilön käsityksiä oikeasta ja väärästä sekä hyvästä ja pahasta. Ihmisen arvomaailma jalostuu iän ja elämäkokemuksen myötä ja on jokseenkin harvinaista, että 50-vuotiaalla olisi samankaltaiset arvot kuin 20-vuotiaalla. Eettisesti vastuullinen ja kypsä henkilö kykenee tarkistelemaan kriittisestikin omia arvojaan sekä muovaamaan niitä omien arvokäsitysten kaltaisiksi. (Aaltonen & Junkkari 2003, 117–118; Suomen mielenterveysseuran [www-sivut 2016.](#))

”Normit ovat yhteisesti sovittuja sääntöjä, joiden rikkomisesta seuraa jokin rangaistus” (Juujärvi, Myrsky & Pessa 2007, 37). Normi kuvaa aina toimintatapaa kun taas arvo kuvailee enemmänkin päämäärää. Esimerkiksi työyhteisön arvo voisi olla oikeudenmukaisuus, jolloin normi eli yleinen toimintatapa on ottaa toiset huomioon työyhteisössä. (Juujärvi, Myrsky & Pessa 2007, 37.) Kuvio 1 havainnollistaa termien metaetiikka, etiikka, moraalit, normit ja arvot väliset suhteet.



Kuvio 1. Metaetiikan, etiikan, moraalien, normien ja arvojen välinen suhde. (Koskinen 1995, 31; Heinimäki 2012, 19, 23–24.)

Kuvio 1 kertoo ihmisen elämäntutkimuksen muodostumisesta. Kuvio alkaa ylhäältä metaetiikasta, jonka tehtävänä on tutkia etiikkaa. Etiikka puolestaan pyrkii antamaan teoreettisia vastauksia siihen, mikä on oikein ja mikä väärin. Etiikasta seuraava kohta, moraalit, puolestaan pyrkii antamaan konkreettisia vastauksia. Moraali haarautuu normeihin ja arvoihin. Normit kertovat mikä on yleisesti ottaen oikein ja väärin. Arvot puolestaan kuvailevat mikä on kenenkin mielestä hyvää tai pahaa. (Koskinen 1995, 31; Heinimäki 2012, 19, 23–24.)

2.4 Etiikan ja lain välinen suhde

Lait ovat yhteiskuntamme kasassa pitäviä normeja, joiden rikkomisesta seuraa rangaistus. Vastaamme saattaa kuitenkin tulla tilanteita, joissa omat eettiset arvomme ovat lakien kanssa ristiriidassa. Oleellista tällaisissa tilanteissa on pohtia niin sanottua lain henkeä ja peilata niitä omiin arvoihin. Lain hengellä tarkoitetaan syytä ja tarkoitusta jota varten laki on alun perin laadittu. Demokraattisessa valtiossa lait on luotu enemmistön mielipiteiden pohjalta, mutta yhteiskunnissa on muitakin vahvoja auktoriteetteja kuin laki, joista suurin lienee eri uskonnot. Esimerkiksi nuori mies voi kieltäytyä suorittamasta asepalvelustaan uskonnollisten vakaumusten vuoksi, josta seuraa vankeusrangaistus. Lakeja säätäessään enemmistön edustajat saattavat myös toimia virheellisesti. Virheitä sattuu tietomäärän vähäisyyden lisäksi myös arvostelukyvyn pettäessä ja itsekkyyden seurauksena. Tällaisissa tapauksissa eduskunta on säätänyt lain, joka ei ole enemmistön mielipide asiasta. Se, noudattaako tällaista lakia on jokaisen yksilön oma moraalinen pohdinta. Päätäviin elimiin voi vedota laillisin keinoin muun muassa adressein, mielenosoituksin ja laillisin lakoin. Moraalifilosofi John Rawlsin mukaan velvollisuutemme on noudattaa huonostikin säädetyjä lakeja, sillä se on ainoa keino tukea perustuslakiamme ja demokraattista järjestelmää. (Juujärvi, Myyry & Pessa 2007. 74–77.)

3 ETIIKAN MERKITYS YRITYSMAAILMASSA

Liike-elämän etiikka kuvailee yleisellä tasolla yritysten eettistä toimintaa. Liike-elämän etiikassa ammattikunnan yhteiset eettiset arvot ja velvollisuudet luovat yrityksille toimintaraamit, miten toimia vastuullisesti erilaisissa tilanteissa esimerkiksi asiakkaita ja henkilöstä kohtaan sekä miten yritykset kantavat vastuun esimerkiksi ympäristöstä tai yhteiskunnasta, jossa yrityksellä on toimintaa. (Juujärvi, Myyry & Pessa 2007, 124.)

Oleellinen pohdittava asia liike-elämän etiikassa on sen laajuuden mittaaminen ja keskeisin kysymys liike-elämän etiikassa onkin kenelle kaikille yritys on vastuussa

toiminnastaan. Omistajalähtöisen ajattelumallin mukaan yritys on toiminnallaan vastuussa ainoastaan sen omistajia ja sijoittajia kohtaan. Toinen näkökulma kuitenkin kertoo, että yrityksen tulee ottaa toiminnassaan huomioon myös muut tahot, kuten esimerkiksi omat työntekijät, asiakkaat, alihankkijat sekä yhteiskunta kokonaisuutena. Suurimman haasteen jälkimmäisessä ajattelumallissa on yritysten kansainvälisyys. Kun yrityksen toiminnalta on poistettu maarajat, vastuu yhteisöstä on globaali. (Harmaala & Jallinoja 2012, 13–14.)

3.1 Ammattietiikka, yrityksen eettiset toimintaohjeet ja arvot

”Ammattietiikka tarkoittaa ammattialan yhteistä systemaattista näkemystä siitä, millainen ammatillinen toiminta on oikeaa ja hyvää ja millainen puolestaan väärää ja pahaa” (Juujärvi, Myrri & Pessa 2007, 13).

Varsinkin suomalaisten yritysten sisällä etiikka kuulostaa monesti liian hienostelevalta termiltä ja puhuminen arvoista tai vastuullisuudesta tuntuu luontevammalta. Eettisyyteen aletaan kuitenkin kiinnittää huomiota erillisten tapahtumien tai kriisien yhteydessä. Vaikka etiikasta terminä ei paljoa puhuta, niin yritykset kuitenkin pyrkivät eettiseen toimintaan. Eettisiä toimintamalleja kehitetään, jotta yrityksen työntekijöillä olisi yhteiset arvot, joiden mukaan toimia päivittäisissä ongelmanratkaisutilanteissa. Eettiset toimintamallit rakentuvat eri alojen hyväksytyistä ammatillisista toiminnoista ja periaatteista. Niiden tarkoitus on antaa käsitys toiminnan asenteesta, vastuusta ja suhtautumisesta omaan työhön. (Juujärvi, Myrri & Pessa 2007, 21, 54).

Yrityksellä ei välttämättä tarvitse olla yleistä eettistä ohjeistusta kaikille työntekijöille, vaan eettiset ohjeistukset on voitu räätälöidä esimerkiksi logistiikka- ja myyntipuolelle erikseen. Kun yritys laatii eettisiä toimintaohjeitaan, sen tavoite on luoda luettelo omista arvoistaan, joiden mukaan toimia. Eettisissä ohjeissa tulee huomioida ammattietiikan yleiset pelisäännöt, mikä on alalla suotavaa ja mikä ei ole hyvän tavun mukaista. (Aaltonen & Junkkari 2003, 169.)

Yrityksen on oleellista luoda eettisiä ohjeita riskialttiisiin sektoreihin konfliktitilanteiden välttämiseksi. Eettisten toimintaohjeiden ei ole tarkoitus kattaa koko yrityksen

toimintakenttää vaan pikemminkin luoda pääpiirteiset pelisäännöt sen työntekijöille. Yrityksen johto ei voi olettaa, että eettiset ohjeet painautuvat työntekijöiden rutiineihin lähettämällä ne vain esimerkiksi sähköpostin välityksellä, vaan arvojen saaminen työntekijöiden selkäyttimeen vaatii huomiota ja kouluttamista. Eettisten toimintaohjeiden tosiasiallinen tarve on kuitenkin vähäinen, sillä ne ovat ammattihenkilöille pitkälti itsestäänselvyksiä ja eettiset ohjeistukset otetaankin usein esiin vain ongelmatilanteissa. Ongelmatilanteissa on yrityksen kannalta äärimmäisen tärkeää noudattaa eettistä ohjeistustaan, jotta yrityksen toiminta säilyy uskottavana. (Aaltonen & Junkkari 2003, 170–172.)

Eettisestä ohjeistuksesta on hyvä tehdä melko suppea ja jättää pois kaikki yleisöraaliin liittyvät asiat. Sen sijaan oleellista on keskittyä oikeasti tärkeisiin ja merkittäviin asioihin. Mikäli eettinen ohjeistus on pitkä ja yksityiskohtainen, ei työntekijälle jää mahdollisuutta itsenäiseen ja soveltavaan ajatteluun. Eettisessä ohjeistuksessa olisi hyvä olla osio, missä yritys kertoo etiikan merkityksestä yritykselle ja millaisena se koee etiikan. Tällä tavoin lukijalle muodostuu käsitys ainakin siitä, mitä yritys tarkoittaa kun se puhuu etiikasta. Eettinen ohjeistus tulee aina tehdä yrityksen arvojen pohjalta ja siihen tulee lisätä vain ne asiat, joiden takana yritys oikeasti seisoo. Yrityksen eettinen ohjeistus on käytännössä täysin arvoton jos sen sanomaa ei noudateta, jolloin se kääntyy helposti yritystä vastaan. (Aaltonen & Junkkari 2003, 175.)

Yrityksen arvot ovat luonteeltaan sellaisia, että niitä ei voida koskaan täysin saavuttaa. Yrityksen tulee pyrkiä toimimaan arvojensa mukaan päivittäisessä toiminnassaan ja ne ovat enemmänkin suuntaa-antavia motiiveja yritykselle. Esimerkiksi jos kaivosalan yrityksen arvoina olisivat muun muassa ekologisuus ja ympäristöystävällisyys, tulee sen pyrkiä päivittäisessä toiminnassaan toimimaan ja käyttäytymään arvojensa mukaan. Yritys voi kuitenkin vain osittain saavuttaa edellä mainitut arvot. Sen on mahdollista olla vielä ekologisempi ja ympäristöystävällisempi tai sen ainakin tulee ylläpitää arvojaan, eikä se voi hylätä niitä todettuaan, että sen toiminta on nyt ympäristöystävällistä. (Puohiniemen www-sivut 2016.)

3.2 Visio liiketoiminnassa

Visiolla tarkoitetaan yrityksen lanseeraamaa toivottua tulevaisuuden kuvaa itsestään. Yrityksen visio on julkinen näkemys jonka tulisi olla henkilöstöä motivoiva, asiakkaita kiinnostava sekä realistinen. Asetettu visio ei ole pysyvä, vaan se on tarkoitus luoda tietyksi ajanjaksoksi, jonka jälkeen on syytä arvioida sen onnistuminen sekä tehdä tarvittavat muutokset. Hyvä visio ei ole lattea ja ympärilyövä, vaan se pyrkii luomaan aitoa innostusta yritystä kohtaan. Toimiva visio on yritykselle tärkeä ja todellinen, jonka avulla se kannustaa työyhteisöä parempiin suorituksiin. Hyvä visio sisältää seuraavat kohdat: siinä on tarkkaan määritelty aikajänne, se on selkeä, innostava ja ymmärrettävä sekä se on realistisesti toteutettavissa. Visioon määritellyt tavoitteet on hyvä asettaa sellaisiksi, että niitä voidaan ajan kuluessa seurata ja sitä kautta pitää sidosryhmiä ajan tasalla strategian etenemisestä. Yrityksen on hyvä visiossaan asettaa jonkinlaisia välitavoitteita, jotka osoittavat yrityksen sitoutumista sen visioon. Välitavoitteiden saavuttaminen luo myös onnistumisen tunnetta sekä itseluottamusta työyhteisöön. Samalla vision tulee kuitenkin olla haastava ja kunnianhimoinen, sillä yrityksen tavoitteena on lähtökohtaisesti kasvattaa markkinaosuuttaan. (Lindroos & Lohivesi 2004, 43; Kuisma 2015, 62–63.)

3.3 Missio, strategia ja vastuullisuus liiketoiminnassa

Jokaisen yrityksen lähtökohta on tuottaa jonkinlaista hyötyä sen ulkopuoliselle taholle. Missio pyrkii vastaamaan kysymykseen ”miksi yritys on ylipäättään olemassa?”. Yritykset ovat lähtökohtaisesti olemassa asiakkaitaan varten, sillä ilman asiakkaita ei olisi yritystoimintaa ja yrityksen tuleekin missiossaan ja strategiassaan pohtia mitä asiakkaat yritykseltä haluavat, sillä asiakas on lähtökohtaisesti kiinnostunut vain omista arvoistaan ja tarpeistaan. (Lindroos & Lohivesi 2004, 17.)

Suomalainen strategiatutkija Juha Näsi on kuvaillut strategiaa seuraavalla lainauksella: ”Strategia on organisaation toiminnan juoni, sen tapahtumisen punainen lanka.” Käytännössä strategia on summa erilaisia johtopäätöksiä, ideoita ja toimia joita noudattamalla yritys haluaa saavuttaa toivotun päämääränsä eli vision. Strategiassa on kyse oman toiminnan kehittämisestä niin, että se tuottaa innovatiivisia toimintamalle-

ja joiden avulla voidaan tyydyttää asiakkaiden tarpeet. Haasteeksi muodostuu toimintamallien kannattavuus, sillä yritys on asiakkaidensa lisäksi olemassa myös omistajiaan varten, jotka odottavat sen tuottavan tulosta. Toimintamalleja luodessa on siis pyrittävä löytämään uusia ideoita ja ratkaisuja asiakkaille samalla kuin tuottaa omistajilleen voittoa. (Lindroos & Lohivesi 2004, 27–28.)

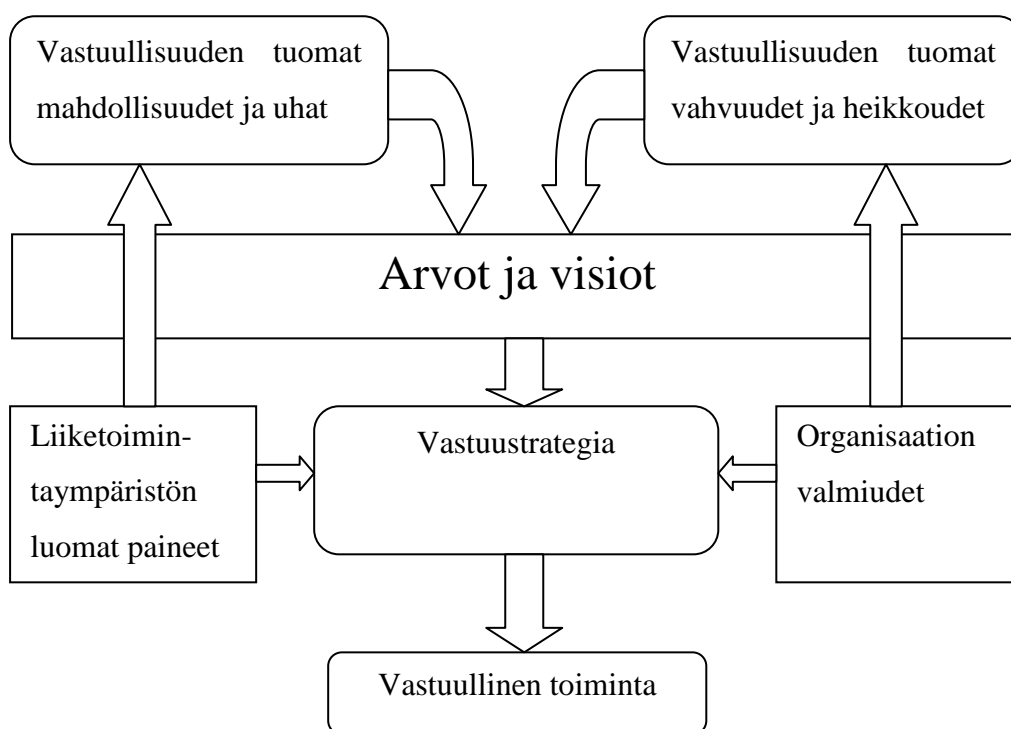
Strategian laajuus vaihtelee pitkälti yrityksen koon mukaan. Suuret konsernit luovat laajoja kokonaisuuksia kattavan konsernistrategian lisäksi myös muun muassa verkostostrategioita. Strategioita luodaan myös yksityiskohtaisemmin esimerkiksi eri asiakasryhmille ja tuotteille. (Lindroos & Lohivesi 2004, 29.)

”Strategian määrittelyvaiheessa tavoitteena on aluksi kiteyttää oman organisaation perustehtävän (eli mission) mukaisten puitteiden pohjalta riittävän haastava, mutta kuitenkin realistinen näkemys (eli visio) tulevan toiminnan linjaamisen pohjaksi. Näin perustehtävä ja visio toimivat organisaatiolle eräänlaisina ankkureina, joiden varaan linjaukset (eli strategia) voidaan kiinnittää.” (Lindroos & Lohivesi 2004, 43.)

Hyvä strategia on selkeä ja julkinen kertomus, miten yritys suunnittelee saavuttavansa oman visionsa. Strategian on tarkoitus toimia yrityksen sisällä ohjeistuksena henkilöstölle miten toimia ja siihen on sisälletty muutama keskeinen kehittämisen kohde. Strategian pääpiirteet ovat julkisia, jotta kaikki organisaation sidosryhmät ovat perillä sen pääpiirteistä ja odotuksista sidosryhmää kohtaan. Strategian luonti edellyttää käsitystä minkälaiseksi yrityksen liiketoimintaympäristö on muodostumassa. Vasta tämän jälkeen yritys voi luoda realistisen vision johon pyrkiä ja suunnitella ne keinot joiden avulla päämäärät saavutetaan. Strategiassa tulee selkeästi havainnollistaa ne toimet, joita yritykseltä vaaditaan vision saavuttamiseksi. (Lindroos & Lohivesi 2004, 29, 31, 44.)

Jotta yrityksen sidosryhmät pysyvät tietoisina siitä, mitä yrityksen on tarkoitus saavuttaa, on oleellista, että missio ja strategia tukevat toisiaan. Missiota ja strategiaa voidaan täsmentää ja päivittää tarvittaessa, sillä on epätodennäköistä, että yrityksen liiketoimintaympäristö pysyisi muuttumattomana. Oleellista on, että missio, strategia ja visio noudattavat yrityksen luomia eettisiä toimintamalleja. (Lindroos & Lohivesi 2004, 43.)

Kun yritys alkaa suunnitella vastuullisuusstrategiaa, sen tulisi ottaa yhteiskuntavastuuseen sisältyvät kohdat ja niiden yhteisvaikutukset huomioon. Yrityksen kannattaa muodostaa SWOT-analyysi vastuullisuusstrategiastaan, jossa se pyrkii hahmottamaan yhteiskuntavastuun osa-alueiden tuomat vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Kuvio 2 havainnollistaa miten vastuustrategia muodostuu kun SWOT-analyysin tulokset yhdistetään yrityksen arvoihin, visioon, liiketoimintaympäristöön sekä organisaation valmiuksiin (Ketola 2005, 123–124.)



Kuvio 2: Esimerkki vastuustrategian muodostamiseen (Ketola 2005, 124).

Kuvio 2 kertoo vastuullisen strategian muodostumiseen vaikuttavien tekijöiden suorista ja epäsuorista vaikutuksista strategian luontiin. Suoraan yrityksen vastuullisuusstrategiaan vaikuttaa sen omat valmiudet sekä liiketoimintaympäristön luomat paineet. Epäsuorasti vastuullisuusstrategiaan vaikuttavat arvojen ja visioiden kautta yrityksen vastuumahdollisuudet ja -uhat sekä vastuuvahvuudet ja -heikkoudet. Vasta hyvin suunnitellun vastuustrategian jälkeen yritys on valmis vastuulliseen toimintaan. (Ketola 2005, 124.)

Hienosta ja hyvin suunnitellustakaan vastuullisuusstrategiasta ei kuitenkaan ole yritykselle hyötyä, ellei sitä sovelleta käytännössä. Vastuullisuusstrategian soveltaminen alkaa ruohonjuuritasolta, yrityksen omista työntekijöistä jota he toteuttavat päi-

vittäin omissa rutiineissaan. Vastuullisuusstrategiassaan yrityksen tulisi ottaa huomioon myös ennalta arvaamattomat mahdollisuudet ja uhat ja näin ollen tehdä siitä muutoksille hyvin mukautuva. Näin toimien yritys välttyy uuden strategian luonnilta aina uusien tilanteiden ilmaantuessa. Koska yritysten liiketoimintaympäristö kuitenkin muuttuu ja laajenee ajan kuluessa, vaatii hyvinkin laadittu vastuullisuusstrategia kuitenkin päivittämistä aika ajoin. (Ketola 2005, 127.)

3.4 Yhteiskuntavastuun osa-alueet

”Yritysten yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan kestävän kehityksen periaatteiden ja päämäärien huomioimista ja toteuttamista yritystoiminnassa” (Suomen YK-liiton www-sivut 2016). Yhteiskuntavastuu on yksi huomattavimmista yritystoimintaa kehittäneistä ilmiöistä. Aiemmin yhteiskuntavastuu oli johtoportaan yleisen tason keskustelua, mutta nykyään yhteiskuntavastuu tarjoaa jokaiselle yritykselle yhteiskunnalliset yleisperiaatteet ja – tavoitteet, joiden mukaan toimia. Yhteiskuntavastuu on Suomessa vielä suhteellisen uusi käsite, sillä sen kehitys sai alkunsa vuonna 2001 Elinkeinoelämän keskusliiton toimesta. (Jussila 2010, 7-8.) Yhteiskuntavastuuseen sisältyy kolme kohtaa, jotka käydään seuraavaksi yksitellen läpi: taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu ja ympäristövastuu.

3.4.1 Taloudellinen vastuu

Usein yritykset pitävät toimintansa päätarkoituksena tuottaa omistajilleen ja sijoittajilleen voittoa. Tämän seurauksena taloudellinen vastuu tulee yritykselle lähtökohtaisesti luonnostaan. Osinkojen maksun ja pääoman arvon nostamisen lisäksi yrityksen tulee huolehtia rahoittajiensa tarpeista. Pankkien myöntämät rahoitukset yrityksille ovat niiden elinehto, joten rahoituslaitosten pitäminen tyytyväisenä korkoja ja lyhenyksiä maksamalla on yrityksissä pääsääntöisesti huolellisesti suunniteltua. Muut osiot taloudellisessa vastuussa ovat työllistäminen ja verojen maksu. Taloudellisen vastuun keskeinen tavoite on saada yritykset luomaan taloudellista hyvinvointia yhteiskuntaan pitkällä aikavälillä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18–19.)

Kun taloudellista vastuuta tarkastellaan eettisestä näkökulmasta, on siinä myös rajoitus. Yritys ei saa hankkia voittoa millä keinolla tahansa, vaan sen on otettava huomioon myös sosiaalinen ja ympäristövastuu. Ahnehtimalla voittoja, piittaamatta sosiaalisesta ja ympäristövastuusta on seurannut skandaaleja, joista yritykset ovat pyrkineet ottamaan opikseen ja laatimaan erilaisia toimintamalleja ja raportteja. Toimintamallien ja raporttien tarkoituksena on luoda kuvaa vastuullisesta yritystoiminnasta, joka ottaa huomioon yhteiskuntavastuun kaikki kolme osa-aluetta. (Ketola 2005, 33.)

3.4.2 Sosiaalinen vastuu

Yrityksen sosiaalisen vastuun keskeisin kohde on sen oma henkilöstö. Henkilöstöä koskevaan sosiaaliseen vastuuseen kuuluu muun muassa työntekijöiden hyvinvoinnin kohentaminen, työturvallisuus sekä osaamisen kehittäminen yli sen, minkä laki ja työehtosopimukset edellyttävät. Yhteiskunnan näkökulmasta yrityksen sosiaaliseen vastuuseen kuuluu olla keskeisessä roolissa työllistäjänä sekä työttömyyden vähentämisen edistäjänä. Mikäli yritys toimii kansainvälisesti, sillä saattaa olla hyvinkin erilaisia sosiaalisen vastuun odotuksia ja velvoitteita. Hyvinvointivaltioissa yhteiskuntavastuun perusperiaatteita säätelevät lait, mutta esimerkiksi kehittyvissä maissa monet hyvinvointivaltion velvollisuudet ovat vapaaehtoisia. Asiakkaiden näkökulmasta yrityksellä on keskeinen vastuu kuluttajansuojan kehittämisestä sekä omien tuotteiden turvallisuudesta. Sosiaaliseen vastuuseen kuuluu lisäksi avoin kanssakäyminen sidosryhmien kanssa sekä hyvien toimintatapojen sekä yhteistyön kehittäminen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20–21.)

Tosiasiassa ihmisoikeuksista huolehtiminen unohtuu helposti liike-elämän kovassa kilpailussa ja niiden noudattaminen onkin hyvin pitkälti kiinni yrityksen johdon omista eettisistä arvoista. Yritys saattaa esimerkiksi olla hyvin antelias tarjoamaan alaisilleen erilaisia bonuksia, mutta on samalla herkkä suorittamaan irtisanomisia pientenkin taloudellisten vastoinkäymisten ilmaantuessa. Toisaalta yritys voi olla pihhi maksamaan työntekijöilleen ansaitsemiaan etuuksia, mutta pitää alaisistaan kiinni vaikeinakin aikoina. Hyväntekeväisyys on yksi yritysmaailmassa käytetty keino huolehtia suuresta yleisöstä. Yritys saattaa haalia suuria voittoja eettisesti ajateltuna hie- man kyseenalaisesti, mutta korjaa siitä aiheutuvaa imagohaittaa lahjoittamalla pienen

osan voitoistaan hyväntekeväisyyteen. Sosiaalisen vastuun tulisi kuitenkin olla keskeisessä osassa yrityksen toimintaa, eikä yksittäisiä imagonkohotustempauksia miellyttääkseen suurempaa yleisöä. (Ketola 2005, 40–42).

3.4.3 Ympäristövastuu

Ympäristövastuun keskeinen sanoma on, että yrityksellä on oltava tavoitteena toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Ympäristövastuu kattaa yrityksen itse aiheuttamat ympäristövaikutukset muun muassa ilmaan, maaperään ja vesiin, biodiversiteetin eli luonnon monimuotoisuuden edistämisen, luonnonvarojen tehokkaan mutta säästävän käytön, jätteiden oikeanlaisen käsittelyn sekä terveys- ja ympäristöriskien hallinnan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

Yrityksen vastuulla on kantaa huolta oman toiminnan vaikutuksista ympäristöön kaikkialla missä yrityksellä on toimintaa. Yrityksen niin sanottu ekologinen jalanjälki kertoo yrityksen tuottamista vaikutuksista ympäristöön. Ekologisen jalanjäljen tarkoitus on havainnollistaa miten suuri pinta-ala vaaditaan esimerkiksi yrityksen tuotaman hyödykkeen aiheuttaman jätteen käsittelyyn. Ekologinen jalanjälki ei kuitenkaan ole suoranainen mittari verrattessa yrityksiä, sillä ekologisen jalanjäljen kengännumero perustuu hyvin pitkälti yrityksen toimialaan. (Ketola 2005, 46–47; Harmaala & Jallinoja 2012, 39.)

Lähtökohtaisesti yritykset pyrkivät toimimaan ympäristövastuullisesti ja ekologisesta toiminnasta on tullut iso kilpailutekijä. Ympäristövastuuta koskevat lait määrittelevät yrityksille pohjan miten toimia ekologisesti, mutta monesti yritykset ylittävät vaaditut rajat vähentääkseen ympäristölle aiheutuvia rasitteita. Vastuullinen yritys tietää sen toiminnan aiheuttamat vaikutukset ympäristöön ja on tietoinen sitä koskevasta lainsäädännöstä ja myös noudattaa sitä sekä pyrkii jatkuvasti kehittämään toimintaansa tunnistamalla muutostarpeet. Nykyään yritykset pääsääntöisesti pyrkivät päästöjen puhdistamisen sijaan koko tuotteen elinkaaren aikaisten ympäristövaikutusten huomioonottamiseen. Ympäristövastuullisen yrityksen tavoitteena on toimia koko tuotanto- ja toimitusketjun kanssa ympäristöystävällisesti yhteistyössä minimoidakseen negatiiviset vaikutukset ympäristöön. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

Ekologisten strategioiden tarkoitus on päästöjä vähentämällä hyötyä myös taloudellisesti. Joillekin yrityksille ekologisesti toiminen onkin itseisarvo, jolla pyritään luomaan positiivista kuvaa yrityksestä eri sidosryhmille. Osa yrityksistä on kuitenkin myös hyve- ja tarkoituseettisesti aidosti huolissaan yrityksensä aiheuttamista rasitteista ympäristölle ja toimivat ekologisesti täysin aidosti ilman taloudellisia takajatuksia. (Ketola 2005, 47.)

Yrityksen ympäristövastuu alkaa pienistä palasista kuten jätteiden lajittelusta työpaikoilla ja ekologisten rasitteiden vähentäminen onkin aluksi helppoa. Kun yritys kuitenkin alkaa pohtia vastuutaan ympäristöä kohtaan laajemmin, se muodostuu haasteellisemmaksi. Usein kuitenkin liike-elämän karu kilpailu aiheuttaa yrityksille ajatuksia oikeista ympäristövastuun täydellisestä toteuttamisesta. Yrityksen paras mahdollinen ympäristöystävällinen toiminta lähtee joko ulkoisten sidosryhmien painostuksesta tai yrityksen sisältä tarkoitus- tai hyve-eettisenä ajatuksena toimia mahdollisimman ympäristöystävällisesti. (Ketola 2005, 49.)

3.5 Soveltava etiikka

Yrityksillä voi olla alastaan riippuen myös soveltavaan etiikkaan liittyviä kysymyksiä ja ongelmia. Soveltavan etiikan tarkoitus on tutkia meta- tai normatiivisen etiikan teorioita jollain tietyllä alalla. (Suomen filosofiaportaali 2016.) Tässä kappaleessa käsitellään soveltavan etiikan aloja, jotka koskettavat tutkimukseen valittuja yrityksiä. Kappaleessa käsiteltävät soveltavan etiikan alat ovat bioetiikka, elintarviketeollisuuden etiikka, puolustustarvikealan etiikka ja ympäristöetiikka.

3.5.1 Bioetiikka

Bioetiikka on laaja soveltavan etiikan käsite. Bioetiikan tavoite on tuoda lääke- ja biotieteitä koskeva keskustelu mahdollisimman maanläheiseksi ja läpinäkyväksi kansalle. Bioetiikka kattaa muun muassa seuraavat kohdat:

- Lääkärin ja potilaan välinen suhde
 - Eutanasia
 - Abortti

- Hedelmöityshoidot
- Lääketiede ja lääketieteelliset tutkimukset, ihmis- ja eläinkokeet
- Terveystieteiden etiikka
- Huumeet ja päihteet
- Ekologinen etiikka
 - Elollista luontoa koskevat kysymykset (Suomalaisen filosofiaportaalin www-sivut viitattu 2016.)

Tässä opinnäytetyössä käsitellään bioetiikkaa lääkeaineiden turvallisuuden näkökulmasta. Suomessa lääkeaineiden turvallisuutta valvoo lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea. Fimean keskeisin tehtävä on valvoa, että Suomessa myyntiluvan saavat lääkeaineet täyttävät lääkkeiden turvallisuudelle, teholle ja laadulle säädetyt ehdot. (Fimean www-sivut 2016.)

Ennen lääkeaineen myyntiin tuloa, Fimea suorittaa ennakkovalvontaa. Sillä tarkoitetaan ajanjaksoa ennen myyntiluvan tai rekisteröinnin myöntämistä ja sen tavoitteena on taata, että lääkeaineen hyöty on suurempi kuin mahdollinen haitta. Myyntiluvan tai rekisteröinnin jälkeistä ajanjaksoa kutsutaan jälkivalvonnaksi ja sen tavoitteena on täydentää turvallisuuteen liittyvää informaatiota. Yleisesti ottaen lääkeainetta testataan muutamalla tuhannella potilaalla ennen myyntiluvan saamista, mutta lääkeainetta käyttävä määrä on todellisuudessa suurempi ja heillä voi olla jokin lääkitys jonka yhteisvaikutuksista uuteen lääkkeeseen ei ole tietoa. Jälkivalvonta on Fimean oleellisia tehtäviä, sillä uutta lääkeainetta käyttävä joukko kasvaa koko ajan jolloin myös tieto uusista yhteisvaikutuksista kasvaa. (Fimean www-sivut 2016.)

Lääkeväärennöksellä tarkoitetaan tarkoituksenmukaisesti tai vilpillisin keinoin valmistettua lääkeainetta. Tällaiset virheet voivat liittyä muun muassa lääkeaineen koostumukseen, alkuperään tai sitä koskevaan lääketietoon. Lääkeväärennökset ovat ongelmallisia, sillä niitä on hyvin vaikea tunnistaa ja usein lääkeaineväärennoksen varmistamiseen tarvitaan ammattilaisten suorittama laboratoriotutkimus. Lääkeväärennöksiä esiintyy niin sanotuilla harmailta markkinoilla ja paras keino välttää lääkeväärennökseltä onkin hankkia lääkeaineet aina apteekista, jolloin niiden laatu on valvottua. Lääkeväärennöksiä on kuitenkin päätynyt myös laillisiin lääkeaineidenjakelu-

kanaviin ja muun muassa Suomessa havaittiin vuonna 2014 lääkeaineiden laillisesta jakelukanavasta lääkeaineväärennöksiä. Lääkeväärennös on aina terveysriski, sillä sen ainesosat saattavat olla vääriä, tehottomia tai vaarallisia. (Fimean www-sivut 2016.)

Vaikka lääkkeiden laatua valvotaan, saattaa lääketeollisuusalan yritykselle sattua tuotevirhe. Yleisimmin virheet liittyvät lääkeaineen pakkauksessa olevaan informaatioon. Mikäli tuotevirhe on vakava ja se koskee lääkeainetta, Fimea tiedottaa tapauksesta julkisesti. Normaali käytäntö on, että virheellinen tuote-erä poistetaan myynnistä, mutta mikäli virheellinen lääkeaine uhkaa kuluttajan terveyttä, kerätään se myös pois kulutuksesta. Tuotevirheen sattuessa, lääkealan yritys on vastuussa sen asianmukaisesta käsittelemisestä sekä lääkeaineiden pois keräämisestä myynnistä tai kulutuksesta. Tuotevirheen vakavuudesta riippuu vaadittavat toimenpiteet sekä niiden kiireellisyys. Fimean tehtävä on valvoa, että tällaisissa tilanteissa lääkeyrityksen toimenpiteet ovat oikean aikaiset ja muutoinkin vaadittavat. (Fimean www-sivut 2016.)

3.5.2 Elintarviketeollisuuden etiikka

Elintarvikealaan liittyy useita eettisiä ongelmia, sillä ravintomme on aina peräisin jostain elävästä olennosta. Eläimiä koskeva etiikka voidaan luokitella kuuluvaksi joko bio- tai ympäristöetiikkaan. Eettinen jännite elintarvikealan etiikassa näkyy selkeitten eri uskonnoissa sekä eettisiin perustein valituissa ruokavalioissa. Kun ruokaa mietitään eettisesti, tulee pohtia ruokamme lisäksi myös sen laatua ja sitä, miten ja missä se on tuotettu. Ruuan tuotantotavan lisäksi eläinten olosuhteet ovat oleellimmat eettiset kysymykset maa- ja karjatalouden yrityksissä. Toisessa päädyssä eettisen kysymyksen luo pois heittäjä ylimääräinen ruokamme ja nälänhätä kehitysmaissa. Elintarvikkeiden jakautuminen epätasapainoisesti onkin yksi suurimmista ihmisoikeus- ja oikeudenmukaisuuskysymyksistä. (Ahteensuu & Siipi 2010, 7-9.)

Yrityksen näkökulmasta oleellisin asia on myytävien elintarvikkeiden turvallisuus kuluttajalle, sillä ala valmistaa kuluttajille korvaamattomia tuotteita. Elintarviketeollisuuden alalla on tärkeää tietää koko tuotteen koko toimintaketju siten, että se voidaan jäljittää aina raaka-ainehankintaan saakka. EU:n säädökset ja Suomen laki on

asettanut tiukat säädökset koskien elintarvikkeiden hygieniää sekä turvallisuutta. (Harmaala & Jallinoja, 240.)

Elintarvikealaa koskeva ympäristövastuu muokkaantuu pitkälti yrityksen tarkemman toimialan ja koon mukaan. Yritykset pyrkivät huomioimaan ympäristövastuutaan muun muassa kehittämällä energiatehokkaita toimintatapoja sekä pienentämällä hyödykkeidensä ekologista jalanjälkeä, tehostamalla tuotantoa, käyttämään luonnonvaroja säästeliäästi, ehkäisemällä hävikkiä, suosimalla vastuullista raaka-ainehankintaa sekä huomioimaan eläinten terveys ja hyvinvointi. (Harmaala & Jallinoja, 240.)

Nykyään ruokaa voidaan valmistaa myös muuntogeenisesti, joka on tuotettu nykykäsella geenitekniikalla tai se sisältää sillä tuotettuja aineksia. Muuntogeeniteknikassa genejä siirretään eliöstä toiseen. Pääsääntöisesti muuntogeeniikkaa käytetään viljelyskasvien tuotannossa. Muuntogeenisesti valmistettujen ruokien eettisyyteen vaikuttaa siihen liittyvät epävarmuudet. Epävarmuutta ovat luoneet muun muassa mahdolliset allergiariskit, ekologisten vaikutusten epävarmuus sekä muuntogeenisen ruuan aiheuttamat mahdolliset sosiaaliset ja taloudelliset riskit. (Ahteensuu & Siipi 2010, 9, 12–13.)

3.5.3 Puolustustarvikealan etiikka

Puolustustarvikealan etiikassa keskeisin kohta on ihmisoikeudet. Koska maailmanrauha ja yleinen turvallisuus ovat yleismaailmallisia tavoitteita, YK:n peruskirjan mukaan valtiot pyrkivät ensisijaisesti ratkaisemaan keskinäiset ongelmansa rauhanomaisesti. Aseelliset konfliktit kuitenkin kertovat, että tässä ei aina ole onnistuttu. (Suomen asevienti 2013, 3.)

Alueelliset sopimukset ja maiden erilaiset vientitarkkailujärjestelmät rajoittavat puolustustarviketeollisuuden kuuluvien tuotteiden myyntiä ja niiden tarkoituksena on ehkäistä konfliktitilanteita ja ihmisoikeusrikkoksia. Mutta vaikka vientivalvonta olisi-kin hyvin säädeltyä, saattaa vientiä harjoittavalla yrityksellä esimerkiksi olla puutteelliset tiedot tuotteiden loppukäyttäjistä, jolloin riski tulevasta ihmisoikeusrikkoksesta kasvaa. Tuotteiden loppukäyttäjä voi myös myydä ostamansa tarvikkeet eteen-

päin tarkoituksiin jotka voivat loukata ihmisoikeuksia. Puolustustarvikkeiden viennin kieltäminen kyseenalaiseen kohteeseen on eettisen ongelman lisäksi myös poliittinen kysymys ja sitä kautta vientikiellon voimaansaaminen voi olla hidasta. (Pykälä 2014, 142, 150.)

3.5.4 Ympäristöetiikka

”Ympäristöetiikka on normatiivista etiikkaa eli se kertoo, mitä tulee tehdä. Ympäristöetiikka tarkastelee järjestelmällisesti, miten luontoa, luonnossa eläviä olentoja ja luonnon järjestelmiä pitää kohdella.” (Oksanen 2012, 94.)

Ympäristöetiikka on käsitteenä melko laaja. Se voidaan tiivistää käsittämään seuraavat kohdat: ilmaston ja ympäristön muuttaminen, luonnonvarojen käyttö, elollisen luonnon suojelu sekä muiden elämänmuotojen suojelu ja niihin asennoituminen. Luontokohteiden käytön ja suojelun tavoitteena on varmistaa, että käyttökohde ei menetä arvoaan tuhoutumalla. Kun tavoitetta lähdetään toteuttamaan, on pohdittava kolmea ympäristöetiikkaan liittyvää keskeistä kohtaa:

1. Olemassa oleva tieto luonnonvaroista ja ekologisten systeemien käyttäytymisestä, ilmakehän toimivuudesta sekä eläinten ja muiden elävien olentojen ominaisuudet.
2. Minkälainen prosessi on ympäristöä koskevien päätösten takana.
3. Miten luontokohteen kanssa tulee toimia (ja miten ei) ja mitkä ovat ympäristöeettiset reunaehdot. (Oksanen 2012, 9.)

Vastuullinen ympäristöetiikka voidaan kuvailla hyödyn näkökulmasta ympäristö vastuullisuus huomioon ottaen. Tavoitteena on saada luonnosta maksimaalinen tarjolla oleva hyöty välttäen luonnonvarojen liikkakäyttöä, eroosiota ja saastuttamista. (Oksanen 2012, 10.)

Jokaisella yrityksen tuottamalla palvelulla tai hyödykkeellä on jonkinlaisia ympäristövaikutuksia valmistusvaiheesta aina käytöstä poistoon asti. Hyödykkeen tai palvelun aiheuttamaa vaikutusta ympäristöön voi olla hankala määrittellä, sillä ne riippuvat hyvin pitkälti hyödykkeen tai palvelun laadusta. On jokseenkin paradoksaalista, että

yrittäjien tavoitteena on tuottaa hyödykkeitä ja palveluita jotka kohentavat ihmisten elämänlaatua samalla kun niiden tarkoitus on vähentää luontoon kohdistuvia rasitteita. Suurin haaste ympäristöystävällisissä tuotteissa ja palveluissa onkin erotella talouskasvu ja luonnonvarojen käytön jatkuva kasvaminen. Vaikka tuotteet ovatkin nykyään ympäristöystävällisempiä, on myös kotitalouksissa olevien tuotteiden määrä kasvanut ostovoiman kasvun ja teknologian kehityksen mukana. On huomioitavaa, että ympäristöystävällinenkin tuote voi aiheuttaa merkittävää haittaa ympäristölle virheellisesti käytettynä tai väärin käytöstä poistettuna. (Harmaala & Jallinoja, 118.)

Euroopan Unionin ja Suomen lainsäädäntö koskien ympäristön suojelua on pääsääntöisesti yhtenäistä. Näiden säädösten mukaan yrityksillä on vastuu huomioida ympäristönsuojelu toiminnassaan sekä olla perillä toimintansa aiheuttamista vaikutuksista ympäristöön. Ympäristölainsäädäntö käsittelee joko yrityksen omaa toimintaa ja tuotantoa tai yrityksen valmistamia hyödykkeitä tai tarjoamia palveluita. Eri maiden kansalliset lait ja säädökset voivat olla ongelmallisia kansainvälistä kauppaa harjoittavalle yritykselle, sillä kohdemaasta riippuen, voi tuotteelle tai palvelulle olla erilaisia vaatimuksia. Yrityksen tulee olla hyvin perillä kauppakumppanin maan lainsäädännöstä koskien tarjoamia tuotteita ja palveluita. (Harmaala & Jallinoja, 203.)

Ympäristölainsäädäntö on jaettu kolmeen osaan: varovaisuusperiaate, saastuttajamaksaa – periaate ja ulkoiskustannusten sisäistäminen. Varovaisuusperiaatteen ajatus on, että täydellisen tiedon puuttuminen ei saa olla esteenä ympäristönsuojelulle, vaan ympäristön suojeluun on pyrittävä vaikka hieman puutteellisella tietotaidolla. Saastuttaja maksaa – periaatteessa ympäristölle haitallisen toiminnan aiheuttaja on vastuussa myös vahinkojen korvaamisen lisäksi niiden korjaamisesta. Ulkoiskustannukset ovat ympäristöhaittoja, jotka lankeavat yleensä muiden kuin yrityksen maksettavaksi. Ne aiheutuvat jonkin tuotteen tai palvelun aiheuttamista ympäristöhaitoista, joita ei ole sisällytetty hyödykkeen tai palvelun myyntihintaan. Esimerkiksi tehdas voi saastuttaa ympäristöään aiheuttamalla hengitystieoireita osalle väestöstä, mutta yritys ei osallistu terveydenhuoltokuluihin, vaan ne hoidetaan julkisen terveydenhuollon resurssein. (Harmaala & Jallinoja, 205.)

Päästökaupan tarkoituksena on kannustaa yrityksiä kustannustehokkaaseen toimintaan päästöjä vähentämällä. Päästökaupassa yleensä valtio esittää jonkin ylärajan so-

vituille päästöille, jonka jälkeen myönnetään päästöoikeuksia. Päästöoikeudet voidaan joko myydä tai tarjota vastikkeetta yrityksille. Euroopan Unionin asettaman tavoitteen mukaan päästöjä on tarkoitus vähentää aikavälillä 2013–2020 siten, että päästöjen määrä vähenisi 20 % vuoden 1990 tasosta. Päästökauppa on kuitenkin saanut kritiikkiä teollisuusalan yrityksiltä, sillä niiden katsotaan heikentävän yritysten kilpailukykyä maailmanlaajuisilla markkinoilla. Päästörajoitukset ovatkin saaneet teollisuusalan yritykset tarkastelemaan investointiensa sijainneille muita vaihtoehtoja, jotka puolestaan heikentävät työllisyystilannetta ja verokertymää Suomessa. (Harmaala & Jallinoja, 217.)

3.6 Eettinen mainonta ja vastuullisuusviestintä liiketoiminnassa

Yrityksen suorittaman markkinoinnin tärkein työkalu on mainonta eri tiedotusvälineissä. Mainonnan eettisyyttä arvioidessa on huomioitava, millaisen mielikuvan mainos luo yleisössään. Mainontaa arvioidessa keskitytään pieniinkin yksityiskohtiin sekä niiden muodostamaan kokonaiskuvaan. Sillä mitä yritys on mainonnallaan tarkoittanut, ei ole merkitystä, vaan mainontaa tarkastellaan aina kokonaisuutena ja puolueettomasti. Vastuullisen markkinoinnin keskeisin sanoma on, että mainonnan on oltava lain ja hyvien tapojen mukainen. Yrityksen on erityisesti kiinnitettävä huomiota, että sen mainonta ei ole yleisölleen harhaanjohtavaa tai totuudenvastaista. (Paloranta 2014, 1-2.)

Mainonnan eettisyyttä Suomessa valvoo mainonnan eettinen neuvosto. Sen tehtävä on antaa käsitys millaista on hyvän tavan mukainen mainonta. Yritys voi pyytää mainonnan eettiseltä neuvostolta lausunnon jo julkaistusta mainoksesta tai ennakkolausunnon suunnitteilla olevasta mainoksesta. Kansainvälinen kauppakamari ICC on luonut yhteiset markkinointia koskevat pelisäännöt ja toimintatavat joita mainonnan eettinen neuvosto tehtävissään soveltaa. (Paloranta 2014, 56–57.)

Vastuullisuusviestintä on yksi yritysten käyttämistä markkinointiviestinnän muodoista. Vastuullisuusviestintää käytetään yleensä verkkomediaissa, mutta se voi olla myös muun mainonnan osana tai raportointia omasta toiminnasta. Keskeisintä vastuullisuusviestinnässä on pohtia, mihin yritys pyrkii vastuullisuusviestinnällään, jol-

loin sen suunnittelu on helpompaa ja lopputulos on sitä kautta laadukkaampi. Vastuullisuusviestinnän tavoite puolestaan juontaa juurensa yrityksen vastuullisuusstrategiasta ja siitä miten se on strategiassaan määritellyt omat vastuualueet. Tavoitteen lisäksi oleellinen pohdittava kohta on kohderyhmä. Tunnistamalla kenelle viesti on tarkoitettu, sen sanoman perillemeno on todennäköisempää eikä resursseja haaskaannu. Mikäli tavoiteltavia kohderyhmiä on useampia, ne tulee asettaa tavoitteiden mukaiseen tärkeysjärjestykseen. Seuraava vaihe vastuullisuusviestinnässä on sen sisällön laatiminen ja menetelmän valitseminen. Keskeisin kohta viestin sisällön valinnassa on, että sen tulee mahdollistaa aiemmin asetetun tavoitteen täytyminen ja siitä laatiessa on huomioitu yrityksen sidosryhmät. Onnistunut vastuullisuusviestintä usein edellyttää, että viestintätapa on tarkasti valittu kohderyhmän mukaan. Vastuullisuusviestinnän kehittämisen kannalta on tärkeää kerätä palautetta menneistä viestintätapahtumista. Palautteen keruu antaa ponnahduksen seuraavan vastuullisuus viestin alkuun. Siinä missä yritykset seuraavat omien mainosten tehoa mittaamalla esimerkiksi myynnin kasvua, vastuullisuusviestinnässä sen tehoa voi olla hankala arvioida, sillä niiden keskeinen sanoma ei välttämättä kannusta kohderyhmää ostoksille. (Kuisma 2015, 163–164.)

3.7 Eettinen johtaminen

Kun jokaisella yrityksellä on kokonaisvaltainen vastuu omasta toiminnastaan, on myös jokaisella yksittäisellä henkilöllä myös merkittävä rooli vastuunkantamisesta. Vastuu koskee erityisesti johto- ja esimiestehtävissä työskenteleviä henkilöitä joiden ratkaisuihin kiinnitetään muita enemmän huomiota. Johtajan tai esimiehen työ on oman toiminnan arvioimista ja perustelemista suurelle yleisölle, alaisille tai sidosryhmilleen joten voidaankin sanoa, että johtoasemassa olevan henkilön työ on eettistä työtä. Hyvän johtohenkilön ominaispiirteisiin kuuluu kyky johtaa toimintaa eettisin arvoin ja antaa muille yrityksen jäsenille tilaisuuksia toimia myös eettisesti. (Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen 2011, 96.)

Eettisen johtamisen haasteeksi muodostuu johtajan laaja toiminta-alue. Samalla kun tavoite on luoda innovatiivisia strategioita kasvavassa liiketoimintaympäristössä jossa vaaditaan nopeita ratkaisuja tulenaroissakin olosuhteissa, tulisi myös ottaa huomi-

oon yksittäiset työntekijät. Hyvänä johtajana toimiminen edellyttää lakien noudattamisen lisäksi myös eettistä vastuunkantoa. Laki on normi, jota on noudatettava, halusi tai ei, mutta muutoin eettisesti toimiminen ei ole pakollista. Eettisen johtajan tulee kuitenkin huomioida muita henkilöitä tilanteissa joita laki ei kontrolloi. Hyvä johtajuus vaatii mielikuvitusta ja kykyä asettua toisen ihmisen asemaan vaikeissakin tilanteissa. Koska johtajan työ on pitkälti päätöksentekoa, etiikalla on suuri merkitys johtajan työssä. Hyvän johtajan on kyettävä tekemään kokonaisvaltaisia ja moraalisia ratkaisuja jotka luovat hyvää. Moraalisen ongelman edessä johtaja voi käyttää työkaluna aiemmin läpikäytyjä normatiivisen etiikan teorioita. (Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen 2011, 96–97, 103–105.)

3.8 Kannattaako eettisyys liiketoiminnassa

Jotkut yrityksistä ovat tehneet eettisestä toiminnasta kilpailukeinon. Selkeimmin eettisyyden myynti näkyy tapauksissa, joissa yritys lupaa jonkin tuotteen ostamisesta pienen osan hyväntekeväisyyteen. Näin toimien yritys käyttää hyväntekeväisyyden kohdettaan yhtenä myyntivalttina, mutta toimii toki myös samalla eettisesti vaikka lahjoitettava summa olisikin yrityksen mittakaavassa pieni. Tässä kappaleessa paneudutaan eettisen toiminnan hyviin ja huonoihin puoliin. (Aaltonen & Junkkari 2003, 47.)

3.8.1 Hyvät puolet

Yritysetiikan tutkija Manuel Velasquez on tutkimuksissaan todennut, että sosiaalisesti vastuullisesti toimivalla yrityksellä on positiivisia vaikutuksia sen tulokseen. Kaikki tutkijat eivät ole päässeet samaan johtopäätökseen, mutta muutkin tutkimukset ovat osoittaneet, että vastuullisuus ei ainakaan heikennä yrityksen tulosta. (Aaltonen & Junkkari 2003, 48–49.)

Hyvällä eettisellä toiminnalla on ainakin seuraavat positiiviset vaikutukset yritykseen:

- Vaikutukset työmoraliin. Kun työntekijöillä on tunne, että heitä ja heidän työtään arvostetaan ja tarvitaan, heidän kunnioitus työyhteisöä kohtaan kasvaa.
- Asiakassuhteet. Omia rahoja sijoittaessaan asiakkaat ovat hyvin herkkiä aistimaan yrityksen luotettavuutta. Mikäli asiakas kokee yrityksen epäluotettavaksi, näkyy se mitä todennäköisimmin kielteisenä ostopäätöksenä.
- Juridiset riskit pienenevät. Toimiessaan eettisesti yrityksen johto voi levollisin mielin keskittyä yrityksen toimintaan, kun aikaa ei tuhlaannu tulipalojen sammuteluun. Eettisen yrityksen johto ei haaskaa energiaa stressaamalla mahdollisesta kiinnijäämisestä ja sitä seuraavista sanktioista vaan pystyy mahdollisimman huolettomasti panostamaan yritykseen.
- Vaikutukset ilmapiiriin. Avoimuus ja luottamus ovat piirteitä jotka ovat tiiviisti yhteydessä kun puhutaan ilmapiiristä ja etiikasta. Työntekijöiden on helpompaa toimia työyhteisössä, jossa sovitusta asioista pidetään kiinni ja vuorovaikutus on muutoinkin rehellistä ja sujuvaa.
- Vaikutukset työhyvinvointiin. Kun edellisessä kohdassa mainitut asiat ovat kunnossa, työntekijöiden on mukavampi tulla töihin, eikä työntekijä murehdi joka ilta huomista töihin lähtöä. Mukavaan työyhteisöön on kiva tulla töihin vaikka hieman huonovointisenakin, jolloin myös sairauspoissaolot vähenevät. Kun työyhteisö voi hyvin, ei työntekijöillä ole tarvetta etsiä uusia työpaikkoja. Tästä seuraa pitkiä ja luotettavia työsuhteita, joka luo yritykselle kokeneita ja tasokkaita ammattilaisia.
- Vaikutukset työn laatuun. Kun työyhteisö on hyvinvoiva, työn laatu kasvaa. Kun työyhteisössä ei tarvitse selvittää toimintatapoja tai konflikteja, töitä tehdään keskittyneemmin, enemmän yhteistyössä ja sitä kautta laadullisemmin.
- Yrityksen arvostus kasvaa. Kun yrityksen toimintaa pidetään luotettavana ja vastuullisena sen yhteiskunnallinen arvostuksen taso kasvaa. Arvostuksella on vaikutusta yrityksen myynnin lisäksi rekrytointiin, suhteisiin päättäjien ja median kanssa. Johdonmukainen eettinen toiminta vähentää konfliktitilanteita joka parantaa luottamusta sekä kommunikaatiota edellä mainittujen tahojen kanssa. (Aaltonen & Junkkari 2003, 49–51.)

3.8.2 Heikkoudet ja riskit

Eettisellä toiminnalla on myös heikkouksia ja riskejä. Mikäli yritys ei ole nollatoleranssilinjalla eettisten kysymysten kanssa, sen tulee pohtia heikkouden tai riskin kokonaisvaikutusta yritykseen.

- Peruuntuneet kaupat. Lyhyemmällä aikavälillä eettisyys voi koitua yritykselle kalliiksi kun esimerkiksi iso tilaus jäisi saamatta sillä kyseenalainen kauppakumppani voisi tuoda kolhun yrityksen imagoon.
- Luovuus voi laskea. Eettisyys asettaa yrityksen johdolle raamit joita se ei voi rikkoa. Tämän seurauksena luovuus uusia ideoita kohtaan voi laskea.
- Varovaisuus. Pohtiessaan eettistä ongelmaa kaupankäynnin yhteydessä se voi antaa kilpailijalleen merkittävän nopeusedun. (Aaltonen & Junkkari 2003, 52.)

Lisäksi epäeettisellä toiminnalla työyhteisön sisällä on lukuisia haittapuolia. Vastuullisesti toimivan yrityksen johdon keskeisimpiä tehtäviä onkin pitää huoli, että toiminta työpaikoilla sietää ulkopuolisen tarkastelua.

Epäeettisen toiminnan haitat työpaikoilla ovat ainakin:

- Negatiiviset vaikutukset yrityksen maineeseen.
- Työyhteisön mielenkiinto työntekoa kohtaan romahtaa.
- Asiakkaat äänestävät jaloillaan eikä yritys löydä uusia yhteistyökumppaneita.
- Johdon huomio siirtyy tulipalojen sammutteluun ja liiketoiminnan kehittämisen kärsii.
- Huono viestintä työpaikalla luo kuppikuntia.
- Sairauspoissaolot lisääntyvät.
- Työntekijät alkavat tarkastella työmarkkinatilannetta ja etsivät uusia työpaikoja. Uusia päteviä työntekijöitä voi olla vaikea löytää ja suuri vaihtuvuus voi tulla yritykselle kalliiksi.
- Sijoittajien mielenkiinto yritystä kohtaan laskee. (Aaltonen & Junkkari 2003, 52–54.)

Edellä mainitut tilanteet luovat yrityksen toimintaan säröjä. Yrityksen ei kannata hankkia toimintaansa säröjä ottamalla riskejä toimimalla epäeettisesti, sillä vaikka ensimmäisellä kerralla ei jäisi kiinni, epämääräisellä toiminnalla on tapa toistua. Toistuessaan se luo epäluottamusta varsinkin työyhteisön sisällä joka myöhemmin väistämättä heijastuu ulospäin. Eettisesti toimivan yrityksen ei tulisi varoa toimimasta epäeettisesti, vaan lähtökohtaisesti tulisi pyrkiä toimimaan hyvin ja oikein jolloin eettisestä toiminnasta tulee todellinen kilpailuvaltti. (Aaltonen & Junkkari 2003, 54.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Tutkimusmenetelmät

Kun valitaan tutkimusmenetelmää, on oleellista valita menetelmä, joka tukee asetettuja tutkimuskysymyksiä. Tutkimusmenetelmät on jaettu kahteen pääluokkaan:

- Määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus
- Laadullinen tutkimus eli kvalitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa painotetaan erityisesti syyn ja seurauksen lakeja. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on ominaista, että siinä käytetään aiempia teorioita sekä tehdään johtopäätöksiä jo tehdyistä tutkimuksista. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuksen tulokset pyritään esittämään numeerisesti ja tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on pyrkimys uuden teorian luomiseen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 140–141.)

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tarkoitus on perehtyä aiheeseen syvällisesti ja antaa lukijalle kokonaisvaltainen käsitys selitettävästä ilmiöstä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään tutkimustapoja, jossa tutkittavien näkökulmat ovat pääroolissa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kohdejoukko on huolellisesti valittu ja kohdeyhmän näkökulmat pääsevät esiin esimerkiksi erilaisissa haastatteluissa tai aineiston analyyseissa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei ole tarkoitus asettaa oletuksia,

vaan tarkastella tutkittavaa kohdetta kokonaisvaltaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 164.)

Tässä tutkimuksessa pyritään kuvailemaan etiikkaa yritystoiminnassa, joten tutkimusmenetelmäksi on valittu kvalitatiivinen tutkimus, sillä kvalitatiivinen tutkimus pyrkii tulkitsemaan tutkittavaa ilmiötä ja se vastaa ensisijaisesti kysymyksiin miten? miksi? ja millainen? Tässä laadullisessa tutkimuksessa aineistona käytetään yritysten itse tuottamaa materiaalia. Aineistoa tutkitaan objektiivisesti ja niistä etsitään vain tutkimuksen kannalta keskeisimmät kohdat. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 164.)

4.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Tässä tutkimuksessa kuvaillaan tutkimukseen valittujen yritysten omaa kertomaa heidän eettisestä toiminnastaan. Tutkimuksen aineistona käytettiin yritysten itse tuottamaa materiaalia, vuosikertomuksia vuodelta 2015. Tutkimuksen keskeisimmät asiat ovat hankitun aineiston analyysi, tulkinta sekä yhteenveto. Analyysivaiheen tarkoitus on hankkia vastauksia asetettuihin kysymyksiin, mutta on mahdollista, että joistakin aineistoista ei löydy vastauksia, sillä kaikki yritykset eivät kommentoi omaa eettistä toimintaa vuosikertomuksissaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 221).

Vuosikertomusten pohjalta tehtiin aineistoanalyysi jossa käsitellään seuraavia tietoja:

- Onko vuosikertomuksessa erillinen vastuullisuusosio ja mikä on sen laajuus
- Yrityksen arvot
- Yrityksen visio
- Maininnat yhteiskuntavastuusta
- Etiikka, eettisyys ja vastuullisuus

Vastuullisuusosiota vuosikertomuksista etsittiin sisällysluettelon perusteella. Arvot, visio, maininnat yhteiskuntavastuusta sekä etiikka, eettisyys ja vastuullisuus kohtiin etsittiin tuloksia käsitehaulla. Aineiston analysoinnin jälkeen sen tulokset tulkitaan yhteenvetona.

Tutkimukseen on valittu seuraavat seitsemän yritystä ja ne on luokiteltu seuraavasti:
 Ympäristöetiikan tarkastelu: Kaivosteknologiayritys Outotec Oyj ja öljynjalostusyhtiö Neste Oyj

Puolustustarvikealan etiikka: Ilmailu- ja puolustusteollisuusyhtiö Patria Oyj

Elintarvikealan etiikka: Elintarvikealan yritykset Atria Oyj ja HKScan Oyj

Bioetiikka: Lääketeollisuusyhtiö Orion Oyj ja bioteknologiayritys Biohit Oyj

Tutkimukseen valitut yritykset ovat tarkoituksenmukaisesti valittuja, kansainvälisesti toimivia teollisuusyrityksiä sekä julkisia osakeyhtiöitä jotka ovat kirjanpitolain mukaan velvollisia julkaisemaan vuosikertomuksen toiminnastaan. Tutkimukseen valittujen yritysten valintaan on vaikuttanut tutkijan oma mielenkiinto yritystä kohtaan sekä yrityksen hyvä soveltuvuus tutkimuskohteeksi. Luokittelu on suoritettu yrityksen toimialan mukaan. Luokittelun tarkoitus on tutkia, vaikuttaako yrityksen toimiala vastuullisuudesta raportointiin.

4.3 Aineiston kuvaus

Aineistona tutkimuksessa käytetään kohderyhmän eli valittujen yritysten itse tuottamia materiaaleja. Materiaalin valinnassa päädyttiin yritysten julkaisemiin vuosikertomuksiin vuodelta 2015. Vuosikertomuksella tarkoitetaan vuosittain yritysten julkaisemaa, kattavaa kertomusta omasta toiminnastaan. Vuosikertomus on pakollinen, mikäli kyseessä on julkinen osakeyhtiö, osakeyhtiö jota ei luokitella mikro-, tai pienyritykseksi tai mikäli kyseessä on julkisen edun kannalta huomattava yhteisö. Vuosikertomuksen on tarkoitus täydentää tilinpäätöksessä annettuja tietoja ja antaa tilinpäätöksen kanssa sijoittajille kokonaisvaltainen käsitys yrityksen toiminnasta ja tilasta. Kirjanpitolain mukaan vuosikertomuksessa on kuvattava seuraavat kohdat:

- katsaus yritystoiminnan kehittymiseen ja tuloksentekoon
- yrityksen taloudellinen tila
- toiminnan merkittävimmät riskit ja uhat
- tiedot olennaisista tapahtumista
- arvio tulevasta kehityksestä
- selvitys mahdollisten tutkimus- ja kehitystoimintojen laajuudesta

- tiedot yrityksen muusta liiketoiminnasta
- osakeyhtiölain vaatimalla tavalla ilmoitetut tiedot omien osakkeiden hankkimisesta (Kirjanpitolaki 1336/1997, 1 a §.)

Jotkut yritykset kertovat vuosikertomuksissaan myös omasta eettisestä toiminnastaan, mutta osa yrityksistä julkaisee erillisen vastuullisuusraportin. Vastuullisuudesta raportointi on yksi keino kohentaa yrityksen mainetta, sillä sen avulla pystytään avoimesti viestimään sidosryhmille niitä koskevista asioista. Vastuullisuusraportoinnin tarkoituksena on tuoda selkeästi esille yrityksen keskeisimmät tavoitteet ja saavutukset sekä positiiviset ja negatiiviset vaikutukset yhteiskuntaan ja ympäristöön. Yrityksen omia kertomia vastuullisuudestaan on myös kritisoitu, sillä on koettu, että vastuullisuusraportit ovat enemmänkin mainoskampanjaa kuin raportointia. Raportit ovat saaneet myös kritiikkiä siitä, että niiden tiedot ovat vanhentuneita, sillä edellisen vuoden tapahtumia raporteissa kuvataan vasta seuraavan vuoden keväänä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 221–223.)

Vastuullisuusraportoinnin vertailu jopa saman alan yritysten kanssa voi olla haasteellista, sillä yrityksille ei ole asetettu erillisiä raportointistandardeja, jolloin raporttien rakenne voi olla melko vaihtelevaa. Koska raporttien sisältö on vapaaehtoista, voi yritys myös jättää raportoinnista pois niitä tietoja, joita se ei halua julkaista. Hyvä vastuullisuusraportointi on laadittu siten, että se myös opettaa maallikkolukijaa ymmärtämään esimerkiksi monimutkaisia ympäristövaikutusten kohtia. (Harmaala & Jallinoja 2012, 223–224.)

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimuksessa käytettiin aineistona seitsemän yrityksen vuosikertomuksia vuodelta 2015. Vuosikertomuksista etsittiin tietoa sisällysluettelosta sekä asianmukaisella hakusanalla käsitehakuna. Käsitehaussa pyrittiin käyttämään termejä, joiden löytyminen muussa yhteydessä on epätodennäköistä. Tällaisia yhteyksiä voisi olla esimerkiksi termin esiintyminen irrelevantin sanan sisällä. On kuitenkin mahdollista, että

vuosikertomuksessa on etsitty tieto, jota käsitehaku ei löydä. Esimerkiksi yritys voi vuosikertomuksessaan mainita arvojaan osana tekstiä ilman, että käsitehaussa käytettyä termiä käytetään.

5.1 Erillinen vastuullisuusosio ja sen laajuus

Tässä kappaleessa kerrotaan, löytyykö yrityksen vuosikertomuksesta erillinen vastuullisuusosio sekä mahdollisen vastuullisuusosion laajuus. Vastuullisuusosiota etsittiin vuosikertomusten sisällysluettelosta. Mikäli vuosikertomuksessa ei ollut ollenkaan vastuullisuusosiota, tarkistettiin julkaiseeko yritys erillisen vastuullisuusraportin.

Taulukko 1: Vuosikertomuksen vastuullisuusosion laajuus sivuina (Outotec Oyj 2016, 1; Neste Oyj 2016, 2; Patria Oyj 2016, 2; Atria Oyj 2016, 3; HKScan Oyj 2016, 2; Orion Oyj 2016, 2; & Biohit Oyj 2016, 1).

Yritys	Vastuullisuusosion laajuus sivuina				
	0	1-5	5-10	10-20	yli 20
Outotec*	X				
Neste					34
Patria				19	
Atria		1			
HK					24
Orion**	X				
Biohit	X				

Taulukko 1 kertoo, että erillinen vastuullisuusosio vuosikertomuksissa oli neljällä yrityksellä. Laajin vastuullisuusosio oli öljynjalostusyhtiö Nesteellä.

*Outotec julkaisee erillisen vastuullisuusraportin

**Orion julkaisee erillisen vastuullisuusraportin

(Outotecin www-sivut 2016) & (Orionin www-sivut 2016.)

Lisäksi suoritettiin käsitehaku termillä ”vastuullisuus”, joka tuotti taulukon 2 havainnollistamat tulokset.

Taulukko 2: Termi ”vastuullisuus” yritysten vuosikertomuksissa (Outotec Oyj 2016, 11; Neste Oyj 2016, 2, 6, 20–55, 68, 99,128; Patria Oyj 2016, 2, 8-9, 11, 23–24, 27, 32–33, 35,47; Atria Oyj 2016, 32, 35–36; & HKScan Oyj 2016, 18, 22–46, 49).

Outotec	2 osumaa
Neste	130 osumaa
Patria	26 osumaa
Atria	7 osumaa
HK	62 osumaa
Orion	0 osumaa
Biohit	0 osumaa

Taulukko 2 kertoo, että ainoastaan bioetiikkaan sovelletut Orion ja Biohit eivät käyttäneet termiä ”vastuullisuus”. Eniten osumia löytyi öljynjalostusyhtiö Nesteen vuosikertomuksesta.

5.2 Arvot

Tässä kappaleessa tarkastellaan, löytyvätkö yrityksen arvot vuosikertomuksesta. Arvoja etsittiin vuosikertomuksista käsitheulla ”arvot” ja ”arvomme”.

Taulukko 3: Yrityksen arvot vuosikertomuksessa (Patria Oyj 2016; & Orion Oyj 2016, 7).

	Outotec	Neste	Patria	Atria	HK	Orion	Biohit
Arvo			”Tahdomme menestyä”			”Keskinäinen luottamus ja arvostus”	
Arvo			”Toimimme asiakaslähtöisesti”			”Laatu, luotettavuus ja turvallisuus”	
Arvo			”Onnistumme yhdessä”			”Asiakkaiden tarpeisiin vastaaminen”	
Arvo						”Innovatiivi-	

						suus”	
Arvo						”Pyrkimys parhaaseen tulokseen”	

Taulukko 3 kertoo, että vain ilmailu- ja puolustusteollisuusyhtiö Patria sekä lääketieteellinen yhtiö Orion kertovat vuosikertomuksessaan yrityksen arvot.

Kun yritysten arvoja tarkastellaan eettisestä näkökulmasta, huomataan, että Patrian arvot ovat muodoltaan enemmän liiketoimintaan viittaavia linjauksia. Orion puolestaan pyrkii arvoissaan kertomaan myös eettisyydestään. Orionin arvot perustuvat keskinäisen luottamuksen ja arvostuksen sekä asiakkaiden tarpeisiin vastaamisen kautta innovatiivisuuteen ja parhaaseen tulokseen pyrkimiseen.

5.3 Visio

Tässä kohdassa tarkastellaan, löytyykö vuosikertomuksesta yrityksen visio. Visiota etsittiin käsitehaulla ”visio”.

Taulukko 4: Yrityksen visio vuosikertomuksessa (Neste Oyj 2016, 10; Atria Oyj 2016, 7; & Biohit Oyj 2016, 6).

	Visio
Outotec	Ei tulosta
Neste	”Luomme vastuullisia vaihtoehtoja joka päivä.”
Patria	Ei tulosta
Atria	”Tarjoamme hyvää ruokaa kaikkiin ruokahetkiin. Innostuneet ihmiset ja halutuin brändi ovat menestyksemme perusta.”
HK	Ei tulosta
Orion	Ei tulosta
Biohit	”Visiomme on olla maailman johtava bioteknologiayritys valitsemillamme ruoansulatuskanavan hyvinvointia edistävillä markkinoilla: a) edistykselliset ja innovatiiviset ruoansulatuskanavan in vitro -diagnostiikkatestit ja testien käyttö seulonnoissa

	b) ruoansulatuskanavassa karsinogeenista asetaldehydiä vaarattomaksi yhdisteeksi sitovat tuotteet.”
--	---

Taulukko 4 havainnollistaa, että vision vuosikertomuksessaan mainitsee Neste, Atria ja Biohit. Visiotaan vuosikertomuksessa ei mainitse Outotec, Patria, HK eikä Orion.

Kun peilataan yritysten visioita teoriaosuuden löydöksiin koskien hyvää visiota, voidaan todeta niissä olevan eroavaisuuksia. Teoria osuudessa kerrotaan vision olevan toivottu tulevaisuuden kuva yrityksestä, ja se luodaan tietyksi ajanjaksoksi. Teoriaosuuden löydösten perusteella Nesteen ja Atrian visiot ovat enemmänkin arvoja. Biohitin visio puolestaan pyrkii luomaan innostusta yritystä kohtaan, se on kunnianhimoinen ja siinä on asetettu selkeä päämäärä.

5.4 Yhteiskuntavastuu

Yritysten kertomia yhteiskuntavastuun osa-alueista etsittiin vuosikertomuksista käsittehaulla ”yhteiskuntavastuu”. Maininnat yhteiskuntavastuusta kerrotaan sitaatein tai kuvaillaan, missä yhteydessä yhteiskuntavastuusta mainitaan. Yritysten Outotec, Atria, Orion ja Biohit vuosikertomuksista ei löytynyt käsittehaulla yhtään tulosta. Muiden yritysten kohdalla käsittehaun tulokset koskien yhteiskuntavastuusta löytyvät liitteestä 1. (Neste Oyj 2016, 29, 35, 37, 51–52, 99; Patria Oyj 2016, 10, 22, 32, 51; & HKScan Oyj 2016, 12.)

Liitteessä 1 ilmenee, että yhteiskuntavastuusta selkeästi eniten vuosikertomuksessaan mainitsee Neste. Nesteen vuosikertomuksessa on esimerkiksi kappale olennaisten yhteiskuntavastuun näkökohtien määrittämisestä sekä yrityksen yksi pitkän aikavälin tavoite: ”Nesteen yhteiskuntavastuunormien ja toimittajien eettisten ohjeiden kehittäminen sekä ihmisoikeuksia ja työelämäoikeuksia koskevan toimintasuunnitelman laatiminen ja toimeenpano.” Nesteen vuosikertomuksesta löytyi yhteensä seitsemän kohtaa koskien yhteiskuntavastuuta. Patria puolestaan kommentoi yhteiskuntavastuuta tiedostaen alan eettisen herkkyyden ja yhteiskuntavastuun merkityksen sekä kertoen, että yritys raportoi yhteiskuntavastuusta viidettä kertaa. Patria kertoo, että se on myös luonut olennaisuuskartan, joka huomioi yrityksen yhteiskuntavastuun keskei-

simmät kohdat koskien henkilöstön ja sidosryhmien näkemykset. Yhteiskuntavastuuta käsitteleviä kohtia Patrian vuosikertomuksessa on yhteensä neljä.

HKScan kommentoi yhteiskuntavastuuta yhdessä kohdassa seuraavasti: ”Yhteiskuntavastuun kantaminen ja ympäristöjalanjäljen pienentäminen on entistä tärkeämpää tulevaisuudellemme.”

5.5 Etiikka ja eettisyys

Tässä kohdassa vuosikertomuksista etsittiin käsithehaualla termejä ”etiikka” ja ”eettisyys”. Tulokset esitetään hakuosumien lukumääränä.

Taulukko 5: Termit ”etiikka” ja ”eettisyys” vuosikertomuksissa (Neste Oyj 2016, 46; & Patria Oyj 2016, 25, 32, 34, 44, 47).

	Etiikka	Eettisyys
Outotec	0 osumaa	0 osumaa
Neste	0 osumaa	1 osuma
Patria	0 osumaa	10 osumaa
Atria	0 osumaa	0 osumaa
HK	0 osumaa	0 osumaa
Orion	0 osumaa	0 osumaa
Biohit	0 osumaa*	0 osumaa

Taulukko 5 havainnollistaa, että yksikään tutkimukseen valituista yrityksistä ei käytä termiä ”etiikka” vuosikertomuksissaan. *Käsithehaku tuotti kuitenkin etiikka-haualla Biohitille kaksi osumaa, sillä vuosikertomuksessa mainittiin ”kosmetiikka”. Termiä ”eettisyys” käytti vuosikertomuksissaan ainoastaan Neste (1) ja Patria (10).

Teoriaosuudessa mainitaan, että suomalaisille etiikasta puhuminen on hieman vierasta ja vastuullisuus terminä on luontevampi. Tämä näkyy myös selkeästi käsithehaualla suoritettuun hakuun, kun terminä käytettiin ”etiikka” ja ”eettisyys”.

5.6 Yhteenveto

Tutkimuksen yhteenvetona voidaan todeta, että yritykset mainitsevat vuosikertomuksissaan omasta vastuullisuudestaan ja eettisyydestään melko vaihtelevasti. Neljällä seitsemästä tutkimukseen valitulla yrityksellä oli vuoden 2015 vuosikertomuksessa erillinen vastuullisuusosio ja kahdella erillinen vastuullisuusraportti. Taulukko 6 on tiivistelmä tutkimuksen tuloksista, jossa havainnollistetaan, miten tutkimuksen tulokset ovat jakautuneet soveltavan etiikan yritysten mukaan vertailun helpottamiseksi.

Taulukko 6: Yhteenveto tutkimuksen löydöksistä. Yritykset jaoteltu soveltavan etiikan mukaan.

	Outotec & Neste	Patria	Atria & HK	Orion & Biohit
	Ympäristöetiikka	Puolustus-tarvikeala	Elintarvike-ala	Bioetiikka
Vastuullisuusosio	1/2	1/1	2/2	0/2
Vastuullisuusosiossa sivuja yhteensä	34 sivua	19 sivua	25 sivua	0 sivua
Keskiarvo vastuullisuusosion laajuudesta	17 sivua	19 sivua	12,5 sivua	0 sivua
”Vastuullisuus”-osumia yhteensä	132 osumaa	26 osumaa	69 osumaa	0 osumaa
Keskiarvo ”vastuullisuus”-termejä yhteensä	66 osumaa	26 osumaa	34,5 osumaa	0 Osumaa
Arvot	0/2	1/1	0/2	1/2
Visio	1/2	0/1	1/2	1/2
”Etiikka”-osumia yhteensä	0 osumaa	0 osumaa	0 osumaa	0 osumaa
”Eettisyys”-osumia yhteensä	1 osuma	10 osumaa	0 osumaa	0 osumaa

Vastuullisuusosion laajuus vaihteli yhdestä kolmeen kymmeneen sivuun. ”Vastuullisuus” – käsitehaku kulkee hyvin pitkälti käsi kädessä vastuullisuusosion laajuuden mukaan.

Vuosikertomuksessa yrityksen arvot mainitsee ainoastaan ilmailu- puolustusteollisuusyhtiö Patria sekä lääkeyhtiö Orion. Huomioitavaa on, että kumpikaan yritys ei mainitse vuosikertomuksessaan yrityksen visiota. Vision vuosikertomuksessa mainitsee Neste, Atria ja Biohit, mutta yksikään näistä ei mainitse arvojaan. Jotkin yritykset saattavat kuitenkin mainita muussa yhteydessä arvojaan, eikä käsitehaulla suoritettu haku poissulje vaihtoehtoa, että yrityksen arvoja löytyisi vuosikertomuksesta.

Käsitehaulla suoritettujen ”etiikka” ja ”eettisyys” – haut kuvaavat hyvin teoriaosuudessa löydettyä tietoa, jossa mainitaan, että etiikka on terminä vielä hieman vieras ja vähän käytetty. Yrityksille on tämän tutkimuksen mukaan luontevampaa puhua vastuullisuudesta kuin etiikasta, sillä yhteensä seitsemästä vuosikertomuksesta löytyi vastuullisuusosumia käsitehaulla 227 kappaletta kun taas ”etiikka” ja ”eettisyys” käsitteitä löytyi vain 11 kappaletta.

Tutkimuksessa käytettyjen menetelmien mukaan vastuullisuuttaan eniten esille pyrkivät vuosikertomuksissa tuomaan ympäristöetiikkaan sovellettu Neste, puolustustarvikealan etiikkaan sovellettu Patria sekä elintarvikealan etiikkaan sovellettu HK. Vähiten vastuullisuudestaan vuosikertomuksissa kertovat bioetiikkaan sovelletut Orion ja Biohit. Lisäksi ympäristöetiikkaan sovellettu Outotec ja bioetiikkaan sovellettu Orion julkaisevat erilliset vastuullisuusraportit. Loppukaneettina voidaan todeta, että ainakin tutkimukseen valituista seitsemästä yrityksestä kuusi pyrkivät luomaan vastuullista kuvaa yrityksen toiminnasta.

6 POHDINTA, LUOTTETTAVUUSTARKASTELU JA JATKOTUTKIMUSAIHEET

6.1 Pohdinta

Tämä opinnäytetyö oli minulle toinen laajempi kirjallisesti palautettava projekti. Kokonaisuudessaan työ onnistui mielestäni hyvin ja johdannossa mainitut tavoitteet täyttyivät hyvin ja tutkimuskysymyksiin löydettiin vastaukset. Opinnäytetyön tavoite oli perehtyä etiikan merkitykseen yritysmaailmassa, johon teoriaosuuden löydökset antavat mielestäni hyvin informaatiota. Eettisistä teorioista käytiin työn alussa opinnäytetyön kannalta vain oleellisimmat kohdat ja opinnäytetyön painopiste olikin etiikan merkityksessä yritysmaailmassa. Tutkimusosuuden tavoite oli perehtyä, miten tutkimukseen valitut yritykset kuvailevat omaa eettistä toimintaansa vuosikertomuksissaan vuodelta 2015.

Teoriatietoa opinnäytetyön aiheesta löytyi paljon ja löytämistäni tiedoista oleellisimpien kohtien poiminta noin kahteenkymmeneen sivuun oli haasteellista. Mielestäni onnistuin tässä kuitenkin hyvin, eikä teoriaosuuden kirjoittaminen lähtenyt niin sanotusti käsistä.

Tämä opinnäytetyö oli ennen kaikkea kirjoittajalle opettava kokonaisuus. Löysin eettisiä teorioita opiskelemalla lisää näkemyksiä normaaliin elämään sekä miten paljon nuo näkemykset vaikuttavat elämään esimerkiksi työyhteisössä. Opiskellessani teoriatietoa etiikasta yritystoiminnassa minulle avautui, kuinka suuri merkitys etiikalla ja vastuullisuudella oikeasti onkaan yrityksen toiminnassa. Pohdin monesti teoriaosuutta kirjoittaessani, että kuinka paljon näitä asioita oikeasti yrityksissä mietitään ja miten yritykset voisivat hyötyä toimimalla eettisesti.

Soveltavan etiikan osioon työssä en ole aivan tyytyväinen, sillä olisin halunnut käsitellä niitä laajemmin. Laajempi soveltavaan etiikkaan perehtyminen olisi kuitenkin vaatinut mittavampaa työtä ja soveltavaan etiikkaan päädyttiin kuitenkin valitsemaan ne kohdat, jotka ovat tutkimusosuuden kannalta oleellisimmat. Laajempi soveltavan etiikan tutkiminen jää itselleni itsenäiseksi opiskeluksi tai jatkotutkimusaiheeksi.

Tutkimuksen tuloksiin olen kohtalaisen tyytyväinen, vaikkakaan ne eivät mielestäni ole täysin vertailukelpoiset yritysten välillä, sillä kaksi yrityksistä julkaisee erillisen vastuullisuusraportin, jota ei huomioitu tutkimuksessa. Koen myös, että vuosikertomuksista etsityt kohdat voisivat olla paremmin suunniteltuja, jolloin niistä voisi saada laajemman käsityksen yrityksen kertomasta. Mikäli haluttaisiin kuvailla täydellisesti yritysten kertomaa omasta eettisestä toiminnasta ja vastuullisuudesta, tulisi kerätä kaikki niitä koskeva aineisto yrityksestä. Tämä olisi kuitenkin haasteellista, sillä yritykset ripottelevat tietoa melko paljon eri paikkoihin ja työstä tulisi tätä opinnäyteytötä huomattavasti laajempi kokonaisuus. Vuosikertomus oli siinä mielessä aineistona hyvä, että jokainen tutkimukseen valittu yritys on velvollinen julkaisemaan sen. Yritysten vastuullisuuden vertailua helpottaisi, mikäli yrityksillä olisi jokin yhteinen tapa raportoida vastuullisuudestaan. Voisiko esimerkiksi olla, että tulevaisuudessa kun yritys toimii tietyllä alalla ja se on tarpeeksi suuri toimija, se olisi myös velvollinen julkaisemaan vastuullisuusraportin?

Kaiken kaikkiaan tutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että yritysten kertoma omasta vastuullisuudestaan vaihtelee melko paljon yritysten välillä. Toimialalla vaikuttaisi olevan jonkin verran merkitystä, mutta ei erityisen merkittävästi.

6.2 Luotettavuustarkastelu

Tutkimusten tarkoituksena on olla luotettavia, mutta virheiden sattuessa tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys voivat heikentyä. Reliaabeliudella tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta. Toistettavuutta voidaan tarkastella monella eri metodilla. Työ voidaan todeta reliaabeliksi, esimerkiksi mikäli useampi eri tutkija päätyy samankaltaiseen tulokseen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 231.)

Lisäksi voidaan arvioida tutkimuksen pätevyyttä eli validiutta. Validiudella tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä tarkastella sitä mitä oli tarkoituskin tutkia. Esimerkiksi haastattelussa haastateltava voi ymmärtää kysymyksen väärin ja sitä kautta antaa tutkimuksen kannalta epäpätevän vastauksen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 231.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen aineistona käytettiin valittujen yritysten itse tuottamia vuosikertomuksia vuodelta 2015. Aineisto on tutkimuskohteena puolueeton, sillä jokainen tutkimukseen valittu yritys on velvollinen julkaisemaan toiminnastaan vuosikertomuksen. Tutkimuksessa tarkasteltiin yritysten kertomaa omasta eettisestä ja vastuullisesta toiminnastaan. Vastuullisuudesta kertominen vuosikertomuksessa sen sijaan on vapaaehtoista. Yritysten kertomia tarkasteltiin yksittäin sekä luokitellusti. Koska tutkimusten tulosten tarkastelu riippuu paljon myös lukijasta, tutkimuksen tuloksia esitettiin mahdollisimman tarkasti suoraan vuosikertomuksista esimerkiksi sitaatein. Tällä tavoin pyrittiin mahdollistamaan, että tutkimus on mahdollisimman validi.

6.3 Jatkotutkimusaiheet

Opinnäytetyössä todettiin, että etiikka on melko vähän käytetty termi yritysmaailmassa ja yhteiskuntavastuukin on vielä melko tuore ilmiö. Tästä päädyttiin ensimmäiseen jatkotutkimusaiheeseen. Jatkotutkimuksessa voitaisiin tarkastella yritysten vuosikertomuksia esimerkiksi vuodelta 2010 ja vertailla niiden sanomaa vastuullisuudesta ja eettisestä toiminnasta vuoden 2015 vuosikertomuksiin. Toinen jatkotutkimusaihe voisi olla, tutkia eri aloilla sattuneita vastuullisuuteen liittyviä katastrofeja ja vertailla niiden vaikutusta seuraavien vuosien vuosikertomuksen vastuullisuusosioon.

LÄHTEET

- Aaltonen, T. & Junkkari, L. 2003. Yrityksen arvot & etiikka. 3. painos. Juva: WS Bookwell Oy
- Ahteensuu, M. & Siipi, H. 2010. Muuntogeenisen ruoan etiikka. Suomi: UNIPress Ab
- Atria Oyj:n vuosikertomus ja tilinpäätös 2015. 2016. Viitattu 30.5.2016. <https://www.atria.fi/contentassets/8b30520e97c14421a2396e117ad678f1/vuosikertomus-2015/atria-oyj-vuosikertomus-ja-tilinpaatos-2015.pdf>
- Biohit Oyj:n vuosikertomus 2015. 2016. Viitattu 30.5.2016. <http://www.biohithealthcare.com/resource/files/investors/annualreports/biohit-vuosikertomus-2015.pdf>
- Fimean www-sivut. 2016. Viitattu 25.5.2016. <http://www.fimea.fi>
- Harmaala, M-M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro Oy
- Heinimäki, J. 2012. Taskuetiikka. Tallinna: Raamatutrükikoda
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. Porvoo: Bookwell Oy
- HKScan Oyj:n vuosikertomus 2015. 2016. Viitattu 30.5.2016. http://hkscan-ar-2015.studio.crasman.fi/file/dl/i/oVH2ag/0Y0AbAvbJNv_OB-cWy4GGA/VuosikertomusPDF
- Internetixin www-sivut. 2016. Viitattu 2.6.2016. <http://opinnot.internetix.fi>
- Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. 2011. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Tallinna: Raamatutrükikoda
- Jussila, M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. Vantaa: Hansaprint Oy
- Juujärvi, S., Myyry, L. & Pessa, K. 2007. Eettinen herkkyyys ammatillisessa toiminnassa. Jyväskylä: Gummerus-Kirjapaino Oy.
- Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta: sanoista teoiksi. Helsinki: Edita Prima Oy
- Kirjanpitolaki. 1997. L 30.12.1997/1336 muutoksineen
- Koskinen, L. 1995. Mikä on oikein. Etiikan käsikirja. Juva: WSOY:n graafiset laitokset
- Kotkavirta, J. & Nyyssönen, S. 1996. Ajatus etiikka. Porvoo: WSOY

- Kuisma, J. 2015. Mainetta ja tulosta – yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. Porvoo: Bookwell Oy
- Lindroos, J-E. & Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. Juva: WS Bookwell Oy
- Neste Oyj:n vuosikertomus 2015. 2016. Neste Oyj. Viitattu 30.5.2016.
https://www.neste.com/sites/default/files/nesteen_vuosi_2015_final.pdf
- Oksanen, M. 2012. Ympäristöetiikan perusteet. Tallinna: Raamatutrükikoda
- Orion Oyj:n tilinpäätösasiakirjat 2015. 2016. Viitattu 30.5.2016.
<http://www.orion.fi/globalassets/documents/orion-group/investors/annual-reports/orion-tilinpaatosasiakirjat-2015.pdf>
- Orion Oyj:n www-sivut. 2016. Viitattu 30.5.2016. <http://www.orion.fi>
- Outotec Oyj:n tilinpäätös 2015. 2016. Outotec Oyj. Viitattu 30.5.2016.
http://www.outotec.com/Global/Investors/2015/Financial%20Reports/outotec_tp_fi_2015_final4_interactive.pdf
- Outotec Oyj:n www-sivut. 2016. Viitattu 30.5.2016. <http://www.outotec.com>
- Paloranta, P. 2014. Markkinoinnin etiikka käytännössä. Viro: Print Best.
- Patria Oyj:n vuosikatsaus 2015. 2016. Patria Oyj. Viitattu 30.5.2016.
http://188.165.139.234/sites/default/files/file_attachments/patria_vuosikatsaus_2015.pdf
- Pietilä, A-M. Länsimies-Antikainen, H. 2008. Etiikkaa monitieteisesti: pohdintaa ja kysymyksiä. Kuopio: Kopiojyvä. Viitattu 2.2016.
http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-951-27-0130-8/urn_isbn_978-951-27-0130-8.pdf
- Puohiniemen www-sivut. 2016. Viitattu 28.4.2016. <http://www.puohiniemi.fi>
- Pykälä, J. 2014. Suomalainen asekauppa rahan, vallan ja sodan ytimessä. Tallinna: InPrint
- Suomalaisen filosofiaportalin www-sivut. Viitattu 12.5.2016. <http://filosofia.fi>
- Suomen mielenterveysseuran www-sivut. Viitattu 23.5.2016.
<http://www.mielenterveysseura.fi>
- Suomen YK-liiton www-sivut. Viitattu 12.5.2016. <http://www.ykliitto.fi>
- Suomen asevienti 2011 – teemana ihmisoikeudet. 2013. Lahti: MarkPrint

LIITE 1

Outotec
Ei tuloksia
Neste
”Vuoden 2015 vuosikertomus sisältää Global Reportin Initiative (GRI) G4-yhteiskuntavastuun raportointiohjeiston perussisältöä ja sen sisältämät suomenkielisen raportin taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun tunnusluvut ovat riippumattoman kolmannen osapuolen PricewaterhouseCoopers Oy:n varmentamia.”
Sosiaalisia ja työelämän oletuksia koskevan tutkimuksen tuloksia hyödynnettiin Nesteen järjestämässä, palmuöljyteollisuuden yhteiskuntavastuuta ja työelämän oikeuksia käsittelevässä työpajassa Malesiassa marraskuussa 2015.
”Tutkimuksen havaintoja ja työpajan tuloksia hyödynnetään Nesteen yhteiskuntavastuunormien ja toimittajien eettisten ohjeiden kehittämisessä sekä ihmisoikeuksia ja työelämäoikeuksia koskevan toimintasuunnitelman laatimisessa ja toimeenpanossa.”
Yksi pitkän aikavälin tavoite: ”Nesteen yhteiskuntavastuunormien ja toimittajien eettisten ohjeiden kehittäminen sekä ihmisoikeuksia ja työelämäoikeuksia koskevan toimintasuunnitelman laatiminen ja toimeenpano.”
”Neste Oyj:n johto vastaa Vastuullisuustietojen laatimisesta raportointikriteeristöä eli Neste Oyj:n raportointiohjeita sekä soveltuvin osin Global Reporting Initiatiiven laatiman yhteiskuntavastuun G4-raportointiohjeistoa noudattaen.”
Vuosikertomus sisälsi kappaleen olennaisten yhteiskuntavastuun näkökohtien määrittämisestä.
”Edistäessään parempia työelämän käytäntöjä Malesiassa Neste teetti Business for Social Responsibility -järjestöllä (BSR) tutkimuksen palmuöljyteollisuuden sosiaalisista kysymyksistä ja järjesti yhteiskuntavastuuta ja työelämän oikeuksia koskevan työpajan, johon kaikki toimittajat ja useita sidosryhmiä Kaakkois-Aasiasta osallistui. Neste päivitti myös ihmisoikeussitoumuksensa.”
Patria

”Yhteiskuntavastuun ja eettisen toiminnan rooli ovat puolustusteollisuudessa korostetusti esillä”

”Nammo AS julkaisee oman vuosikertomuksensa ja yhteiskuntavastuuraporttinsa, jotka ovat luettavissa yhtiön verkkosivuilla www.nammo.com.”

”Patrian yhteiskuntavastuun painopisteet on kuvattu olennaisuuskarttaan, jossa on huomioitu sekä henkilöstön että sidosryhmien näkemykset”

”Patria raportoi yhteiskuntavastuusta viidettä kertaa”

Atria

Ei tuloksia

HKScan

”Yhteiskuntavastuun kantaminen ja ympäristöjalanjäljen pienentäminen on entistä tärkeämpää tulevaisuudellemme.”

Orion

Ei tuloksia

Biohit

Ei tuloksia