

B132

Juha Tall, Hannu Tuuri,
Marja Katajavirta, Erkki Petäjä,
Ari Virkamäki, Iina Åman ja Piia Tulisalo

Yrittäjän etiikka liiketoiminnan arvopohjana

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
B. Raportteja ja selvityksiä 132

Juha Tall, Hannu Tuuri,
Marja Katajavirta, Erkki Petäjä,
Ari Virkamäki, Iina Åman ja Piia Tulisalo

Yrittäjän etiikka liiketoiminnan arvopohjana

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Seinäjoki 2018

Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
Publications of Seinäjoki University of Applied Sciences

A

Tutkimuksia
Research reports

B

Raportteja ja selvityksiä
Reports

C

Oppimateriaaleja
Teaching materials

SeAMK julkaisut:

Seinäjoen ammattikorkeakoulun kirjasto
Kalevankatu 35
60100 Seinäjoki
p. 020 124 5040
kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-7109-82-3 (verkkojulkaisu)
ISSN 1797-5573 (verkkojulkaisu)

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Esipuhe - Miksi kirja on tärkeä lukea

Usein arkipäivän eettiset ongelmat, niiden tavallisuudesta huolimatta, tulevat yllätyksenä. Tämä siksi, että asenteenamme on liian usein ajatus, ettei omassa yrityksessämme voi olla moraalisia ongelmia. Ajattelemme vähän samaan tapaan kuin isä soittaessaan rehtorille poikansa mahdollisista rikkomuksista: "Ei minun poikani valehtele, eikä minun poikani puhu sopimattomia".

Tämä kirja auttaa ennakoimaan tilanteita, joissa vaaditaan puolueetonta eettistä harkintaa. Jos eettinen ongelma tai moraalinen väärinkäytös tulevat yllätyksenä, reaktiomme on erilainen kuin jos olisimme aiemmin miettineet mahdollisia tilanteita, joissa emme osaa päättää kummalle puolen kiistassa asettuisimme. Tarvitsemme neutraalin, stressittömän tilanteen, jossa mietimme erilaisten kriisien taustavaikuttajien ja arvojen törmäyksiä.

Tämä kirja kertoo eettisistä ongelmatilanteista. Niiden ratkaisuja pohtiessamme voimme saada etäisyyttä mahdollisesti tulevaisuudessa tai nykyhetkessä kohtaamiimme ongelmiin. Voimme luoda itsellemme erilaisia toimintamalleja rauhallista ja tasapuolista harkintaa varten. Parhaimmillaan kirja ohjaa etsimään vastausta siihen, miten tulee toimia.

Kun rauhassa peilaamme omia ratkaisujamme kirjassa esitettyihin jo aiemmin toteutettuihin ratkaisuihin, ilmiöiden monisyisyys ja usein myös yhteenkietoutuneisuus alkavat paljastua. Omien ratkaisuvaihtoehtojemme määrä ja ilmiön ymmärtäminen kasvavat. Usein tässä mietiskelyssä päädyimme kysymään, olisiko yksittäiseen ongelmaamme jokin laajempi teoreettinen selitys. Nousisiko arkielämämme ongelmasta yhteys johonkin talousteorioiden ja talousetiikan kysymyksenasetteluun?

Tämä on mahdollista muun muassa siksi, että oheisen kyselytutkimuksen syntyyn ovat vaikuttaneet useat aikamme talous- ja yrityselämään liitetyt kielteiset ilmiöt. Näitä ovat esimerkiksi "moraalikato", palkitsemisjärjestelmän kohtuuttomuudet (Holström), "veroparatiisit" tai maailmanlaajuinen yksilöiden ja yhteisöjen eriarvoisuus (Stieglitz), "yhden prosentin ongelma". Oheinen tutkimus on selvittänyt kysymystä, miten suomalainen yrittäjä näkee osin yleismaailmalliset eettiset ongelmat, niiden mittasuhteet ja vaikutukset omaan päätöksentekoon.

Eräs vaikeus tässä arvioinnissa on se, miten ymmärrämme hyödyn käsitteen. Osin kansainvälisten talousteorioiden vaikutuksesta se on usein pelkistetty taloudelliseksi hyödyksi. Milton Friedmanin (1970-luvulta alkaen) markkinaliberalistisen monetarismin mukaan toimittaessa yksittäisten yritysten ei tulisi kantaa huolta sosiaalisesta vastuusta. Riittää kun ne huolehtivat yrityksen osakkeenomistajien saamasta voitosta. Tämän ajattelutavan yksipuolisuutta ja ongelmallisuutta ovat tutkijat viime vuosina ryhtyneet

kyseenalaistamaan. Sen vaarallisuuteen on viitannut mm. Joseph Stiglitz (The price of inequality: How today's divided society endangers our future 2012).

On harhaa vedota koviin taloudellisiin mekanismeihin, jotka luonnonvoiman tavoin ohjaavat yrittäjyyttä pienessä ja suuressa. Ihminen ajattelevana, arvoja tiedostavana olentona tekee ratkaisut. Olemme puhuneet siitä, että jokainen taloudellinen päätöksenteko koskee viime kädessä myös lähimmäissuhteitamme. Se vaikuttaa yhteisön jäseniin ja yhteiskuntaan, jossa elämme sitä parantaen tai vaikeuttaen. Viime aikoina on usein todettu, että yritykset, jotka ulospäin asiakkaisiinsa nähden ja sisäänpäin työntekijöihinsä nähden toimivat eettisesti vastuullisesti, menestyvät hyvin.

Oheisen tutkimuksen valmisteluvaiheessa keskustelimme eettisen toiminnan motiiveista: Mitä tapahtuu, jos eettistä vastuullisuutta perustellaan itselle ja muille ensisijaisesti sillä, että se tuottaa taloudellista hyötyä. Totesimme, että jos joku kuvittelee voivansa käyttää eettisiä argumentteja kuin pelikortteja ensisijaisesti taloudellisen tuloksen parantamiseksi, hän tulee pettymään. Ihmiset vaistoavat, milloin oikeudenmukaisuuteen ja eettisen vastuullisuuteen pyritään aidosti vakuuttuneena jokaisen ihmisen arvokkuudesta, milloin materiaalisista, toissijaisista motiiveista. Arvot punnitaan etenkin kriisiaikoina. Eettiseen harkintaan perustuvat oikeudenmukaiset ratkaisut luovat yhteishengen, jonka avulla suhdannevaihteluista aiheutuneet kriisit on voitu ja voidaan voittaa suomalaista työtä arvostavalla tavalla. Tähän keskusteluun oheinen tutkielma antaa rakentavan panoksen.

Reijo E. Heinonen,
yleisen teologian emeritusprofessori

SISÄLLYS

ESIPUHE

1 JOHDANTO	5
1.1 Tutkimuksen taustaa.....	5
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusprosessi.....	5
1.3 Tutkimuksen toteutus.....	6
1.4 Raportin rakenne.....	7
2 AIKAISEMPAA TUTKIMUSTA YRITTÄJÄN ETIIKASTA	9
3 TUTKIMUSTULOKSET	11
3.1 Vastaajien taustatiedot.....	11
3.2 Oma etiikka yrittäjänä toimiessa.....	12
3.3 Oma toimintatapa yrittäjänä.....	16
3.4 Yrityksen kirjallinen arvopohja.....	17
3.5 Etiikka yhteistyökumppaneiden ja henkilöstön valinnassa.....	18
3.6 Yrittäjän kohtaama etiikkansa vastainen toiminta.....	20
3.6.1 Yrittäjän kohtaaman epäeettisen toiminnan yleisyys.....	20
3.6.2 Esimerkkejä yrittäjän kohtaamasta epäeettisestä toiminnasta.....	21
3.6.3 Kuka yrittäjän arjessa toimii epäeettisesti.....	22
3.6.4 Millaista epäeettistä toimintaa yrittäjä kohtaa.....	24
3.6.5 Yrittäjän mahdollisuudet epäeettisen toiminnan suhteen.....	26
3.7 Kiinnostus oman eettisen ajattelun kehittämiseen.....	27
3.8 Etiikan merkitys liiketoiminnassa nyt ja tulevaisuudessa.....	27
3.9 Osallistuminen jatkohaastatteluihin.....	30
4 YRITTÄJIEN TARINAT	32
4.1 Ihmisten kunnioitus YT neuvotteluissa.....	32
4.2 Perheyrityksen jatkuvuus.....	34
4.3 Vilpillinen työntekijä.....	34
4.4 Toisen virheestä hyötyminen.....	36
4.5 Potentiaalisen asiakkaan epäeettinen toiminta.....	37
4.6 Asiakkaan vilpillinen toiminta.....	37
4.7 Oma ammattietiikka ja asiakkaan kohtuuttomat vaatimukset.....	38
5 YHTEENVETO TULOXSISTA JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSET	40
5.1 Yhteenveto tuloksista.....	40
5.2 Toimenpide-ehdotukset.....	43
5.2.1 Yrittäjille.....	43
5.2.2 Elinkeinopolitiikalle.....	43
5.2.3 Tutkimukselle.....	44
LÄHTEET	46
LIITTEET	47

KUVIOT

Kuvio 1. Tutkimusprosessi	6
Kuvio 2. Vastaajien arviot, kuinka usein ovat yrittäjänä toimiessaan törmänneet tilanteisiin, joissa oma etiikka yrittäjänä on joutunut koetukselle.....	13
Kuvio 3. Vastaajien arvio omasta eettisestä toimintatavastaan yrittäjänä.....	16
Kuvio 4. Vastaajien arvio eettisten toimintatapojen tärkeydestä omassa toiminnassaan yrittäjänä.....	17
Kuvio 5. Kuinka monessa vastaajien yrityksissä on määritelty ja dokumentoitu arvopohja, johon toiminta perustuu	17
Kuvio 6. Kuinka tärkeänä vastaajat pitävät kumppanin eettistä toimintatapaa valitaan yritykselleen yhteistyökumppaneita, toimittajia jne.	19
Kuvio 7. Kuinka tärkeänä vastaajat valitessaan yritykselleen työntekijöitä hänen sopivuuttaan yrityksen eettisestä näkökulmasta	20
Kuvio 8. Onko vastaaja törmännyt asiakkaan, liikeyrityksen, tavarantoimittajan tai palveluntuottajan epäeettiseen toimintaan yrityksen etiikan mukaan ajateltuna.	21
Kuvio 9. Vastaajien kiinnostus tukea omaa eettistä ajatteluaan	27
Kuvio 10. Vastaajien arvio etiikan merkityksen kehityksestä liiketoiminnassa lähitulevaisuudessa verrattuna nykyiseen	28
Kuvio 11. Vastaajien halukkuus olla käytettävissä yrittäjän etiikkaa koskevaan jatkohaastatteluun	31

TAULUKOT

Taulukko 1. Vastaajien sukupuolijakauma	11
Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma.....	11
Taulukko 3. Vastaajien arvio kokemuksesta yrittäjänä toimimisesta	12
Taulukko 4. Vastaajien yritysten koko, yrittäjä itse mukaan lukien	12
Taulukko 5. Yrityksen dokumentoitu arvopohja eri kokoisissa yrityksissä.....	18
Taulukko 6. Esimerkkejä yrittäjien kohtaamasta epäeettisestä toiminnasta: kuka on toiminut epäeettisesti.....	23
Taulukko 7. Esimerkkejä yrittäjien kohtaamasta epäeettisestä toiminnasta (=millä tavalla, miten on toimittu epäeettisesti).....	25
Taulukko 8. Etiikan merkityksen pienemiseen vaikuttavat tekijät.....	28
Taulukko 9. Etiikan merkityksen kasvamiseen vaikuttavat tekijät	29

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Vakaaseen pitkäaikaiseen menestykseen tähtääville yrityksille eettisten kysymysten tiedostaminen ja arvojen lukutaito ovat ehto. Nykypäivän asiakkaat odottavat yrityksiltä korkeampaa moraalista ja arvoja kuin pelkästään lainsäädännön noudattamista. Isotkin yritykset tutuntuvat välillä olevan kateissa eettisten kysymysten ja asiakkaiden odotusten kanssa. Mutta miten etiikka ja arvot näyttäytyvät yrittäjille? Millaisia eettisiä kysymyksiä yrittäjät pohtivat arkipäivän työssään? Tällaisesta kysymyksenasettelusta lähti liikkeelle tämä seitsenhenkisen työryhmän keväällä 2015 toteuttama tutkimus.

Tämän tutkimuksen toteuttamisen taustalla on yrittäjän etiikkatiimi. Etiikkatiimi ylläpitää yrittajanetiikka.fi -sivustoa (www.yrittajanetiikka.fi), johon on tavoitteena koota keskustelua yrittäjien arvovalinnoista ja eettisistä kysymyksistä. Sivustolle kootaan ja julkaistaan yrittäjien tarinoita, joihin liittyen pyritään synnyttämään blogissa keskustelua. Sivustolla julkaistaan myös yrittäjän etiikkaan liittyvää tutkimustietoa, asiantuntijakirjoituksia sekä muuta ajankohtaista asiaan liittyvää tietoa. Sivustoa pyritään täydentämään uusilla kiinnostavilla yrittäjien tarinoilla. Yrittäjien tarinoissa on käsitelty mm. henkilöstökysymyksiin ja yhteistyösuhteisiin liittyviä eettisiä valintoja. Osa tarinoista on saatu myös etiikan huippututkijoiden kommentteja. Lisäksi etiikkatiimillä on julkinen facebook-sivusto, jossa sivun seuraajat voivat keskustella yrittäjien eettisistä arvovalinnoista. Sivustolta löytyy julkaisuja etiikkatiimin järjestämistä tapahtumista ja eri lehtien artikkeleista.

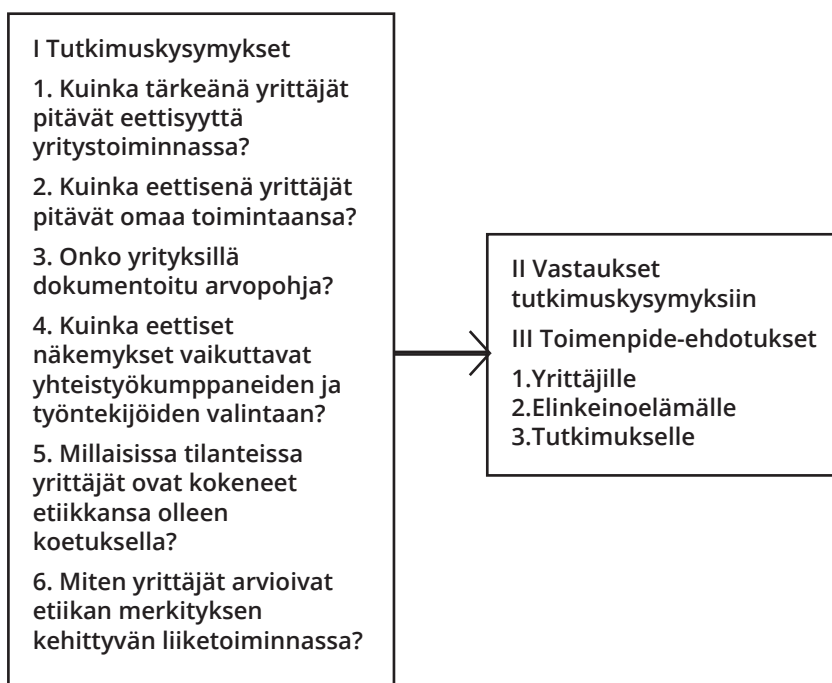
Tutkimusraportin kirjoittamista on rahoittanut Yksityisyrittäjien Säätiö myöntämällä apurahalla, jota on tarkoitus käyttää suomalaisen sosiaalisen median mahdollisuuksia hyödyntävän yrittäjän etiikkaan keskittyvän keskustelufoorumin luomiseen. Tämän tutkimusraportin aineistoa hyödynnetään keskustelufoorumin kehittämisessä ja sen lisäksi sitä voidaan hyödyntää valtakunnallisesti yrittäjyyskasvatuksen ja yrittäjyyden oppimisprosesseissa.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusprosessi

Tutkimuksen päätavoitteena oli kartoittaa yrittäjien eettisiä haasteita heidän omassa toiminnassaan. Tätä tavoitetta lähestyttiin seuraavien tutkimuskysymysten kautta:

1. Kuinka tärkeänä yrittäjät pitävät eettisyyttä yritystoiminnassa?
2. Kuinka eettisenä yrittäjät pitävät omaa toimintaansa?
3. Onko yrityksillä dokumentoitu arvopohja?
4. Kuinka eettiset näkemykset vaikuttavat yhteistyökumppaneiden ja työntekijöiden valintaan?
5. Millaisissa tilanteissa yrittäjät ovat kokeneet etiikkansa olleen koetuksella?
6. Miten yrittäjät arvioivat etiikan merkityksen kehittyvän liiketoiminnassa?

Tutkimuskysymykset ovat tutkimusprosessin lähtökohtana (Kuvio 1). Tutkimusaineistosta haettiin vastauksia tutkimuskysymyksiin ja lopuksi muotoiltiin toimenpide-ehdotukset yrittäjille, elinkeinoelämälle ja tutkimukselle.



Kuvio 1. Tutkimusprosessi.

1.3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimusraportin aineisto muodostuu kyselystä ja laadullisen tutkimuksen menetelmiä hyödyntäen kootuista tarinoista. Kyselyn aineisto kerättiin sähköisellä kyselyllä lähettämällä linkki sähköpostitse noin joka kymmenennelle Suomen Yrittäjien jäsenyritykselle. Kyselyn saatteen ja vastauslinkin lähettämisestä vastasi Suomen Yrittäjät. Tutkimuslomake koostui 13 strukturoidusta kysymyksestä ja kolmesta avoimesta kysymyksestä. Lomakkeeseen vastasi luonnosvaiheessa viisi yrittäjänä

toimivaa testivastaajaa, joiden kommenttien perusteella lomaketta täsmennettiin. Tutkimuksen kyselylomake on esitetty liitteessä 1. Kyselyyn vastasi 403 yrittäjää.

Kyselyn tulosten kannalta oli tärkeää, että kaikki vastaajat ajattelivat kysymyksiin vastatessaan etiikasta likimain samalla tavoin. Kyselylomakkeen alussa lomakkeessa selitettiin, mitä etiikalla tässä yhteydessä tarkoitetaan.

Yrittäjän etiikalla tässä kyselyssä tarkoitamme kokonaisvaltaista ajattelutapaa - ajatuksia oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta - joiden arvojen ja periaatteiden pohjalta yrittäjä toimii.

Lomakkeen lopussa vastaajilta kysyttiin halukkuutta osallistua jatkohaastatteluun kyselyn aiheeseen liittyen. Samalla tarjottiin mahdollisuutta osallistua erikseen sovittaessa julkaistavaan oman tarinan kirjoittamiseen eettisistä pohdintoista yrittäjän arjessa.

Strukturoidut kysymykset käsiteltiin tilastollisesti Excel-ohjelmistoa apuna käyttäen, ja tulokset esitettiin pääsääntöisesti kokonaistuloksina prosenttijakaamina. Kysymyslomakkeen avoimet kysymykset käsiteltiin ja luokiteltiin aineistolähtöisesti uudelleen teemoittain tutkijatiimin työnä. Raportissa esitetään näitä teemoja sekä esimerkkeinä suoria lainauksia vastauksista.

Yrittäjien tarinat tilanteista, joissa heidän omaa etiikkansa on koeteltu, koottiin teemahaastatteluilta. Tutkimusaineiston hankkimisen näkökulmasta haastattelujen etuja ovat niiden kohdistuminen suoraan tutkittavaan teemaan ja niiden tarjoamat oivaltamisen mahdollisuudet, jotka voivat liittyä haastateltavien henkilöiden käsityksiin, asenteisiin ja heille merkityksellisiin tekijöihin (Yin 2014). Kaikki tutkimuksessa mukana olleet tutkijat olivat toteuttamassa näitä haastatteluja. Haastattelut tallennettiin ja litteroitiin. Näin saadun tutkimusaineiston pohjalta haastattelija kirjoitti luonnoksen tarinasta, joka sitten lähetettiin koko tutkimusryhmälle kommentoitavaksi. Näin saatujen kommenttien pohjalta täsmennetty versio tarinasta lähetettiin haastateltaville validoitavaksi. Kaikki tarinat ovat siis yrittäjien itsensä vahvistamia.

1.4 Raportin rakenne

Raportin ensimmäisessä luvussa kuvattiin tutkimuksen tausta, tavoitteet ja toteutus. Toisessa luvussa esitellään aikaisempaa tutkimusta yrittäjän etiikasta. Seuraavaksi esitellään kyselytutkimuksen tulokset. Neljänteen lukuun on koottu yrittäjien kertomia tarinoita tilanteista, joissa heidän omaa etiikkaansa on koeteltu. Muutama tarinaan on myös liitetty Juhani Pietarisen (käytännöllisen

filosofian emeritusprofessori, VTT) kirjoittama kommentti. Raportin viidennessä ja viimeisessä luvussa esitetään yhteenveto tutkimuksen tuloksista, vastaukset tutkimuskysymyksiin ja toimenpide-ehdotukset.

2 AIKAISEMPAA TUTKIMUSTA YRITTÄJÄN ETIIKASTA

Inhimillisen toiminnan ja päätöksenteon taustalla on valintoja ohjaavia arvoja. Arvot ovat tärkeinä pidettyjä asioita. Toisaalta arvo on vakaumus - millaisia päämääriä pidetään tärkeämpinä kuin toisia. Ladkin määrittelee arvot yksilön keskeisiksi uskomuksiksi siitä, että kuinka hänen tulisi tai ei tulisi käyttäytyä (Ladkin 2015). Arvot ovat siis yksilön sisällään pitämiä ja ne voivat vaikuttaa tai olla vaikuttamatta hänen havaittuun käyttäytymiseensä. Aaltosen ja Junkkarin mukaan yritysten ja yhteisöjen kohdalla arvojen voidaan tulkita olevan yhteinen tahtotila (Aaltonen & Junkkari 2003). Yritysten arvot voivat koostua sekä tehokkuusarvoista että eettisistä arvoista. Mikäli yrityksellä on omat kirkastetut arvot ne tuovat päätöstentekoon linjakkuutta. Finnairin entinen pääjohtaja Keijo Suila on todennut osuvasti, että arvot ovat kompassi, joka antaa yhtiölle oikean suunnan (Aaltonen & Junkkari 2003).

Arvojen määrittelyssä prosessi on yhtä tärkeä kuin lopputulos. Yritykset voivat nostaa omat arvonsa kirkkaammin esille dokumentoimalla ne kirjallisesti. Toisaalta kun yritykset määrittävät arvojaan, itse prosessi voi olla yhtä tärkeä kuin lopputulos. Monilla yrityksillä on kokemuksia sekä onnistuneista että epäonnistuneista arvoprosesseista. Onnistuneen arvoprosessin takana on usein koko henkilökunnan yhteistyö, jolloin on aluksi uhrattu aikaa ja vaivaa myös koko prosessin tavoitteen kirkastamiseen ja myöhemmin arvojen sanalliseen avaamiseen. Harvemmin on tullut onnistumisia, mikäli yritysjohto on määritellyt arvot osallistamatta siihen omaa henkilökuntaa. On tärkeää, että yrityksen arvot eivät jää vain yrityksen kotisivuille epämääräiseksi sanahelinäksi, joista työntekijät eivät tiedä mitään (Tall ym. 2013).

Aaltosen ja Junkkarin mukaan on löydettävissä ainakin 20 mahdollista arvoprosessin tavoitetta ja hyötyä (Aaltonen & Junkkari 2003). Keskeisempiä näistä ovat mm. muutoksen hallinta: arvot luovat pysyvyyttä ja jatkuvuutta myös rajujen muutosten keskellä. Päätöksentekoa varten tarvitaan kriteerejä ja linjakkuutta. Tarvitaan eettistä johtamista, joka tuo arvon käytännön tekemiseen (Mäntysalo 2016). Toisaalta eettisesti sopivalla tavalla johtaminen voi olla vaikeaa (Ladkin 2016). Marshin mukaan eettistä johtamista oppii parhaiten käytännön johtamistilanteissa (Marsh 2013), mutta eettiset pohdinnat on myös syytä tuoda osaksi johtamiskoulutusta (Taylor, Ladkin & Statler 2015).

Yrityksessä yhteistyön kehittäminen voi olla syynä arvoprosessin aloittamiseen. Varsinkin tiimiorganisaatiot tarvitsevat tuekseen sovitut arvot. Hyvä ilmapiiri,

uskottavuus ja firman sydän löytyvät onnistuneen arvoprosessin kautta. Henkilökunnan keskuudessa on usein ristiriitaisia käsityksiä siitä, mitä työyhteisössä oikeasti halutaan tehdä, millä tavalla ja mitä arvostetaan. Henkilöstön laajamittainen osallistuminen arvoprosessiin selkeyttää tilannetta. Luonnollisesti johdon ja henkilöstön vuorovaikutus paranee, kun arvoja pohditaan yhdessä.

Arvojen määrittely ja dokumentointi kirkastaa näkymää yrityksestä ulospäin. Uskottavuus suuren yleisön, asiakkaiden ja sijoittajien silmissä on yrityksen elinehto. Terve yrityskuva edellyttää, että lupaukset pidetään. Toisaalta yhteinen arvopohja tukee strategisten yhteistyökumppaneiden valintaa. Onnistunut rekrytointi ja avainhenkilöiden valinta edellyttävät arvojen ymmärtämistä ja tiedostamista. Yhteiset arvot voivat parantaa työmotivaatiota, sitoutumista ja henkilöstön pysyvyyttä. Yrityksen hyvä maine houkuttelee sijoittajia, auttaa saamaan pätevää työvoimaa ja saa asiakkaat valitsemaan hyvämaineisen yrityksen tuotteita ja palveluja (Tall ym. 2013). Yrittäjä voi vahvistaa yrityksensä kilpailukykyä viestimällä omista eettisistä käsityksistään yrityksen sidosryhmille (Lähdesmäki 2012).

Kansainvälisessä kanssakäymisessä kulttuurierot ilmenevät etiikan näkökulmasta siten, että eri kulttuureissa oletukset ”oikeasta” käyttäytymisestä voivat olla hyvinkin erilaisia (Ladkin 2015). Jokaisen yhteiskunnan eettisen järjestelmän tehtävänä on juuri sen yhteiskunnan pystyssä pitäminen (Fromm 1984).

Ladkin tarjoaa yrittäjälle neljä eri keinoa vaalia omaa etiikkaansa ja sen kehittymistä (2015). Ensinnäkin hetkeksi pysähtyminen auttaa miettimään seuraavaksi suunniteltua toimenpidettä ja sen seurauksia. Samalla yrittäjä antaa tilaa omalle intuitiolleen voidakseen paremmin tietää mikä on oikein ja mikä väärin. Toiseksi, keskittymällä omiin havaintoihin ja niiden herättämiin ajatuksiin yrittäjä voi paremmin tulkita niitä. Kolmanneksi, kysymällä itseltään käytännöllisiä kysymyksiä yrittäjä voi kirkastaa itselleen omia motiivejaan ja auttaa tarkastelemaan niitä avoimesti. Neljänneksi, omaa tekemistä ja tekemisen seurauksia kannattaa tarkkailla ja samalla miettiä, miten tulisi toimia toisin, mikäli haluaisi erilaisia seurauksia.

Havard puolestaan lähestyy etiikkaa hyveiden näkökulmasta ja listaa neljä keskeisintä hyvettä yrittäjien etiikan perustaksi (2011).

*”Viisaus vahvistaa kykyä tehdä oikeita päätöksiä.
Rohkeus parantaa kykyä säilyttää suunta.
Itsehillintä auttaa tunteiden ja mielihaluja hallinnassa.
Oikeudenmukaisuus parantaa kykyä antaa jokaiselle se,
mikä hänelle kuuluu.”*

3 TUTKIMUSTULOKSET

3.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastanneet yrittäjät jakautuivat melko tasaisesti naisiin (41 %) ja miehiin (59 %) (Taulukko 1).

Sukupuoli	lkm	% vastaajista
Nainen	165	41
Mies	233	59
Yhteensä	398	100

Taulukko 1. Vastaajien sukupuolijakauma.

Alle 35-vuotiaita vastaajia osallistui kyselyyn 5 %, ikäluokassa 35-55-vuotiaat vastaajia oli puolet ja yli 55-vuotiaita 46 % (Taulukko 2).

Ikä	lkm	% vastaajista
Alle 35-vuotta	18	5
35-55-vuotta	198	50
Yli 55-vuotta	182	46
Yhtensä	398	100

Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma.

Vastaajilta kysyttiin, kauanko he olivat toimineet yrittäjänä. Neljännes vastaajista oli toiminut yrittäjänä alle 10 vuotta, 29 % vastaajista 10 – 19 vuotta, ja suhteellisesti suurin osuus vastaajista 46 % oli toiminut yrittäjänä yli 20 vuotta (Taulukko 3). Kolme neljäsosalla vastaajista on jo vuosien kokemus yrittämisestä, joten voidaan ajatella, että vastaajille oli ehtinyt muodostua selkeä näkemys omasta yrittäjäetiikastaan.

Kuinka monta vuotta sinulla on kokemusta yrittäjänä toimimisesta?	lkm	% vastaajista
Alle 5 vuotta	43	11
5-9 vuotta	57	15
10-19 vuotta	113	29
20 vuotta tai yli	179	46
Yhteensä	392	100

Taulukko 3. Vastaajien arvio kokemuksesta yrittäjänä toimimisesta.

Yhden henkilön yrityksiä oli 35 prosentilla vastaajista, 2 – 5 henkilön yrityksiä 37 prosentilla. Noin joka 10. yritys oli 6 – 10 henkilön yrityksiä ja noin joka viides vastaajien yrityksistä oli kooltaan yli 10 henkilöä (Taulukko 4).

Yrityksen työntekijämäärä (yrittäjä itse mukaan lukien)	lkm	% vastaajista
1 henkilö	139	35
2 henkilöä	63	16
3-5 henkilöä	84	21
6-10 henkilöä	43	11
Yli 10 henkilöä	71	18
Yhteensä	400	100

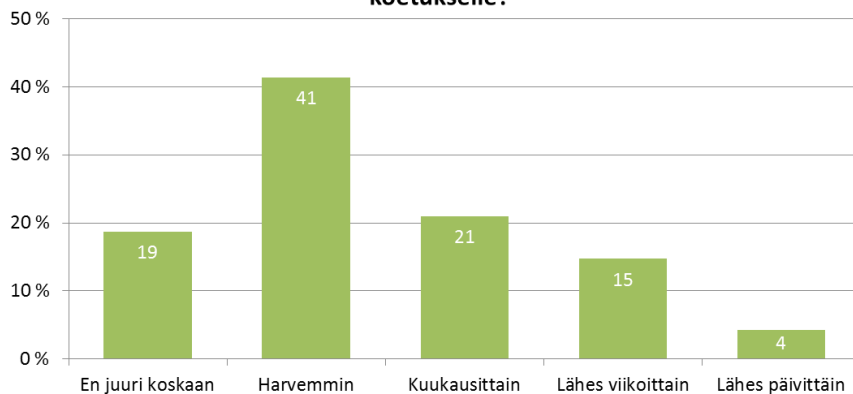
Taulukko 4. Vastaajien yritysten koko, yrittäjä itse mukaan lukien.

3.2 Oma etiikka yrittäjänä toimiessa

Kyselyn alussa vastaajia heräteltiin pohtimaan omaa etiikkaansa yrittäjänä seuraavalla kysymyksellä: Kuinka usein olet yrittäjänä toimiessasi törmännyt tilanteisiin, joissa oma etiikkasi on joutunut koetukselle? Tämän arvioinnin jälkeen heillä oli mahdollisuus omin sanoin kuvata tilannetta, jossa oma etiikka on ollut koetuksella.

Vastaajista viisi prosenttia koki joutuvansa lähes päivittäin ja 15 % lähes viikoittain tilanteisiin, joissa heidän oma etiikkansa yrittäjänä on joutunut koetukselle. Joka viides vastaaja törmäsi tällaisiin tilanteisiin lähes kuukausittain. Harvemmin kuin kuukausittain arvioi etiikkaansa koetelleisiin tilanteisiin joutuneensa 41 % vastaajista. Noin joka viides vastaaja ei törmännyt mielestään juuri koskaan tällaisiin tilanteisiin (Kuvio 2).

Kuinka usein olet yrittäjänä toimiessasi törmännyt tilanteisiin, joissa oma etiikkasi yrittäjänä on joutunut koetukselle?



n=401

Kuvio 2. Vastaajien arviot, kuinka usein ovat yrittäjänä toimiessaan törmänneet tilanteisiin, joissa oma etiikka yrittäjänä on joutunut koetukselle.

Vastanneista yrittäjistä lähes puolet (45 %) kuvaili sanallisesti jotakin etiikkaansa koetellutta tilannetta. Tuloksista havaittiin, että mitä useammin vastaajat kokivat törmäävänsä omaa etiikkaa koetteleviin tilanteisiin, sitä aktiivisemmin he myös kuvailivat näitä tilanteita. Niiden vastaajien kommentit, jotka antoivat kokemistaan tilanteista arvion kuukausittain, lähes viikoittain tai lähes päivittäin, käsittävät yli 60 % kaikista sanallisista kommenteista.

Sanallisten kommenttien sävystä nousi sellainen havainto, että noin kolmannes eri numeerisia arvioita antaneista vastaajista kuvaili etiikkaansa koetellutta tilannetta omista lähtökohdistaan. He kuvailivat omaa toimintaansa, periaatteitaan tai tekemisiään, mistä seuraa heille itselleen eettistä pohdintaa ja minkä seurauksena etiikka saattaa olla koetuksella. Kaksi kolmasosaa kuvailluista tilanteista koski muiden toimintaa, kuten esimerkiksi miten asiakas on toiminut, mitä yhteiskunta tai vaikka verottaja vaatii ja miten yhteistyökumppani toimii. Kommentit kertovat koetusta tai havaitusta toisten epäeettisestä toiminnasta, joka ei olekaan siten oman yrittäjän etiikan koettelua, vaan havainto muusta epäeettisestä toiminnasta, joka on aiheuttanut myös itselle oman etiikan pohdintaa. Seuraavassa vastaajien kommenteista poimittuja esimerkkejä liittyen omaan toimintaan yrittäjänä.

Eettistä pohdintaa voi aiheuttaa yrittäjälle omien virheiden myöntäminen itselle ja mahdollisesti pahoitellen asiakkaalle, mikäli hänen toimintansa on kiinni yrittäjän tekemisestä. Tällaisia asioita ovat mm. työn aikataulus.

”Joskus on ollut vaikea myöntää, että tilaus asiakkaalle on ollut myöhässä omien päätösten vuoksi.”

Jatkuva kilpailutus yhteiskunnassa johtaa epäeettiseen toimintaan. Koetaan, että vain raha ratkaisee. Myös laki ja viranomaisten tulkinta asioista saattavat olla ristiriidassa. Monet kilpailutukset houkuttelevat tekemään alihintaisia tarjouksia. Kilpailuhengessä voi unohtua, pystytäänkö työtä toteuttamaan kilpailutuksessa tarjottuun hintaan.

”Tarjosten tulkinnan epärehellisyys. Kilpailijat tarjoavat muuta kuin tarjouspyynnössä oli tarkoitettu.”

”... rehellinen ei pärjää kilpailutuksessa.”

”Pitäisi tehdä ratkaisu lain puitteissa ehdottomasti, mutta esimerkiksi verottajan tulkinta voi kaataa ajatuksen ja sen jälkeen ei ole hyvä olo.”

Monenlaisia rahaan liittyviä vedätyksiä tai niiden yrityksiä ilmenee yrittäjän arjessa. Asiakkaat ehdottavat kuititonta kauppaa, jolla hintaa pyritään saamaan alemmaksi, tai asiakas voi ehdottaa myös vaihtokauppaa. Voidaan myös toimialasta riippuen ehdottaa oikeudetonta kustannusten maksattamista vakuutusyhtiöillä.

”Laskutus/harmaa talous. Asiakkaat eivät aina halua kuittaa tehdystä työstä ja odottavat siten saavansa jotain alennusta. Itse annan kuitin aina ja siinä joskus joutuu selittelemään. Houkutus itselle on joskus suuri.”

Etiikka voi joutua koetukselle, jos yrittäjä joutuu asettumaan rehellisesti asiakkaan asemaan. Lähettääkö lasku kuukausittain, jos tietää maksajan heikon tai kireän taloudellisen tilanteen? Jos omassa yhtiössä on toimittu virheellisesti, julkistaako asia, jos asiakas tai kukaan muukaan ei tule huomaamaan sitä?

”Tukkuliikkeestä tulee liikaa tavaraa, jota ei ole lähetylistalla. Joskus on rasittavaa, kun joutuu tekemään toimenpiteitä asian korjaamiseksi, vaikka itse ei ole tehnyt virhettä ja tekisi mieli vaan pistää liiat tavarat myyntiin.”

Saman alan toimijoiden välillä voi ilmetä kateutta ja epäluuloa. Esimerkiksi mustamaalataan toista yrittäjää asiakkaille tai ei muutoin luoteta toisen toimintaan.

Vastaajat esittivät myös tuotteeseen tai palveluun liittyvät kommentteja. Kumman valitsee, jos on vastaava kotimainen ja ulkomainen tuote? Voiko myydä ja markkinoida tuotteita, joihin ei itse usko tai jotka eivät ole oman etiikan mukaisia?

Entä jos tietää tuotteiden olevan muuta kuin luvataan? Miten käsitellä hävikkiä, jos joutuu heittämään hyvää tavaraa tai syötäviä elintarvikkeita roskiin? Miten ja missä voi mainostaa omaa yritystä, mitkä tavat ja paikat ovat oman eettisen ajattelun mukaisia ja sallittuja?

Yrittäjä voi joutua pohtimaan, miten toimia tilanteessa, jossa asiakas haluaa ostaa tuotteen, joka ei yrittäjän tietojen mukaan sovellu tarkoitukseen tai ei ole kestävä.

"Tuotetta myydessä tuotteen ominaisuuksien kehuminen tietäen, että kaikki kehut eivät ole olleet ihan 100 % oikein."

"Asiakas haluaisi ostaa laitteen, josta epäilen, että lopputulos ei olisi sopiva/toimiva/kestävä – vaikka kaupasta saataisiinkin ihan hyvä hinta."

Avoimia kommentteja tutkittaessa nousi selkeästi esiin, että etiikkaa koetteleviin tilanteisiin törmätään jatkuvasti jokapäiväisessä arjessa. Usein tilanteet ovat arkipäivää eivätkä välttämättä jää mieleen. Samankaltaiset tilanteet toistuvat, ja ne voivat olla aikojen kuluessa muodostuneita tapoja. Yrittäjän etiikka koettiin pohjimisen arvoiseksi aiheeksi, joka herättää havaitsemaan ja havainnoimaan omaa ja myös muiden toimintaa; vain siten epäeettiseen toimintaan voi tulla muutosta. Toisaalta aihetta pidettiin erittäin haastavana. Asiat eivät ole mustavalkoisia eikä niihin ole aina yhtä ainoaa oikeaa toimintatapaa tai ratkaisua.

Eräs vastaaja toteaa oman etiikkansa koettelemuksesta seuraavaa:

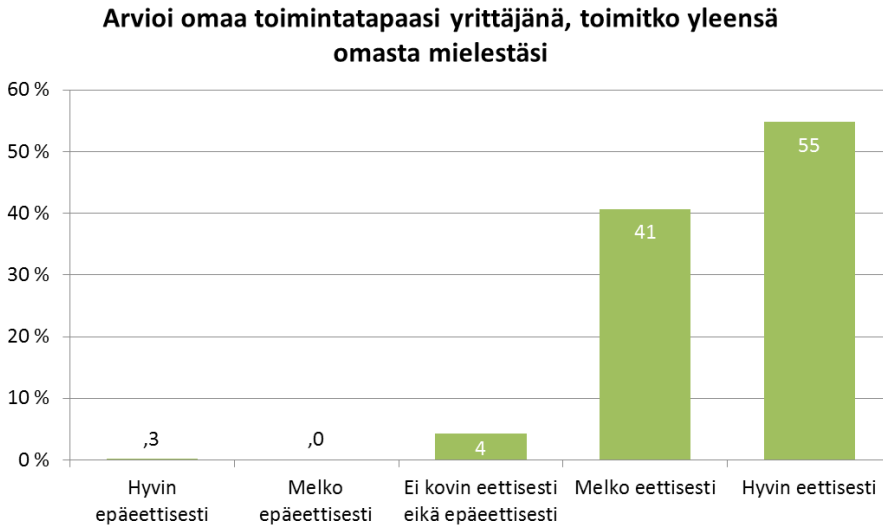
"Etiikka ei joudu koetukselle juuri koskaan: sitä vain on, tai ei ole. Jos ei ole, sitten joutuu yrittäjyys joskus koetukselle."

Kommentista ilmenee, että etiikkaa täytyy olla, muuten on yrittäminen hankalaa. Toisaalta joskus voidaan kokea helpommaksi sivuuttaa asia ja olla ottamatta kantaa.

"Joskus tulee vastaan tilanteita, joissa on parempi olla tietämättä mitään, pitkään yksinyrittäjänä on opettanut tulemaan toimeen erilaisten ihmisten kanssa, ei halua loukata ketään, joten on viisainta olla tietämättä asiasta yhtään mitään."

3.3 Oma toimintatapa yrittäjänä

Arvioidessaan omaa toimintatapaansa yrittäjänä vastaajat pitivät omaa eettisyyttään korkeatasoisena. Lähes jokainen eli 96 % vastasi toimivansa yrittäjänä melko tai hyvin eettisesti. Vain neljä prosenttia vastaajista valitsi keskimmäisen vaihtoehdon eli ei toimi eettisesti eikä epäeettisesti. Yksi vastaaja arvioi oman toimintatapansa yrittäjänä olevan hyvin epäeettistä (Kuvio 3).

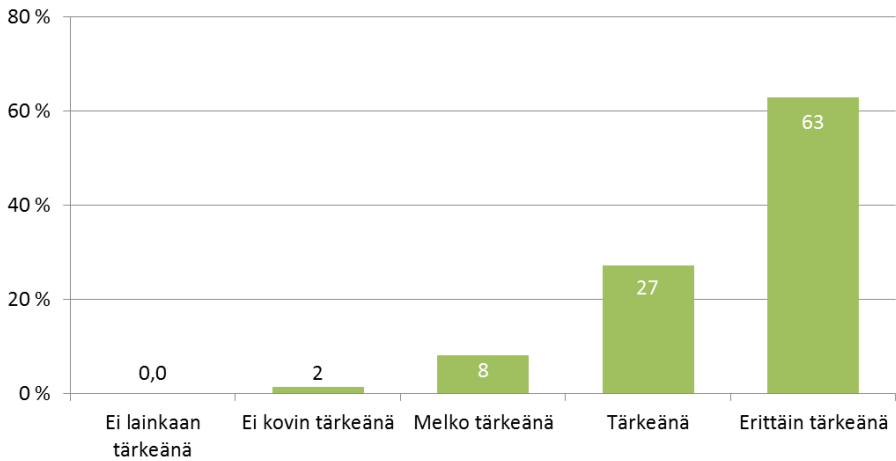


n=399

Kuvio 3. Vastaajien arvio omasta eettisestä toimintatavastaan yrittäjänä.

Kuten loogista on, vastaajat kokivat pääsääntöisesti toimintatapojensa yrittäjänä olevan eettisiä ja pitivät näitä eettisiä toimintatapoja myös tärkeänä omassa yritystoiminnassaan. Jopa 63 % vastaajista piti eettisiä toimintatapoja erittäin tärkeänä, 27 % tärkeänä ja 8 % melko tärkeänä. Vain kahdelle prosentille vastaajista eettiset toimintatavat eivät olleet kovin tärkeitä (Kuvio 4).

Miten tärkeänä pidät eettisiä toimintatapoja omissa toiminnassasi yrittäjänä?



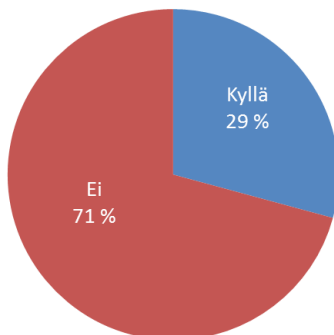
n=399

Kuvio 4. Vastaajien arvio eettisten toimintatapojen tärkeydestä omissa toiminnassaan yrittäjänä.

3.4 Yrityksen kirjallinen arvopohja

Vastaajilta kysyttiin, onko heidän yrityksessään määritelty ja kirjallisesti dokumentoitu arvopohja, jonka pohjalta yritys toimii. Lähes joka kolmas (29 %) vastaaja vastasi, että yrityksessä on määritelty ja myös kirjallisesti dokumentoitu arvopohja, johon toiminta perustuu (Kuvio 5).

Onko yrityksessänne määritelty ja kirjallisesti dokumentoitu arvopohja, johon toiminta perustuu?



n=397

Kuvio 5. Kuinka monessa vastaajien yrityksissä on määritelty ja dokumentoitu arvopohja, johon toiminta perustuu.

Työntekijämäärältään isommissa yrityksissä oli useammin määritelty dokumentoitu arvopohja kuin pienemmissä (Taulukko 5). Siinä missä yhden hengen yrityksissä arvopohja oli määritelty vain joka viidennellä yrityksellä, yli 10 työntekijän yrityksissä arvopohja oli määritelty lähes puolella (43 %). Lisäksi naisilla (37 %) on miehiä (23 %) useammin ja vanhemmilla yrittäjille (55-vuotiaat ja vanhemmat; 34 %) nuorempia yrittäjiä (alle 55-vuotiaat; 25 %) useammin dokumentoitu arvopohja.

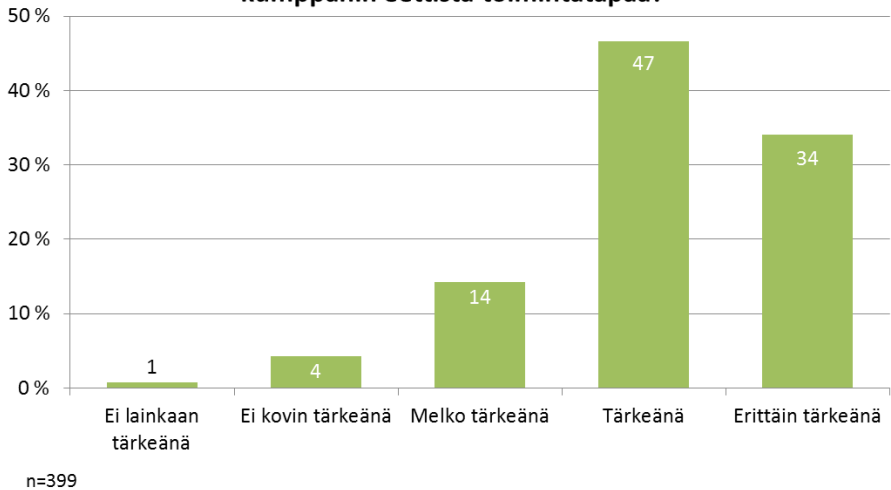
Yrityksen työntekijämäärä (yrittäjä itse mukaan lukien)	Onko yrityksessänne määritelty ja kirjallisesti dokumentoitu arvopohja, johon toiminta perustuu?		
	lkm	% vastaajista	Kaikki vastaajat
1 henkilö (n=137)	19	81	100
2 henkilöä (n=63)	25	75	100
3-5 henkilöä (n=83)	33	67	100
6-10 henkilöä (n=43)	40	60	100
Yli 10 henkilöä (n=70)	43	57	100
Yhteensä (n=396)	29	71	100

Taulukko 5. Yrityksen dokumentoitu arvopohja eri kokoisissa yrityksissä.

3.5 Etiikka yhteistyökumppaneiden ja henkilöstön valinnassa

Erilaisten kumppaneiden, kuten yhteistyökumppaneiden tai toimittajien, eettinen toimintatapa kumppanina koetaan vastaajien keskuudessa tärkeäksi. Valitessaan kumppania vastaajista kolmannes piti kumppanin eettistä toimintatapaa erittäin tärkeänä ja lähes puolet piti tätä tärkeänä. Melko tärkeää eettinen toimintatapa kumppanin valinnassa oli 14 prosentille vastaajista. Melko pieni osa, 5 % vastaajista, ei pitänyt tätä lainkaan tai kovinkaan tärkeänä (Kuvio 6).

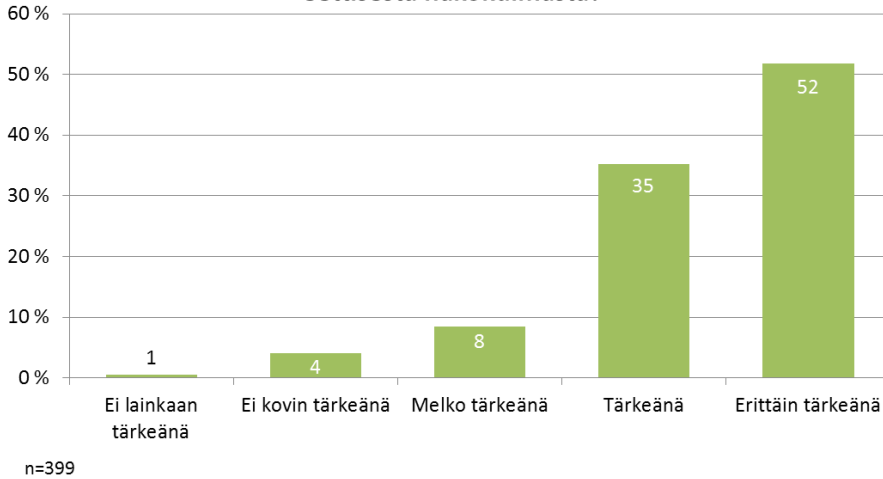
Kun valitsette yrityksellenne yhteistyökumppaneita, toimittajia jne., kuinka tärkeänä valinnassa pidätte kumppanin eettistä toimintatapaa?



Kuvio 6. Kuinka tärkeänä vastaajat pitävät kumppanin eettistä toimintatapaa valitaan yrityksellen yhteistyökumppaneita, toimittajia jne.

Pääsääntöisesti vastaajille ulkoisten sidosryhmien eettinen toimintapa oli tärkeää, ja myös työntekijöiden valinnassa koettiin tärkeäksi henkilön sopivuus yrityksen eettisestä näkökulmasta. Yli puolet vastaajista piti työntekijän valinnassa sopivuutta eettisestä näkökulmasta erittäin tärkeänä ja reilu kolmannes vastaajista piti sitä tärkeänä valintakriteerinä. Kahdeksalle prosentille se on melko tärkeää ja neljälle prosentille ei kovin tärkeää (Kuvio 7).

Kun valitsette yrityksellenne työntekijöitä, kuinka tärkeänä valinnassa pidätte hänen sopivuuttaan yrityksenne eettisestä näkökulmasta?



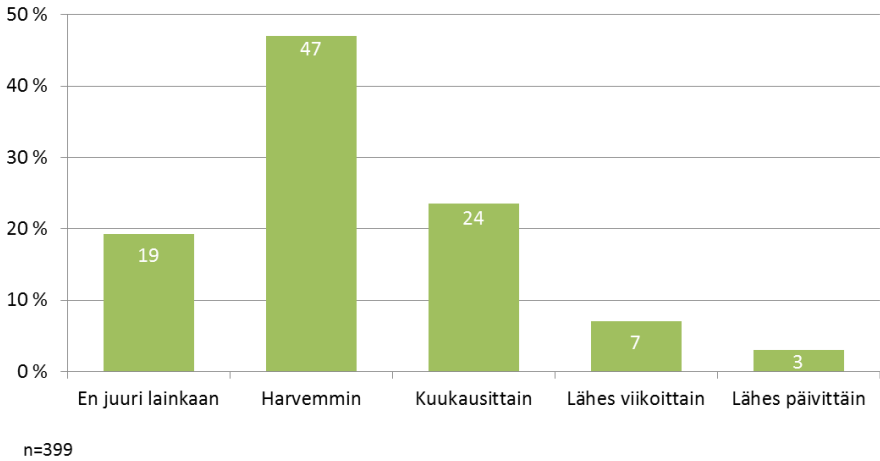
Kuvio 7. Kuinka tärkeänä vastaajat valitessaan yritykselleen työntekijöitä hänen sopivuuttaan yrityksen eettisestä näkökulmasta.

3.6 Yrittäjän kohtaama etiikkansa vastainen toiminta

3.6.1 Yrittäjän kohtaaman epäeettisen toiminnan yleisyys

Vastaajia pyydettiin pohtimaan, kuinka usein he ovat kohdanneet oman yrityksensä etiikan mukaan ajateltuna epäeettistä toimintaa yrityksessään asiakkaan, liikekumppanin, tavaran tai palvelun toimittajan taholta. Joka kymmenes vastaaja oli kokenut tällaista lähes viikoittain, neljännes kuukausittain. Lähes puolet (47 %) oli kokenut vielä harvemmin oman yrityksen etiikan mukaan ajateltuna sen vastaista toimintaa. Lähes joka viides vastaaja valitsi vaihtoehdon ei juuri lainkaan (Kuvio 8).

Oletko törmännyt yrityksessäsi asiakkaan, liikeyhteistyön, tavaran tai palvelun toimittajan epäeettiseen toimintaan yrityksesi etiikan mukaan ajateltuna?



Kuvio 8. Onko vastaaja törmännyt asiakkaan, liikeyhteistyön, tavaran- tai palveluntoimittajan epäeettiseen toimintaan yrityksen etiikan mukaan ajateltuna.

3.6.2 Esimerkkejä yrittäjän kohtaamasta epäeettisestä toiminnasta

Yrittäjiltä kysyttiin, millaista heidän etiikkansa vastaista toimintaa he ovat käyttäneissä kohdanneet. Tähän avoimeen kysymykseen vastasi yhteensä 159 yrittäjää (40 % kaikista vastaajista), joista muutamilla (15 vastaajaa) oli kuvattuna useampia eri tilanteita niin, että eri tilanteita tuotiin esiin kaikkiaan 182 kappaletta. Avointen vastausten määrää voidaan pitää suurena, ja ne kuvastavat hyvin sitä epäeettisen toiminnan laajaa kirjoa, joka yrittäjien arjessa ilmenee. Vastaukset analysoitiin hyödyntäen aineistolähtöisen sisällönanalyysin menetelmiä. Analyysi toteutettiin kahden eri tutkijan yhteistyönä. Molemmat tutkijat tutustuivat ensin koko aineistoon ja tekivät omat ehdotuksensa vastausten analysoimisesta. Tämän jälkeen esiin tulleista vaihtoehdoista keskusteltiin yhteisesti ja luonnosten pohjalta päädyttiin tarkastelemaan aineistoa kahdesta eri näkökulmasta. Ensinnäkin, kenen epäeettisestä toiminnasta on kysymys eli kuka toimii epäeettisesti. Toiseksi, millaisesta epäeettisestä toiminnasta on kysymys eli mitä tai millaista tuo mainittu epäeettinen toiminta on. Lisäksi tässä yhteydessä voidaan todeta, että epäeettinen toiminta voi olla todella merkittävästi yrittäjän oman etiikan vastaista, sen hyväksymisen mahdollisuudet ovat olemattomat ja yrittäjä kokee tämän toiminnan hyvin raskaasti. Toisaalta kysymys voi olla suhteellisen yleisestä ilmiöstä, jonka kohdalla eri ihmisten suhtautuminen vaihtelee ja jota yleisesti pidetään vain

vähän merkitsevänä asiana. Tässä kyselyssä ei selvitetty, millä tavalla epäeettiseksi toiminnaksi koettu asia on käytännössä vaikuttanut yrittäjään, hänen toimintaan yrittäjänä tai liiketoimintaan kuten esimerkiksi kannattavuuteen ja tulokseen.

3.6.3 Kuka yrittäjän arjessa toimii epäeettisesti

Yrittäjien arjessa epäeettisesti toimivat tahot voidaan jakaa kuuteen ryhmään: asiakkaat, liikekumppanit, kilpailijat, henkilöstö, viranomaiset ja muut tahot. Vastausten ryhmittelyssä jouduttiin muutamien vastausten kohdalla tukeutumaan tutkijan tulkintaan. Useimmiten vaikeuksia oli pohdittaessa, liittyykö yrittäjän mainitsema epäeettinen toiminta liikekumppaniin vai kilpailijaan. Yksi tätä vaikeutta selittävä tekijä on, että sama toimija voi joskus olla kilpailijan ja joskus liikekumppanin roolissa. Toisaalta kyseessä on useimmiten toinen yrittäjä. Tulkinnat eivät siis ole aivan yksiselitteisiä, mutta ne kuitenkin auttavat tarkentamaan kuvaa yrittäjien kokemasta epäeettisestä toiminnasta.

Useimmiten yrittäjät mainitseman epäeettisen toiminnan taustalla on liikekumppani (53 mainintaa). Toiseksi suurimman ryhmän muodostavat asiakkaat (34 mainintaa) ja kolmanneksi tulevat kilpailijat (20 mainintaa). Näihin lukuihin verrattuna seuraavat kaksi ryhmää ovat huomattavasti pieniä. Viranomaisten epäeettisestä toiminnasta kerrottiin kolmessa vastauksessa ja vain yhdessä kuvattiin henkilöstön epäeettistä toimintaa. Viimeiseen ryhmään muut tahot tuli runsaasti mainintoja (71 kappaletta), mutta ne eivät selkeästi edusta mitään yrittäjän yhteistyötahoa ja siksi ne on sijoitettu tähän ryhmään.

Seuraavaan taulukkoon on koottu muutamia esimerkkejä yrittäjien vastauksista edellä kuvatun ryhmittelyn mukaisesti (Taulukko 6).

Yrittäjän sidosryhmä	Esimerkki (lainaus)
Liikekumppani	<ul style="list-style-type: none"> - Aikaisempi liikekumppani/yhteistyökumppani piti sopimusten tärkeimpänä ominaisuutena sitä, ettei koskaan joudu itse vastuuseen mistään - Ei haluta noudattaa lakia maksuissa ja työssä - Laskutus ei vastaa sovittua - Liikekumppaneiden selkään puukotukset ja jatkuva epäterve kilpailu - Oleellisten tietojen salaaminen sopimuksemme vastaisesti - Tuotteet eivät vastaa arvoltaan sitä mitä tilattu - Vaativat meiltä eettistä toimintaa mutta eivät itseltään
Asiakas	<ul style="list-style-type: none"> - Asiakas ei pyynnöistä huolimatta toimita riittävää materiaalia - Asiakas on kysynyt voiko tutkimuksen tulokseen vaikuttaa - Asiakas pyytää vääriä merkintöjä tai papereita - Asiakas valehteli tuotteen saatuaan sen kunnosta - Asiakkaan halu maksaa pimeästi - Asiakkaan yksiselitteinen kehoitus antaa viranomaiselle paikkansapitämätöntä tietoa
Kilpailija	<ul style="list-style-type: none"> - Asiakkaalle luvataan enemmän kuin on tarkoituksaan pitää - Kilpailijoiden arvosteleminen vailla perusteita - Jätetään noudattamatta lakisääteisiä määräyksiä
Viranomainen	<ul style="list-style-type: none"> - Valvonnan puute liikenteessä - Suomen viranomaisten toiminta valvoessa meitä suomalaisia yli innokkaasti verrattuna esim. Viron kuljetusliikkeisiin täällä Suomessa - Tällä hetkellä oman kuntamme päättäjien toiminta omalla osaamisalueellani on epäeettistä, koska he toimivat kunnan oman arvomaailman vastaisesti, mm. epärehellinen ja valheellinen kilpailuttaminen
Henkilöstö	<ul style="list-style-type: none"> - Työntekijöiden rehellisyys ei ole nuorien keskuudessa sitä mitä aikaisemmin
Muut	<ul style="list-style-type: none"> - Aikuinen tarjoaa omille alaikäisille lapsilleen alkoholipitoista juotavaa - Ammattitaidottomuus yleistyy alalla, josta ehkä johtuu "hällä väliä" ajattelu - Epärehellisyys - Huijaus - Kaikki ei ota vastuuta tekemisistään - Puhelinmarkkinoijat toimivat usein epäeettisesti - Varastelu - Verojen välttely - Välinpitämättömyys

Taulukko 6. Esimerkkejä yrittäjien kohtaamasta epäeettisestä toiminnasta: kuka on toiminut epäeettisesti.

3.6.4 Millaista epäeettistä toimintaa yrittäjä kohtaa

Yrittäjä on usein itse asiakkaana ja tässä roolissa yrittäjän etiikkaa koettelevat katteettomat asiakaslupaukset (Taulukko 7). Luvataan tehdä jotain tai toimia jollakin tavalla, joka ei sitten käytännössä niin kuitenkaan tapahdu. Toisaalta yrittäjien etiikkaa koettelee kilpailijoiden ja muiden yrittäjien harhaanjohtava markkinointi, joka joissakin tapauksissa kohdistuu myös hänen omaan asiakkaisiin tai potentiaalisiin asiakkaisiin. Lisäksi yrittäjiä vaivaavat laskutukseen liittyvät epäselvyydet, josta ehkä äärimmäinen esimerkki on, ettei sovitusta työstä sitten kuitenkaan makseta. Yhden merkittävän ryhmän muodostaa epäasiallinen, epärehellinen ja vastuuton käyttäytyminen.

Miten, millä tavalla?	Esimerkki (lainaus)
Katteettomat asiakaslupaukset	<ul style="list-style-type: none"> - tavara ei ole sitä, mitä luvattiin ja tilattiin (vialliset tavarat, vanhat tuotteet, tuotteen alkuperä) - sovituista asioista luistetaan; sovitusta ei pidetä kiinni (tavarantoimitus, tehty työ, ohjeet ja määräykset) - asiakkaat eri arvoisia - ei toimita, kuten on sovittu - työn jälki ei ole sitä, mitä sen pitäisi olla; lupauksista huolimatta ammattitaito ei riitä siihen, mitä tehdään (toteutus, suunnittelu) - ongelmat reklamoinnissa - aikataulut ja toimitusajat eivät pidä - toimitaan toisin kuin (yrityksen) arvot määrittelevät
Harhaanjohtava markkinointi	<ul style="list-style-type: none"> - asiakkaalle luvattu enemmän kuin annettu, toimitettu - myydään asiakkaalle tarpeetonta mm. turhat järjestelmät, tutkimukset - ei oteta huomioon, mitä asiakas todellisuudessa tarvitsee - tuloksetko menee asiakastarpeiden edelle - puheet ja teot eivät vastaa toisiaan
Laskutus-epäselvyydet	<ul style="list-style-type: none"> - ylimääräiset laskutukset - virheelliset matkakulut - laatu ei vastaa hintaa - sovituista työstä ei makseta
Epäasiallinen, epärehellinen ja vastuuton käyttäytyminen	<ul style="list-style-type: none"> - epärehellisyys (esim. asiakas pyytää toimimaan lainvastaisesti) - "välistä vetäminen" - oman virheen peittely, selittely, toisen syyksi laittaminen - huijaaminen esim. tekaistu tarjouspyyntö - epäeettinen toiminta esim. terapiatyössä/ suhteessa omaan perheeseen - toisen (yrityksen) hyödyntäminen => oman edun tavoittelu, markkinointihyöty tmv., taloudellisen hyödyn saaminen kolmannen osapuolen avulla (tiettyjen toimittajien suosiminen) - välinpitämättömyys - selkään puukotus - epäterve kilpailu; hintojen polkeminen, epärehellinen ja valheellinen kilpailuttaminen - ostetaan, vaikka yritys on velkasaneerausessa - varastelu, lahjonta - työntekijöiden epäkunnioitus
Toimiminen vastoin viranomaismääräyksiä ja lakia	<ul style="list-style-type: none"> - veronkierto mm. ulkomaisten yritysten käyttö (alviton) - maksaminen ilman kuittia, tarjotaan halvalla ilman kuittia - varastetun tavaran jälleenmyynti - pimeät palkat - verojen välttely - kulujen vääristely - yrityksen ja omien rahojen sekoittuminen - alipalkkaus - ylipäättään harmaa talous - ei noudateta lakia, huolehdita turvallisuusasioista - luonnon saastuttaminen tarkoituksella - valvonnan puute liikenteessä; valvonta on epätasaista

Taulukko 7. Esimerkkejä yrittäjien kohtaamasta epäeettisestä toiminnasta (=millä tavalla, miten on toimittu epäeettisesti).

Vastausten pohjalta voidaan päätellä, että yrittäjien etiikkaa koetellaan enemmän kuin useimmissa muissa työelämän rooleissa toimivien. Epäeettinen toiminta on useimmiten liikekumppaniin tai asiakkaaseen liittyvää, ja nämä suhteet puuttuvat useissa muissa rooleissa toimivilta.

3.6.5 Yrittäjän mahdollisuudet epäeettisen toiminnan suhteen

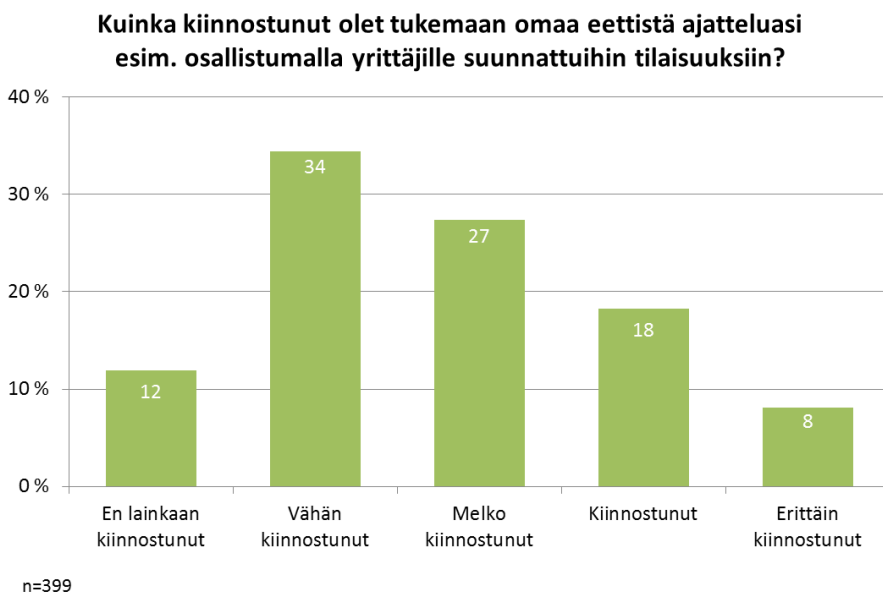
Yrittäjä voi tehdä omaa tapaansa toimia näkyväksi keskeisimmille sidosryhmilleen (asiakkaat, yhteistyökumppanit, henkilöstö). Yrityksen arvojen kirjaaminen ja niistä viestiminen on yksi tapa kertoa, millainen yrittäjän oma näkemys on oikeasta ja väärästä tavasta toimia. Luonnollisesti yrittäjän tulee itse noudattaa näitä julki tuomiaan näkemyksiä. Kilpailijoiden harjoittaman epäeettisen toiminnan suhteen yrittäjän on tehtävä tietoinen valinta ja pysyttävä arvoilleen uskollisena. Epäeettiseen toimintaan mukaan lähteminen johtaa ristiriitaiseen tilanteeseen, joka lisää huomattavasti yrittäjän henkistä kuormitusta. Viranomaisten epäeettiseksi koettu toiminta otetaan useimmiten hyvin raskaasti ja sitä pidetään vakavana asiana.

Kansainvälisessä liiketoiminnassa mukana olevien yrittäjien yhdeksi osaamisen alueeksi nousee eri maissa vallitsevien kulttuurien tunteminen. Käsityksissä oikeista ja hyväksytyistä toimintatavoista sekä vääristä ja kiellettyinä pidetyistä toimintatavoista on eri maiden välillä eroja. Yrittäjän on hyvä ottaa selvää vallitsevasta eettisestä koodistosta. Kun yrittäjä kohtaa epäeettistä toimintaa, yksi keskeinen kysymys on, onko tämä asia, jolle yrittäjä voi tehdä jotakin, vai onko tämä asia, jolle ei voi tehdä mitään?

Jatkuvasti muuttuvassa liiketoimintaympäristössä yrittäjä kohtaa aina uusia ja aikaisemmista poikkeavia eettisiä ongelmia. Vielä 2000-luvun alussa kenenkään yrittäjän ei tarvinnut pohtia henkilöstön työaikana tapahtuvaa jatkuvaa älypuhelimien hivelyä ja että onko se oikein ja sallittua vai pitäisikö siihen jollain tavalla puuttua. Vanhaa sanontaa voidaan kuitenkin tässä yhteydessä käyttää hieman uudelleen muotoiltuna: "eettinen toiminta tulee eettisen toiminnan luokse". Yrittäjän oman etiikan noudattaminen johtaa todennäköisesti varsin erilaiseen liiketoimintaan kuin jos yrittäjä sallii itselleen oman etiikkansa vastaisen toiminnan. Oman etiikan noudattaminen tukee yrittäjän henkistä hyvinvointia. Lisäksi on mahdollista, että eettinen toiminta voi olla kilpailuetu, joka näkyy myös hyvänä taloudellisena tuloksena. Tämän mahdollistaa ansaittu asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden ja henkilöstön luottamus.

3.7 Kiinnostus oman eettisen ajattelun kehittämiseen

Yrittäjiltä kysyttiin kiinnostusta oman eettisen ajattelun kehittämiseen. Esimerkkinä kysymyksessä mainittiin yrittäjille suunnatut tilaisuudet, joissa käsitellään etiikkaa. Neljännes vastaajista oli kiinnostunut tai erittäin kiinnostunut tällä tavalla kehittämään omaa eettistä ajatteluaan. Oman eettisen ajattelun kehittämistä melko kiinnostuneita oli 27 % ja vähän kiinnostuneita reilu kolmannes. Reilu kymmenesosa vastaajista ei ollut lainkaan kiinnostunut tällaisesta (Kuvio 9).

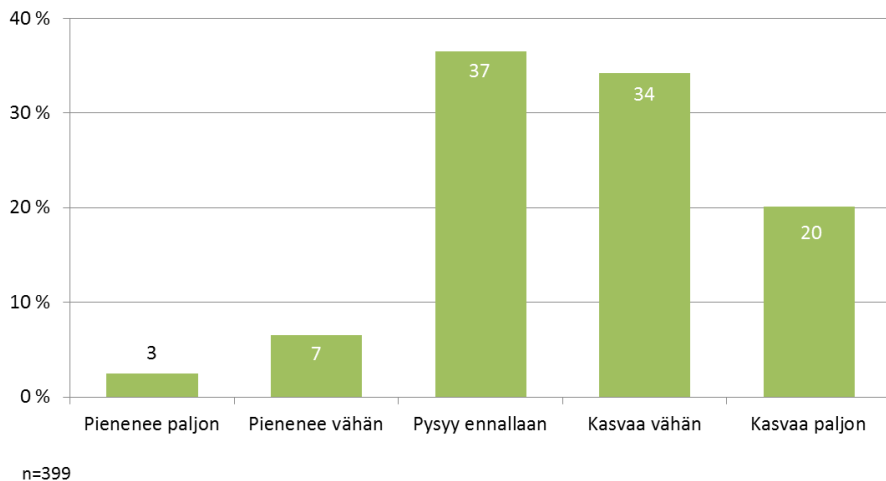


Kuvio 9. Vastaajien kiinnostus tukea omaa eettistä ajatteluaan

3.8 Etiikan merkitys liiketoiminnassa nyt ja tulevaisuudessa

Lähes 400 vastaajaa arvioi etiikan merkityksen kehittymistä tulevaisuudessa verrattuna nykyiseen tilanteeseen. Heistä yli kolmannes arvioi etiikan merkityksen kasvavan vähän ja joka viides vastaaja arvioi sen kasvavan paljon. Reilu kolmannes oli sitä mieltä, että etiikan merkitys liiketoiminnassa pysyy nykyisen tasolla tulevaisuudessa. Joka kymmenes vastaaja arvioi etiikan merkityksen pienenevän tulevaisuudessa (Kuvio 10).

Arvioi, miten etiikan merkitys lähitulevaisuudessa yleisesti liiketoiminnassa kehittyy verrattuna nykyiseen?



Kuvio 10. Vastaajien arvio etiikan merkityksen kehityksestä liiketoiminnassa lähitulevaisuudessa verrattuna nykyiseen.

Yrittäjiä pyydettiin omin sanoin arvioimaan ja kuvailemaan, miten etiikan merkityksen muutos tulevaisuudessa tulee näkymään. Niiden yrittäjien kommentoissa, jotka vastasivat etiikan merkityksen pienenevän, nousi esiin näkemys oman edun tavoittelun, ahneuden ja rahan vallan kasvusta sekä vastuuntunnotomuuden ja epäluottamuksen lisääntymisestä. Etiikan merkityksen pienentymisen taustalla nähtiin usein myös yhteiskunnan merkkihenkilöiden epäeettisten toimien vaikutus. Etiikan merkityksen pienemisen taustalta löytyvät tekijät on koottu oheiseen taulukkoon (Taulukko 8).

Etiikan merkitys liiketoiminnassa pienenee, TOP3

1. Oman edun tavoittelu, ahneus ja rahan valta kasvavat
2. Vastuuntunnotomuus ja epäluottamus lisääntyvät
3. Yhteiskunnan merkkihenkilöt vaikuttavat omilla epäeettisillä toimillaan

Taulukko 8. Etiikan merkityksen pienemiseen vaikuttavat tekijät.

Vastaavasti niiden yrittäjien perusteluissa, jotka näkivät etiikan merkityksen pysyvän ennallaan tai jopa kasvavan, nousi esiin kolme pääteemaa: 1) asiakkaat ja yhteistyökumppanit vaativat eettistä toimintaa, 2) eettisesti toimivat menestyvät sekä 3) avoimuus ja läpinäkyvyys lisääntyvät (Taulukko 9).

Merkitys liiketoiminnassa kasvaa, TOP3	
1. Asiakkaat ja yhteistyökumppanit vaativat eettistä toimintaa	<ul style="list-style-type: none"> • Asiakkaiden vaatimukset ja odotukset ohjaavat liiketoimintaa • Kuluttajat vaativat tekoja ja näyttöjä eettisestä toiminnasta • Asiakkaat ovat entistä valveutuneempia • Arvostukset nousevat hinnan edelle valinnoissa • Yritykset vaativat kumppaneiltaan eettistä toimintatapaa ja tarkastelun kohteena on koko arvoketju • Luotettavuus ja luottamus korostuvat yhteistyösuhteissa
2. Eettisesti toimivat menestyvät	<ul style="list-style-type: none"> • Yrityksen arvot ja periaatteet vaikuttavat yrityksen menestykseen • Etiikasta tulee kilpailuetu
3. Avoimuus ja läpinäkyvyys lisääntyvät	<ul style="list-style-type: none"> • Media ja some paljastavat epäkohdat • Huijauksista jää entistä helpommin kiinni • Huono maine leviää nopeasti • Etiikasta viestitään

Taulukko 9. Etiikan merkityksen kasvamiseen vaikuttavat tekijät.

Asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden vaatimukset ja odotukset ohjaavat toimintaa eettiseen suuntaan. Kuluttajat vaativat näyttöjä ja tekoja eettisesti toiminnasta. Asiakkaat ovat myös entistä valveutuneempia, jolloin arvot ja eettisyys nousevat hinnan edelle valinnoissa. Yritykset vaativat kumppaneiltaan eettistä toimintatapaa, jolloin luotettavuus ja luottamus tulevat korostumaan aiempaa enemmän yhteistyösuhteissa.

"Monesti törmään omalla alallani suorastaan piittaamattomuuteen asiakasta kohtaan. Usein myös asiakkaalle ei kerrota kaikkea jne."

"Asiakkaan veroasioita ei ole hoidettu hänen etujensa mukaisesti eli parhain päin."

Yrityksen arvot ja periaatteet vaikuttavat yrityksen menestykseen, ja näin eettisesti toimivat menestyvät. Eettinen toiminta tulee tulevaisuudessa olemaan kilpailuetu.

"Hintakilpailussa halvin voittaa, vaikka esim. työntekijöiden palkat eivät vastaa tessiä. Harmaata taloutta harrastavat yritykset, varsinkin isot yritykset käyttävät häikäilemättä kaikki mahdollisia "aletalkoita" alihankintoimissa."

Avoimuus ja läpinäkyvyys lisääntyvät yhteiskunnassa koko ajan. Media ja sosiaalinen media paljastavat epäkohtia, tieto virheistä ja epäeettisestä toiminnasta päivittyy lähes reaaliajassa.

Merkitys pienenee: 3 tärkeintä tekijää

1. Oman edun tavoittelu, ahneus ja rahan valta kasvavat
2. Vastuuntunnottomuus ja epäluottamus lisääntyvät
3. Yhteiskunnan merkkihenkilöt vaikuttavat omilla epäeettisillä toimillaan

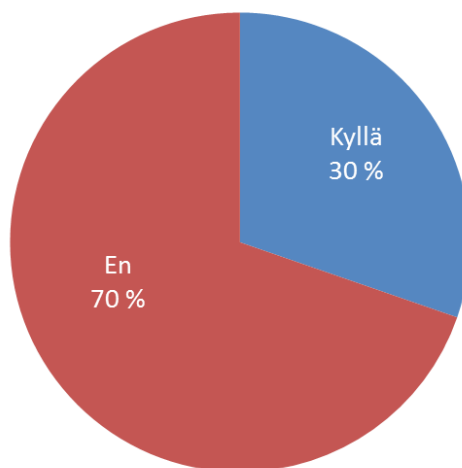
Merkitys kasvaa: 3 tärkeintä tekijää

1. Asiakkaat ja yhteistyökumppanit vaativat eettistä toimintaa
 - Asiakkaiden vaatimukset ja odotukset ohjaavat
 - Kuluttajat vaativat tekoja ja näyttöjä eettisestä toiminnasta
 - Asiakkaat entistä valveutuneempia
 - Arvostukset nousevat hinnan edelle valinnoissa
 - Yritykset vaativat kumppaneiltaan eettistä toimintatapaa, koko arvoketjua tarkastellaan
 - Luotettavuus ja luottamus korostuvat yhteistyösuhteissa
2. Eettisesti toimivat menestyvät
 - Yrityksen arvot ja periaatteet vaikuttavat yrityksen menestykseen
 - Etiikasta tulee kilpailuetu
3. Avoimuus ja läpinäkyvyys lisääntyvät
 - Media ja some paljastaa epäkohdat
 - Huijauksista jää entistä helpommin kiinni, huono maine leviää nopeasti
 - Etiikasta viestitään

3.9 Osallistuminen jatkohaastatteluihin

Lomakkeen lopussa vastaajilta kysyttiin, haluavatko he osallistua jatkossa haastatteluun, jossa haastatellaan yrittäjiä ja kartoitetaan yrittäjien kokemuksia tilanteista, joissa yrittäjä on joutunut pohtimaan tekemänsä ratkaisun eettisyyttä. Kuviosta 11 nähdään, että 30 % kyselyn vastaajista oli käytettävissä yrittäjän etiikkaa koskevaan jatkohaastatteluun.

Oletko käytettävissä yrittäjän etiikkaa koskevaan jatkohaastatteluun?



n=397

Kuvio 11. Vastaajien halukkuus olla käytettävissä yrittäjän etiikkaa koskevaan jatkohaastatteluun.

4 Yrittäjien tarinat

Tutkimusaineistoon sisältyy yrittäjien omiin kertomuksiin ja kokemuksiin perustuvia tarinoita. Niiden tarkoituksena on konkretisoida tilanteita, joissa yrittäjä on joutunut tekemään eettisesti vaikeita arvovalintoja. Tarinoiden kokoamisessa on hyödynnetty teemahaastattelua. Teemahaastatteluissa käytetty runko on liitteenä (Liite 2). Yrittäjien tarinoista on jäljempänä julkaistu lyhyet kuvaukset, jotka on julkaistu myös yrittajaetiikka.fi-blogissa. Tarinat ovat kaikki erilaisia ja aihepiirit koskettavat monia yritystoiminnan osa-alueita. Tämä tukee hyvin tutkimuksen muita havaintoja niistä moninaisista tilanteista, jossa yrittäjän etiikka joutuu koetukselle.

Tarinoissa pohditaan mm. yrityksen henkilöstöön ja yhteistyösuhteisiin liittyviä päätöksentekotilanteita: miten varmistaa perheyrittäjien jatkuvuus, miten toimia YT-neuvottelutilanteissa, miten käsitellä vilpillisen työntekijän tilannetta, miten suhtautua potentiaalisen asiakkaan epäeettiseen toimintaan tai kohtuuttomiin vaatimuksiin, hyödyntääkö palvelutuottajan tekemän virheen. Osaan haastatteluiden perusteella kerätyistä tarinoista liittyy emeritusprofessori Juhani Pietarisen kommentit.

4.1 Ihmisten kunnioitus YT neuvotteluissa

Olemme valtakunnallisesti toimiva palvelualan perheyrittäjä. Ostimme toiselta puolelta Suomea omaa liiketoimintaamme täydentävän yksikön, missä yhteydessä meille siirtyi myös uutta henkilökuntaa. Toimimme kilpaillulla toimialalla, jossa voi pärjätä vain kustannustehokkuusstrategialla. Uuden yksikön toiminta oli tappiollista, eikä vastannut tehokkuudeltaan yrityksemme muuta liiketoimintaa. Tästä syystä meidän oli ryhdyttävä tervehtymään yksikön toimintaa ja jouduin ensimmäistä kertaa pitkällä urallani käynnistämään YT-neuvottelut. Kannattavuutta oli parannettava, mikä johti muiden kehittämistoimenpiteiden rinnalla irtisanomisiin.

”Haastavaa oli saada irtisanottavat ymmärtämähän, kuinka pienellä katteella bisnes pyörii ja kun me saadaan toiminta tehokkaaksi, saataisiin edes osa työpaikoista säilymään.”

Lähdimme käymään neuvotteluja avoimesti ja rehellisesti puntaroiden irtisanottavien osalta kaikkia vaihtoehtoja uudelleen koulutuksesta lähtien. Päätökset tehtiin liiketaloudellisin perustein ja tässä yhteydessä toimintaa keskitettiin Etelä-Pohjanmaalle. Osalle irtisanottavista tarjottiin työpaikkoja myös täältä. Irtisanomisista tuli kovaakin kritiikkiä, kaikki eivät ymmärtäneet tilannetta ja kokonaisuutta.

Suuri osa kuitenkin ymmärsi tilanteen eikä irtisanomisten seurauksena tullut mitään sairaslomien aaltoa.

”Täytyy kyllä antaa hyvä kouluarvosana kavereille, kaikki on kumminkin lopuksi ymmärtänyt minua... ja varmaan kokenut sen niin, että haluan kohdella heitä oikein, niin kuin ihmisiä kohdellaan.”

Jos joudun saamanlaiseen tilanteeseen uudestaan, lisäisin vuorovaikutusta ja kuuntelisin vielä paremmin toista osapuolta. Tärkeää olisi tulla oikein ymmärretyksi ja kunnioittaa neuvottelukumppania. Kaikille osapuolille vaikeista ja negatiivisilta tuntuvista ratkaisuista selvittään ajan myötä ja ne avaavat usein myös uusia mahdollisuuksia.

Emeritusprofessori Juhani Pietarisen kommentti: Varmasti monen työntäjän kohtaama tilanne nykyisin ja siksi eettiseltä kannalta mielenkiintoinen ja tärkeä. Seuraavaksi muutamia näkökohtia. Liiketoiminnan lähtökohta: toiminnan tulee olla kannattavaa. Tämä on tietenkin eettisesti perustelua, kunhan kenenkään ihmisarvoa ei loukata (työntekijöillä on moraalista arvoa eikä vain hinta voitontavoittelun välineenä, Kant!) ja toiminta hyödyttää mahdollisimman monia yhteiskunnassa eikä vain yrittäjää. Eettiseltä kannalta paras ohjenuora on John Rawlsin oikeudenmukaisuuden teoria. Sen kaksi periaatetta ovat vapaasti esittäen: a) kaikkia osapuolia kohdellaan tasa-arvoisesti; b) on valittava vaihtoehto, joka koituu kaikkien osapuolten parhaaksi. Huomattakoon, että koituvan hyödyn ei tarvitse jakaantua tasan, kunhan kaikkien osapuolten eduista huolehditaan. Toimiko yrittäjä tässä tapauksessa eettisesti oikein? Vastaaminen vaatisi tarkempaa tietoa yksityiskohdista, mutta herätän joitakin kysymyksiä.

1. Kustannustehokkuus: Miten paljon yrityksen tuli tuottaa voittoa? Miten voiton laskettiin jakaantuvan, ketkä hyötyvät ja kuinka paljon? Miten kustannusten karsintaa perustellaan, ketkä häviävät ja kuinka paljon? Ovatko irtisanomiset liiketoiminnan kannalta välttämättömiä (ilmeisesti olivat tässä tapauksessa)?

2. Irtisanomisten kohdalla tulee vaikeita asioita pohdittavaksi. Puhtaasti utilitaristisesti ajatellen on perusteltua uhrata muutamia paljon useamman pelastamiseksi. Mutta se ei ole aina välttämättä oikeudenmukaista. Irtisanomiset voivat olla Rawlsin periaatteen b) mukaisia, jos lopputulos niiden jälkeen on kaikkien kannalta parempi kuin ilman niitä. Miten irtisanominen sopii tähän? Koska ilman niitä lopputulos on kaikkien osalta huono, irtisanomiset näyttävät välttämättömiltä. Keskeistä on, miten niiden kohteeksi joutuvia kohdellaan. Millä perusteella valitaan irtisanomiset? Kohdellaanko kaikkia tasapuolisesti? Kuunnellaanko kaikkien näkemyksiä? Miten irtisanottujen aseman huonontumista kompensoidaan (korvaavat työpaikat jne.)?

3. Tässä tapauksessa työnantaja on ainakin yrittänyt ottaa mainitut eettiset näkökohdat huomioon. Tapaus on mielenkiintoinen. Rawlsin teoriaan liittyviä näkökohtia olisi syytä pohtia perusteellisemmin.

4.2 Perheyrietyksen jatkuvuus

Olen toisen sukupolven yrittäjä, vanhemmat perustivat yrityksen lähes 50 vuotta sitten. Minulla on jo kansakoulutyöstä saakka ollut halu jatkaa perheen yritystoimintaa. Valmistauduin johtamiseen sekä kouluttautumalla, että työurallani yrityksen ulkopuolella. Muutama vuosi sitten jouduimme perheyrietyksessä haastavaan tilanteeseen, kun yksi omistajista kuoli. Tässä yhteydessä toimita oli organisoitava uudelleen ja johtoon tuli minun lisäksi toinen omistaja-perheenjäsen. Aika pian tuli meidän johdossa olevien perheenjäsenten toimintatavoissa esiin suuria eroja. Elämänarvoissa olevat suuret erot näkyivät mm. henkilöstön kohtelussa ja työmoraalissa.

”Tilanne ei ollut eduksi tälle yritykselle, ei sen liiketoiminnalle eikä myöskään meidän henkilökunnalle. Täällä kyllä ihmiset voi aika pahoin. Oltiin niin kun eksyksissä ja pallo oli kyllä pahasti hukassa.”

Tilanne sai pohtimaan asiaa sekä yrityksen liiketoiminnan ja perheyrietyksen jatkuvuuden, että omalta kannaltani. Perheenjäsenten keskinäiset ristiriidat kuluttivat valtavasti energiaa, joka pitäisi haasteellisina aikoina käyttää yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen. Pohdinnan jälkeen päädyimme puolisoni kanssa ostamaan yhtiön osake-enemmistön ja sen jälkeen järjestelemään johtajuutta uudestaan. Perheenjäsenten kesken tämä tietysti aiheutti ristiriitaa, mutta katsoin, että se oli liiketoiminnan jatkuvuuden kannalta välttämätöntä.

”... jos olisin itse halunnut päästä helpolla, niin olisi ollut ehkä helppo antaa periksi ja vaikka etsiä töitä perheyrietyksen ulkopuolelta.”

Asetin perheyrietyksen jatkuvuuden ja koko työyhteisön hyvinvoinnin edelle ratkaisuisiani. Vanhimpana lapsena koin suorastaan velvollisuudeksi varmistaa yrityksen tulevaisuus. Päätös osoittautui kipeydestään huolimatta onnistuneeksi.

4.3 Vilpillinen työntekijä

Yrityksessäni paljastui, että yksi työntekijä otti yrityksen tuotteita omaan käyttöönsä. Aluksi muut työntekijät alkoivat epäillä, että näin tapahtuu. He kiinnittivät huomioita normaalista poikkeaviin ja kummallisiin asioihin. Muut työntekijät yrittivät vähän vihjailla minulle, että jotain normaalista poikkeavaa voisi olla tämän

yhden esimiesasemassa olevan henkilön käyttäytymisessä. Mutta minä en asiaa näistä ensimmäisistä vihjailuista ymmärtänyt.

”Yleensä minä uskon hyvään niin kauan kuin ei ole pakko uskoa muuta. En vielä niistä vihjeistä oikein ymmärtänyt, ennen kuin yksi meidän työntekijä vähän niin kuin arasti tuli näyttämään, että tällaisia [tuotteita] on nyt lähetetty ja tällä tavalla näitä on kuljetettu.”

Mainittuja tuotteita ei löydy sieltä mistä pitäisi. Tähänkin havaintoon epäilyksen kohteena olleelta henkilöltä saatiin kootut selitykset. Minulla tuli mieleen kaksi erilaista vaihtoehtoa hoitaa asia. Ensimmäisenä mieleeni tuli hoitaa tämä asia YT-neuvottelujen kautta. Toinen vaihtoehto oli, että nostetaan tämä asia esille ja käsitellään se ensin itse asiana pois. Asian käsittely oli tärkeää senkin takia, että se toimii viestinä yrityksen muillekin työntekijöille. Epärehellinen käyttäytyminen ei ole hyväksyttävää ja sellaiset asiat selvitetään tässä yrityksessä.

Siinä tilanteessa oli tärkeää miettiä omia viestejä tälle nimenomaiselle työntekijälle. Miksi hänellä oli sellainen käsitys, että meidän yrityksessä voisi toimia näin? Oliko meidän toimintatapa niin epämääräistä, että hän oli ymmärtänyt vilpillisen toimintatavan olevan hyväksyttävää? Vai ajatteliko hän, että ei jää kiinni koko asiasta? Toki hän itse kiisti koko asian ihan loppuun asti eikä mielestään ollut mitään väärää yrityksessämme koskaan tehnytkään. Mutta todisteet olivat kyllä aika selvät.

Työntekijä ei missään vaiheessa tunnustanut tehneensä mitään väärää. Lopulta asiassa kuitenkin päädyttiin siihen, että työsuhde loppui yhteisestä päätöksestä.

”Se oli sitten semmoinen päätös sille. Nämä ovat aina raskaita asioita. Siinä aika monta viikkoa meni ajatukset askarrellen tämmöisessä.”

Vilpillisen toiminnan tultua ilmi muun henkilöstön luottamus tätä henkilöä ja hänen tekemisiään kohtaan katosi. Kaikilla oli ihan helpottunut olo, kun tämä asia saatiin päätökseen. Vastaavien tilanteiden ennalta ehkäisemiseksi yrityksen arvoja ja toimintamalleja olisi hyvä pitää aikaisempaa enemmän esillä.

Emeritusprofessori Juhani Pietarisen kommentti: Tämä on eettiseltä kannalta katsoen hyvin hoidettu tapaus. Työntekijä toimi saatavilla olevan evidenssin valossa selvästi väärin ja asiaan piti puuttua. Myös puuttumisen tapaa on harkittu perusteellisesti ja päädytty ilmeisen oikeaan ratkaisuun. Parasta olisi ollut päästä kahdenvälisen keskustelujen kautta yhteisymmärrykseen, mutta koska työntekijä ei ollut siihen valmis, loppuratkaisu on eettisesti perusteltu niin työntekijän, yrityksen kuin henkilöstön kannalta.

4.4 Toisen virheestä hyötyminen

Meillä käytiin neuvotteluja erään tietotekniikkaan liittyvän yrityksen kanssa. Neuvottelussa päästiin sopimukseen. Tavarantoimittaja lähetti kirjallisen sopimusedotuksen meille. He olivat omaksi vahingokseen jättäneet siinä arvonlisäveron huomioimatta. Siinä oli ihan selvä kirjoitusvaiheessa tapahtunut virhe. Moni olisi siinä vaiheessa pistänyt nimet paperiin ja asia olisi ollut sillä selvä. Seuraavan laskutuksen yhteydessä toimittaja olisi vain voitotellut, että oi oi, tästä unohtuikin nyt tämä ja tulikin 10 000 euron virhe. Virhe olisi tietysti toistunut vuoden tai kaksi, mikä sen sopimuksen pituus nyt sitten olikaan. Aikanaan he olisivat asian kyllä korjanneet. Meillä oli juuri muutamaa kuukautta aikaisemmin määritelty ja kirjattu yrityksen arvot. Haluamme olla rehti, reilu ja rehellinen kaikkia sidosryhmiä kohtaan. Arvojen kirjalliseen muotoon saattaminen ja niiden viestiminen koko henkilökunnalle oli sellainen tausta, että minun mielestäni asiassa ei ollut hetkenkään epäselvyyttä. Me toimitaan näiden määrittelemiemme arvojen mukaisesti ja kerrotaan virheestä tavarantoimittajalle.

”Onkohan tässä tullut kirjoitusvirhe? Meille jäi toisenlainen käsitys asiassa.”

Voin sanoa, että sellainen hetkellinen yhden tai kahden kymppitonnin hyöty vaihtui pitkäaikaiseen luottamukselliseen kumppanuuteen. Se hinta siitä kumppanuudesta ehdottomasti kannatti maksaa. Ilo siitä kymppitonnin taloudellisesta hyödystä olisi ollut todella lyhytaikainen. Totta kai tämä kumppani olisi yrittänyt saada sen kymppitonnin tai useamman takaisin sitten jatkosopimuksissa. Siinä olisi ehkä kumminkin päädytty loppujen lopuksi nolla tilanteeseen. Tosin sillä erotuksella, että me olisimme olleet jatkuvasti heidän silmissään epäilyttävä kumppani: Nuo käyttävät aina hyväkseen toisen virhettä.

”Itse teemme joskus virheitä ja toivomme, kun joitakin kirjoitusvirheitä teemme, että niistä ei sitten heti meitä rankaistaisi viimeisen päälle ankarasti.”

Emme toisiaankaan halua kenenkään virheellä hyötyä. Me haluamme hyötyä sitä kautta, että olemme asiantuntija omalla alallamme. Pystymme myymään omia palveluja ja tuotteita ja tuottamaan sitä kautta asiakkaalle hyötyä. Asiakkaan kannattaa meidän tuotteista ja palveluista maksaa ja saada sitä kautta hyötyä omassa liiketoiminnassa. Olen joskus käyttänyt esimerkkinä sanontaa, että parempi pientä rahaa varmemmin kuin suurta rahaa harvemmin. Tämä on sellainen aika lailla hyvä elämän ohje. Kerta sattumukset, varsinkin jos ne perustuvat toisen virheeseen, niistä ei pitkäaikaista iloa ole. Mieluummin rakennan pitkäaikaisia asiakassuhteita, jotka sitten vuosien saatossa kumminkin ovat rakentavampia ja kannattavampia.

4.5 Potentiaalisen asiakkaan epäeettinen toiminta

Olen toiminut yrittäjänä, yksinyrittäjänä tai osakkaana isommassa yrityksessä jo pitkään, lähes parikymmentä vuotta. Pidän yrittäjyyttä arvona, yhteiskunnallisena arvona. Olen alusta saakka miettinyt, että yrityksellä ja yrittäjällä on aina vastuu suhteessa asiakkaisiin ja muihin yhteistyökumppaneihin. Minulla on muutamia kertoja ollut kokemuksia, jossa oma etiikkani on ollut koetuksella. Tämä tarina koskee uutta yritystä, joka otti meihin yhteyttä. Yritys toivoi aika suurta yhteistyötä ja merkitsi siten houkuttelevaa taloudellista mahdollisuutta. Tutkin yritystä mm. netin kautta: Mitä tämän tyyppisiä yrityksiä kirjoitetaan ja minkälaisia kokemuksia asiakkailta heistä on? Muutenkin pohdin, onko tällainen yritystoiminta minun oman arvomaailmani mukaista. Soitin vielä yritykseen ja kysyin, että minkä takia olette lähtenyt tämän tyyppiseen yritystoimintaan mukaan? Kun he sanoivat syyn, varmistuinkin siitä, etten lähde tämän potentiaalisen asiakkaan kanssa yhteistyöhön.

”Tulin siihen tulokseen, että tämä yritystoiminta sisältää epäeettisiä piirteitä. Se ei ollut minun mielestäni sellainen yritys, joka rakentaa oikeasti hyvää liiketoimintaa.”

Yritys olisi halunnut, että olisimme lähteneet yhteistyöhön heidän kanssaan. Käytännössä menetin aikamoisen summan rahaa. Mutta minulle on tärkeää, että pystyn allekirjoittamaan omat tekemiseni ja myös asiakkaan tekemiset. Tämä asiakas ei vastannut minun arvojeni eikä yhteiskunnan merkittäviä arvoja. Mielestäni asiakkaankaan yritystoiminta ei voi perustua ihmisten hyväksikäyttöön. Haluan kunnioittaa itseäni yrittäjänä. Kun herään aamulla, voin katsoa itseäni peilistä silmiin.

”Rahan tekeminen on oikein. Rahan tekeminen keinolla millä hyvänsä on väärin.”

Emeritusprofessori Juhani Pietarisen kommentti: Tämä on malliesimerkki eettisten näkökohtien pitämisestä tärkeänä yritystoiminnassa. Olen myönteisesti yllättynyt, että tällaista esiintyy. Yrittäjä toteuttaa Kantin periaatetta, ettei ihmisiä saa kohdella pelkästään voitontavoittelun välineenä vaan arvona sinänsä. Heillä ei ole vain hinta vaan ennen kaikkea moraalista arvoa.

4.6 Asiakkaan vilpillinen toiminta

Olen toiminut perheyriksessä, johon liittyy läheisesti monia samaa tuotetta valmistavia sopimusyrittäjiä. Meillä on heille kaikille samanlainen sopimus ja me olemme kasvaneet heidän kansaan kiinteään kumppanuussuhteeseen. Sopimuk-

sen mukaan sitoudumme ostamaan tuotteet sovittuun hintaan. Sopimuksen kesto voi olla useita vuosia. Tähän liittyy aina siis molemminpuolinen riski.

Eräänä vuonna eräs iso sopimusyrittäjä tuli luokseni. Hän ei ollut toimittanut tuotteita sopimuksen mukaisesti. Hän sanoi, että hänelle on maksettava parempi hinta kuin muille, koska hän on mm. niin iso yrittäjä ja monia muita hinnan korotusargumentteja. Sanoin, että ei se käy. Jos nostan sinulle hintoja, pitää samalla nostaa muillekin hintoja. Yrittäjä totesi, että ei muiden tarvitse sitä tietää. Pidetään tämä meidän kahden välisenä asiana.

Hetken houkutus oli, että tekisin kättä päälle sopimuksen ja saisin rattaat pyörimään. Mutta tätä en voinut tehdä. Tämä ei ollut mielestäni oikein muille sopimusyrittäjillemme. Tämä iso sopimusyrittäjä päätti kuitenkin rikkoa sopimuksemme ja myi tuotteet kilpailijallemme ja suoraan sanottuna olimme aikamoisessa pulassa. Tästä mentiin sitten käräjille, koska kyseessä oli sopimusrikkomus. Saimme pienen sopimusrikkomuskorvauksen, mutta myös äärimmäisen suuret taloudelliset menetykset ja henkiset koettelemukset mm. oikeussalissa. Kuitenkin ajattelen, että niin kuin lakimieheni sanoi.

”Tiedätkö, kun menet peilin eteen ja katsot itseäsi, niin sinun pitää pärjätä itsesi kanssa.”

Ajattelen, että jos olisin silloin antanut periksi oikeustajulleni, olisin seuraavalla kerralla helpommin sortunut epäeettiseen toimintaan. Uskon, että mielenrauha on tärkeintä ja tälläkin hetkellä pystyn kyseisen yrittäjän kohtaamaan pystypäin, mutta hän ei pysty minua katsomaan silmiin.

4.7 Oma ammattietiikka ja asiakkaan kohtuuttomat vaatimukset

Tulkkausalalla joudun jatkuvasti harjoittamaan eettistä pohdintaa monessakin kysymyksessä. Eettinen pohdinta ja tulkkien ammattisäännösten säätämä ”hyvä tulkkitapa” ovat päälimmäisenä mielessä etenkin asioimis- eli viranomaistulkkauksessa sekä oikeustulkkauksessa, joissa on kysymys yksilön oikeusturvasta ja välillisesti myös yhteiskunnan oikeusvarmuuden toteutumisesta.

Yksi tapaus liittyy kokous- eli konferenssitulkkaukseen, josta kansalaisjärjestö oli järjestämässä monikielistä konferenssia ja halusi tilata kauttani opiskelijatulkit. Perekdyttyäni tilaisuuden ohjelmaan ja aikatauluun tajusin, ettei tehtävä ole kenen tahansa opiskelijan tehtävissä eikä varsinkaan palkkiottomasti ja että niin monen kielyhdistelmän tulkkeja on hankala löytää. Kokosin kuitenkin sopivien

kieliyhdistelmien konferenssitulkkitiimin 30 % normaalihintoja edullisemmin. Sain ylipuhuttua tulkitkin alennustalkoisiin tärkeän humanitäärisen asian vuoksi.

"Asiakas pöyristyi hintaa ja tyrmäsi tarjouksen sekä vähätteli tarvittavaa tulkkien ammattitaitoa."

Itse tiedän, että kysymys oli erittäin vaativasta monikielisestä konferenssitulkaustehtävästä, jossa kaikkien osallistujien kielelliset oikeudet pitää pystyä toteuttamaan tasa-arvoisesti, jotta kaikki ymmärtävät kaiken ja voivat itsekin osallistua keskusteluun. Myös tulkkien käyttämä äänentoistotekniikka pitää pystyä järjestämään asianmukaisesti.

Kerroin myös esimerkin eräästä erikielisille maahanmuuttajille suunnatusta info-tilaisuudesta, josta muodostui viestinnällinen fiasko. Tulkkien ammattitaito ei ollut riittävä ja tarvittavaa monikanavaista äänentoistotekniikkaa ei ollut käytettävissä.

"Suomenkieliset puheet tulkattiin sitten lähinnä vain englantiin yhden tulkin voimin koko tilaisuuden ajan ja muut tulkit seisoivat vieressä hiljaa."

Tulkkausalan yrittäjä joutuu jatkuvasti pohtimaan, miten säilyttää tulkkauksen ammattieettisesti korkealla tasolla asiakkaiden aliarvioidessa tarvittavaa ammattitaitoa karsiessa tulkkausalan liittyviä kustannuksia.

5 YHTEENVETO TULOKSISTA JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

5.1 Yhteenveto tuloksista

Tutkimuksen päätavoitteena oli kartoittaa yrittäjien eettisiä haasteita toiminnassaan. Tutkimuksen päätavoite jakaantui kuuteen tutkimusongelmaan, joita tarkasteltiin tutkimuksessa yrittäjille toteutetun internetkyselyn ja siitä saadun tutkimusaineiston pohjalta:

1. Kuinka tärkeänä yrittäjät pitävät eettisyyttä yritystoiminnassa?
2. Kuinka eettisenä yrittäjät pitävät omaa toimintaansa?
3. Onko yrityksillä dokumentoitu arvopohja?
4. Kuinka eettiset näkemykset vaikuttavat yhteistyökumppaneiden ja työntekijöiden valintaan?
5. Millaisissa tilanteissa yrittäjät ovat kokeneet etiikkansa olleen koetuksella?
6. Miten yrittäjät arvioivat etiikan merkityksen kehittyvän liiketoiminnassa?

Tutkimusaineisto koostui yli 400 yrittäjän vastauksista ja antaa kattavan kuvan tutkimuksen tavoitteisiin ja tutkimusongelmaan, joskin kyselyyn ovat todennäköisesti vastanneet aktiivisemmin ne yrittäjät, joita eettiset kysymykset eniten kiinnostavat. Kyselyssä oli esitetty sekä strukturoituja kysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Avoimien kysymysten osalta voidaan olla myönteisen yllättyneitä vastausten määrästä ja rikkaasta sisällöstä. Toisaalta tämä on ymmärrettävää ajatellen etiikka-teeman laaja-alaisuutta, mutta toisaalta tulokset tuovat tärkeällä tavalla esille sen, miten merkityksellistä yrittäjän eettinen pohdinta on. Seuraavassa tiivistetyt vastaukset esitettyihin tutkimusongelmiin.

Kuinka tärkeänä yrittäjät pitävät eettisyyttä yritystoiminnassa ja kuinka eettisenä yrittäjät pitävät omaa toimintaansa?

Tutkimusaineiston mukaan eettiset kysymykset ovat vahvasti esillä yrittäjien arjessa ja vaikuttavat yrittäjien toiminnan taustalla. Yrittäjistä 90 % piti eettisiä toimintatapoja omassa toiminnassaan joko tärkeänä tai erittäin tärkeänä. Käytännössä tämä näkyi monin eri tavoin avoimissa kysymyksissä, mm. yrittäjien kuvatessa tuntemuksiaan ja pohdintojaan heidän kohdattuaan epäeettistä toimintaa tai painostusta toimia itse epäeettiseksi kokemallaan tavalla. Hieman yli puolet (55 %) yrittäjistä piti omaa toimintatapaansa yrittäjänä hyvin eettisenä ja 41 % melko eettisenä.

Onko yrityksillä dokumentoitu arvopohja?

Vaikka yrityksille on todennettu olevan arvopohjan määrittelystä ja dokumentoinnista monia hyötyjä, ei sitä ollut tehty kovinkaan monissa yrityksissä. Kyselyyn vastanneista yrittäjistä vain noin 30 prosentilla oli yrityksessään dokumentoitu arvopohja. Pienillä yrityksillä arvopohja oli isoja harvemmin dokumentoitu. Yhden työntekijän yrityksistä vain noin joka viidennellä oli arvopohja dokumentoitu, yli kymmenen työntekijän yrityksistä kahdella viidestä.

Kuinka eettiset näkemykset vaikuttavat yhteistyökumppaneiden ja työntekijöiden valintaan?

Yrittäjien eettiset näkemykset vaikuttavat yhteistyökumppaneiden ja työntekijöiden valintaan. Yli 90 % yrittäjistä piti uuden työntekijän valinnassa tärkeänä hänen sopivuuttaan yritykselle eettisestä näkökulmasta. Samoin yli 90 % yrittäjistä piti yhteistyökumppaneiden valinnassa tärkeänä kumppanin eettistä toimintatapaa.

Millaisissa tilanteissa yrittäjät ovat kokeneet etiikkansa olleen koetuksella?

Noin 4/5 yrittäjistä vastasi törmänneensä tilanteisiin, joissa oma etiikka yrittäjänä oli ollut koetuksella. Yrittäjät törmäivät etiikkaa koetteleviin tilanteisiin jatkuvasti jokapäiväisessä arjessa ja näitä tilanteita oli hyvin monenmoisia. Etiikkaa koettelivat yhtä lailla yrittäjän oma toiminta kuin asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden toiminta, odotukset ja vaatimukset. Seuraavassa vastaajien kommentteista poimittuja esimerkkejä liittyen pohdintoihin omaan toimintaan yrittäjänä:

- Nostetaanko asiakkaalle esille omia virheitä, jos asiakas ei niitä itse huomaa?
- Oltiinako asiakkaalle rehellisiä parhaasta ratkaisusta?
- Myydäänkö asiakkaalle hänen valitsemaansa tuote, jonka tiedetään olevan tarkoituksen epäsopiva ja huono?
- Pystytäänkö toteutusta tekemään kilpailutuksissa tarjotulla hinnalla?
- Asiakas odottaa/vaatii kuititonta kauppaa ja odottaa siten saavansa alennusta?
- Valitaanko kotimainen vai ulkomainen tuote?
- Voiko myydä ja markkinoida tuotetta johon ei itse usko (eivät ole esim. eettisesti valmistettuja)?
- Ilmoitetaanko tavaran ym. toimittajalle virheestä, joka koituisi oman yrityksen eduksi ja toimittajan tappioksi?

Miten yrittäjät arvioivat etiikan merkityksen kehittyvän liiketoiminnassa?

Tämän tutkimuksen tulokset tukevat näkemystä etiikan merkityksen kasvusta. Yli puolet (54%) kyselyyn vastanneista yrittäjistä näki etiikan merkityksen liiketoiminnassa kasvavan ja 37 % pysyvän ennallaan. Näiden yrittäjien perusteluissa, jotka näkivät etiikan merkityksen pysyvän ennallaan tai jopa kasvavan, nousi esiin kolme pääteemaa: 1) asiakkaat ja yhteistyökumppanit vaativat eettistä toimintaa, 2) eettisesti toimivat menestyvät sekä 3) avoimuus ja läpinäkyvyys lisääntyvät. Yrittäjistä noin 10 % arvioi etiikan merkityksen pienenevän. Näiden yrittäjien näkemysten perusteluissa nousi usein esiin näkemys oman edun tavoittelun, ahneuden ja rahan vallan kasvusta, vastuuntunnottomuuden ja epäluottamuksen lisääntymisestä sekä yhteiskunnan merkkihenkilöiden epäeettisten toimien vaikutus.

Vastausten sisällöllinen analysointi ei tuo tarkasti esille, missä määrin ko. epäeettinen toiminta on vahingoittanut yrittäjän liiketoimintaa. Vastauksista on kuitenkin pääteltävissä, että myös sillä, kuka epäeettisesti toimii, on iso merkitys. Toisin sanoen yksittäiset epäeettiset teot eivät välttämättä tuo suurta vahinkoa, jos ne ovat vältettävissä tai vahingot muutoin korjattavissa. Sen sijaan epäeettinen toiminta, joka on hyvin vahvasti ko. liiketoimintakentän kulttuurissa tai esimerkiksi osa olemassa olevaa (yhteiskunnallista) systeemiä, on usein merkittävän vahingollista.

Yksi keskeinen johtopäätös on, että yrittäjä kohtaa runsaasti ja muita enemmän epäeettistä toimintaa. Yrittäjien arkeen kuuluu säännöllinen kanssakäyminen liikekumppaneiden, asiakkaiden, kilpailijoiden ja viranomaisten kanssa. Kun epäeettistä toimintaa ilmenee kaikilla em. tahoilla, yrittäjät myös tämän runsaan vuorovaikutuksen myötä kohtaavat epäeettistä toimintaa enemmän kuin sellaiset henkilöt, joiden arjesta puuttuvat esimerkiksi liikekumppanit ja kilpailijat. Yrittäjien pitäisi tietoisesti tehdä töitä oman etiikkansa vahvistamiseksi ja yhteistyökumppaneille näkyväksi tekemiseksi. Toiseksi, toimintaympäristön muutoksista johtuen yrittäjä kohtaa jatkuvasti yhä uusia epäeettisen toiminnan tapoja. Yrittäjille pitäisi mahdollistaa epäeettisen toiminnan raportointi keskitetysti yhteen paikkaan, jossa aineistoa koottaisiin ja analysoitaisiin. Kertyvän aineiston pohjalta voitaisiin seurata yrittäjän etiikkaan liittyvien haasteiden kehittymistä. Lisäksi se voisi joissain tapauksissa mahdollistaa esimerkiksi lausuntojen antamisen, joilla tavoitelleen joko jonkin asian esiin nostamista tai pyritään vähentämään yhteiskunnassamme ilmenevää ja yrittäjien kokemaa epäeettistä toimintaa.

5.2 Toimenpide-ehdotukset

5.2.1 Yrittäjille

Eettisesti kestävä liiketoiminta tuo yrittäjälle mielenrauhaa ja yrityksen liiketoiminnalle kestävää menestystä. Yhä useammat kuluttajat ja organisaatiot odottavat tuotteiden ja palvelujen tarjoajilta läpinäkyvyyttä ja eettisesti kestävää tapaa toimia. Onko yritys osa tuotantoketjua, jonka toiminta perustuu sertifioituihin laatujärjestelmiin? Pystytäänkö pitämään huoli siitä, että laatu ei katkea omaan yritykseen? Varmistamalla oma laatu kestäväksi varmistetaan myös oma tulevaisuus silloinkin, kun asiakkaat peräänkuuluttavat vahvaa eettistä pohjaa. Yrittäjän on syytä käydä ajatuksella läpi omia arvojaan ja yrityksensä toimintatapoja. Eläkö yrittäjä itse ja eletäänkö yrityksessä omien arvojen mukaista elämää? Ollaanko ylpeitä siitä, mitä tehdään ja jätetään tekemättä?

Yrittäjän on hyvä osallistua keskusteluun eettisistä valinnoista muiden yrittäjien ja asiantuntijoiden kanssa. Näin saadaan näkökulmia ja vertaistukea päätösten tekosi pohjaksi. Tämän tutkimuksen vastaajien mukaan arvot ovat monella tapaa koetuksella, ja epäeettisyyden törmäminen on käytännössä väistämätöntä. Miten säilyttää kokonaiskuva siitä, mitkä ovat oman toimialan vakiintuneita käytäntöjä? Onko toimialalla omat eettiset ohjeistot, ja noudatetaanko niitä? Onko eettisistä kysymyksistä mahdollista keskustella vaikkapa oman yrittäjäjärjestön tilaisuuksissa? Jokainen yrittäjä voi määrittellä toimintaansa ohjaavat arvot, luoda eettiset ohjeet ja laatia ympäristöohjelman.

Yrittäjän kannattaa laajentaa asiakas- ja kumppaniverkostoja etiikkaa arvostavien yrittäjien kanssa. ”Kerro minulle, ketkä ovat ystäviäsi, ja minä kerron, millainen olet.” Kumppanit vaikuttavat väistämättä yrityksen maineeseen ja laatumielikuvaan.

Rekrytoinneissa yrittäjän kannattaa huomioida hakijoiden arvopohja ja toimia vastuullisesti henkilöstöä kohtaan. Onpa hän sitten palkkaamassa henkilöstöä tai tarjoamassa asiakkaalle palvelua, on huolehdittava, että yrityksen lupaukset vastaavat todellisuutta. Luottamuksen rakentaminen on vaativaa, ja sen palauttaminen monin verroin vaativampaa, joskus jopa mahdotonta.

5.2.2 Elinkeinopolitiikalle

Tutkimustulosten pohjalta voidaan päätellä, että sekä valtakunnallinen että paikallinen elinkeinopolitiikka luovat raamit eettisesti kestäväälle yritystoiminnalle. Tarkoituksenmukainen lainsäädäntö kitkee epätervettä verosuunnittelua ja harmaata taloutta. Valtakunnallinen yrittäjäjärjestö ponnistelee paikallisen sopimisen

puolesta. Paikallinen sopiminen antaa mahdollisuuden rakentaa luottamusta yrittäjien ja työntekijöiden välille. Viime aikoina järjestö on tähdännyt yksinyrittäjien aseman parantamiseen valtakunnassa ja heidän aseman tasa-arvoistamiseen suhteessa suurempiin yrityksiin. Keskeisenä kysymyksenä voidaan nostaa esiin luottamuksen merkitys yhteiskunnassa yleisesti sekä yrittäjien, elinkeinotoimijoiden ja virkamiesten kesken. Luottamusta voivat koetella yrittäjien epärealistiseksi tai epärealistisiksi kokemat kilpailutukset ja päättävissä asemassa olevien todettut tai epäillyt väärinkäytökset. Kohtaavatko yrittäjien, poliittisten päättäjien ja virkamiesten arvot ja etiikka? Virkamiesten ja poliittisen vallan edustajien olisi tärkeää perehtyä yrittäjyyden todellisuuteen ja madaltaa asenteellisuuteen ja suoranaisiin virheellisiin tai puutteellisiin tietoihin perustuvia kynnyksiä itsensä ja yrittäjien välillä.

Yksi suuri lähiaikojen muutostekijä on maakunta- ja sosiaali- ja terveystieteiden uudistus. sote- ja maakuntauudistus. Tämä vaikuttaa lähivuosina vielä arvaamattomalla tavalla etenkin sote-alan ja sen liitännäiselinkeinoilla toimivien yrittäjien toimintaedellytyksiin. Varsinkin kilpailuttamisen osaaminen ja pelisäännöt sekä asenteet mikro- ja pk-yrittäjyyttä kohtaan nostavat esiin eettisiä kysymyksiä. Kilpailutetaanko yritykset niin pieniin tuottomarginaaleihin, että niillä ei ole enää varaa tuottaa laatuvaatimukset täyttäviä palveluja? Miten varmistetaan, että yritykset pystyvät myös kehittämään toimintaansa ja osaamistaan? Kohtaavatko yrittäjien ja alueellisten elinkeinotoimijoiden visiot, pystytäänkö yhdessä rakentamaan kestävää alueellista strategiaa? Onko vuoropuhelu aitoa, onko verkottumiseen tahtoa ja taitoa? Onnistutaanko luomaan sekä aloittaville että jo toimiville yrittäjille toimintaympäristö, joka mahdollistaa terveen ja eettisesti kestävä yrittäjätoiminnan?

5.2.3 Tutkimukselle

Ensinnäkin, tämän määrällisen tutkimuksen keinoja hyödyntävän tutkimuksen mukaan noin 80 % vastanneista yrittäjistä on ollut tilanteissa, joissa heidän oma etiikkansa on ollut koetuksella. Näitä tilanteita on ollut hyvin monenlaisia. Tutkimuksen ja yrittäjän etiikkaan liittyvän keskustelun kehittämisen näkökulmista olisi mielenkiintoista päästä toteuttamaan laadullinen tutkimus, jossa koottaisiin yksittäisten yrittäjien täsmällisistä omista etiikkaan liittyvistä kokemuksista tarinoita. Tutkimuksessa voisi hyödyntää laadullisen tutkimuksen menetelmiä ja esimerkiksi teemahaastattelua hyödyntäen koota edellä mainittuja kokemuksia ja tuoda ne sitten esiin esimerkiksi yrittäjän etiikkasivustolla.

Toiseksi, yrittäjän etiikasta saataisiin lisää mielenkiintoista tietoa selvittämällä, millaisten eettisten arvovalintojen varaan yrittäjän toiminta rakentuu. Miten tietoisesti hän miettii omia arvojaan, ja miten ne näkyvät hänen toiminnassaan ja

yrityksen käytännössä? Miten hän prosessoi yrityksensä arvoja, miten hän viestii niistä ja miten hän saa ne elämään ja näkymään yrityksensä arjessa? Mitkä ovat ne viimekätiset eettiset periaatteet, joista hän ei ole valmis tinkimään missään olosuhteissa? Mistä hän tunnistaa, jos toiminnan eettisyys on lipsumassa? Vai onko tilanteita, joissa hän astuu tai on astunut tietoisesti harmaalle alueelle, ja jos niin miksi? Kolmanneksi, yrittäjyyteen olennaisesti liittyvä ja kiinnostava aihe on luottamus: mitä se merkitsee yrittäjälle, miten hän rakentaa sitä suhteessa toisiin ja miten kokee luottavansa muihin?

Neljänneksi, yksi jatkotutkimuksen toteuttamistapa voisi olla samankaltainen kuin tämän tutkimuksen, sillä erotuksella, että keskitytään muutamii toimialoihin. Toteutus voisi olla joko noin 6-7 toimialan valmiilla luokituksella tai sitten keskittymällä valittuihin pariin kolmeen toimialaan. Päättökysymysaiheena voisi olla esimerkiksi, miten ja mitä eettistä pohdintaa tai haasteita toimiala luo yrittäjän ja yrityksen etiikkaan. Tässä tutkimuksessa vastaajilta ei kysytty toimialaa. Lomakkeen kysymyksiä täsmennettäisiin toimialan näkökulma huomioiden. Toisaalta nyt toteutetun kaltaisen tutkimuksen voisi tehdä yhteistyössä rajatun kohderyhmän kanssa. Sellaisessa tutkimuksessa Yrittäjänaiset voisi olla yksi mahdollinen yhteistyökumppani. Näin menetellen saisimme nykyistä tarkempaa tietoa naisyrittäjien etiikkaan kohdistuvista odotuksista ja haasteista.

Viidenneksi, yli puolet yrittäjistä uskoo eettisten kysymysten merkityksen lähitulevaisuudessa kasvavan. Mielenkiintoista olisikin selvittää, miten kuluttajat huomioivat eettisiä kysymyksiä. Miten eettiset kysymykset vaikuttavat kuluttajien valintoihin, vai vaikuttavatko? Voisiko oikeasti olla niin, että eettiset kysymykset voisivat nousta nykyistä useammille yrityksille todellisiksi kilpailuvaltiksi?

LÄHTEET

- Aaltonen, T. & Junkkari, L. 2003. Yrityksen arvot ja etiikka. 3. p. Helsinki: WSOY.
- Etiikkatiimi: Keskustelua yrittäjän arvoalinnoista. 2018. [Verkkosivusto]. Saatavana: <http://www.yrittajanetiikka.fi/>
- Etiikkatiimi: Keskustelua yrittäjän arvoalinnoista. Ei päiväystä. [Facebook-sivusto]. Saatavana: <https://www.facebook.com/etiikkatiimi/>
- Fromm, E. 1984. Ihmisen osa. Suom. Kari Turunen. 2. p. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Havard, A. 2011. Hyvejohtajuus. Suom. Jason Lepojärvi. 2. p. Helsinki: Providentia.
- Ladkin, D. 2015. Mastering the ethical dimension of organizations: a self-reflective guide to developing ethical astuteness. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Ladkin, D. 2016. When deontology and utilitarianism aren't enough: How Heidegger's notion of "Dwelling" might help organisational leaders resolve ethical issues. *Journal of business ethics* 65, 87-98.
- Lähdesmäki, M. 2012. Studies on corporate social responsibility in the Finnish small business context. [Verkkojulkaisu]. Mikkeli: Seinäjoki: University of Helsinki, Ruralia Institute. Publications 26. Väitösk. [Viitattu 24.11.2017]. Saatavana: <http://hdl.handle.net/10138/228131>
- Marsh, C. 2013. Business executives' perceptions of ethical leadership and its development. *Journal of business ethics* 144, 565-582.
- Mäntyselä, V. 2016. Ethical minimum or ethical maximum? Study on public service ethics from the perspectives of justice, ethos and transparency in Finnish public administration. Vaasa: Vaasan yliopisto. Acta Wasaensia 341. Väitösk. [Viitattu 24.11.2017]. Saatavana: http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-657-9.pdf
- Tall, J., Sorama, K., Tulisalo, P., Petäjä, E. & Virkamäki, A. 2013. Yrittäjyys 2.0 – menestyksen avaimia. [Verkkojulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 69. [Viitattu 24.11.2017]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-5863-51-2>
- Taylor, S., Ladkin, D. & Statler, M. 2015. Caring orientations: The normative foundation of the craft of management. *Journal of business ethics* 128, 575-584.
- Yin, R. 2014. Case study research: design and methods. 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Hyvä Yrittäjä

Tarjoamme sinulle tilaisuuden hieman pohtia yrittäjän etiikkaasi. Tätä pohdintaa tukemaan olemme laatineet tämän lyhyen kyselyn, johon nyt pyydämme sinua vastaamaan.

Tulevaisuuden liiketoiminnassa uskomme etiikan olevan entistä tärkeämpää. Mielestämme etiikka tulisi olla entistä tärkeämmässä osassa koulutuksessa ja opetuksessa.

Toivomme, että sinulta löytyy hetki aikaa vastata tähän kyselyyn. Kyselyn tuloksia hyödynnämme jatkossa yrittäjien eettistä pohdintaa tukevien toimenpiteiden suunnittelussa ja toteuttamisessa.

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

Yrittäjän etiikalla tässä kyselyssä tarkoitamme kokonaisvaltaista ajattelutapaa - ajatuksia oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta - joiden arvojen ja periaatteiden pohjalta yrittäjä toimii.

1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies

2. Syntymävuosi _____

3. Kuinka monta vuotta sinulla on kokemusta yrittäjänä toimimisesta?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20 tai yli

4. Yrityksen työntekijämäärä (yrittäjä itse mukaan lukien)

- 1
- 2
- 3-5
- 6-10
- yli 10

5. Kuinka usein olet yrittäjänä toimiessasi törmännyt tilanteisiin, joissa oma etiikkasi yrittäjänä on joutunut koetukselle?

- Lähes päivittäin
- Lähes viikoittain
- Kuukausittain
- Harvemmin
- En juuri koskaan

6. Kuvaile omin sanoin jokin tilanne, jossa etiikkasi yrittäjänä on ollut koetuksella.

7. Arvioi omaa toimintatapaasi yrittäjänä, toimitko yleensä omasta mielestäsi

- Hyvin eettisesti
- Melko eettisesti
- Ei kovin eettisesti eikä epäeettisesti
- Melko epäeettisesti
- Hyvin epäeettisesti

8. Miten tärkeänä pidät eettisiä toimintatapoja omassa toiminnassasi yrittäjänä?

- Erittäin tärkeänä
- Tärkeänä
- Melko tärkeänä
- Ei kovin tärkeänä
- Ei lainkaan tärkeänä

9. Onko yrityksessänne määritelty ja kirjallisesti dokumentoitu arvopohja, johon toiminta perustuu?

- Kyllä
- Ei

10. Kun valitsette yrityksellenne yhteistyökumppaneita, toimittajia jne., kuinka tärkeänä valinnassa pidätte kumppanin eettistä toimintatapaa?

- Erittäin tärkeänä
- Tärkeänä
- Melko tärkeänä
- Ei kovin tärkeänä
- Ei lainkaan tärkeänä

11. Kun valitsette yrityksellenne työntekijöitä, kuinka tärkeänä valinnassa pidätte hänen sopivuuttaan yrityksenne eettisestä näkökulmasta?

Erittäin tärkeänä

Tärkeänä

Melko tärkeänä

Ei kovin tärkeänä

Ei lainkaan tärkeänä

12. Oletko törmännyt yrityksessäsi asiakkaan, liikekumppanin, tavarain tai palvelun toimittajan epäeettiseen toimintaan yrityksesi etiikan mukaan ajateltuna?

Lähes päivittäin

Lähes viikoittain

Kuukausittain

Harvemmin

En juuri lainkaan

13. Kuvaile omin sanoin jokin tällainen yrityksesi etiikan vastainen toiminta.

14. Kuinka kiinnostunut olet tukemaan omaa eettistä ajatteluasi esim. osallistamalla yrittäjille suunnattuihin tilaisuuksiin?

Erittäin kiinnostunut

Kiinnostunut

Melko kiinnostunut

Vähän kiinnostunut

En lainkaan kiinnostunut

15. Arvioi, miten etiikan merkitys lähitulevaisuudessa yleisesti liiketoiminnassa kehittyi verrattuna nykyiseen?

Kasvaa paljon

Kasvaa vähän

Pysyy ennallaan

Pienenee vähän

Pienenee paljon

16. Kuvaile omin sanoin, miten mielestäsi etiikan merkityksen muutos tulevaisuudessa tulee näkymään.

Tulemme jatkossa haastattelemaan yrittäjiä, haastatteluilla kartoitamme yrittäjien kokemuksia tilanteista, joissa yrittäjä on joutunut pohtimaan tekemänsä ratkaisun eettisyyttä.

Oletko käytettävissä yrittäjän etiikkaa koskevaan jatkohaastatteluun?

Kyllä En

Kiitos mahdollisuudesta haastatteluun, kirjoita tähän yhteystietosi, niin otamme yhteyttä.

Yhteystietoja ei yhdistetä kyselyn vastauksiin.

Nimi

Sähköpostiosoite

Puhelinnumero

**YRITTÄJÄN ETIIKKA
TEEMAAHAASTATTELURUNKO**

Teemahaastattelun tarkoituksena on, että haastateltava yrittäjä kertoo haastattelun aluksi itsestään ja omasta kokemuksestaan yrittäjänä. Tämän jälkeen yrittäjää pyydetään kertomaan tilanteesta, jossa yrittäjän etiikka oli koetuksella. Lopuksi yrittäjää pyydetään kertomaan, mitä hän ajattelee kuvauksen kohteena olleesta valinnasta ja sen seurauksista nyt jälkeen päin.

1. Kerrotko ensin hieman itsestäsi ja kokemuksestasi yrittäjänä?
2. Kertoisitko jonkun esimerkin tilanteesta, jossa yrittäjän etiikkasi oli koetuksella?
 - mitä ajatuksia, tunteita, tuntemuksia ko. tilanne sinussa tuolloin herätti?
 - millä tavalla toimit ko. tilanteessa?
 - mitä vaikutusta ko. toiminnallasi oli, mitä siitä seurasi?
 - millaisen päätöksen tai päätöksiä mahdollisesti teit, mihin päätöksentekosi perustui, mikä auttoi tekemään tarvittavia valintoja tai ratkaisuja?
3. Mitä ajattelet nyt valinnastasi ja sen seurauksista?
 - jos vastaava tilanne tulisi eteen nyt – miten toimisit?

SeAMK Julkaisut:
Seinäjoen ammattikorkeakoulun kirjasto
Kalevankatu 35, 60100 Seinäjoki
puh. 020 124 5040
seamk.kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-7109-82-3
ISSN 1797-5573

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES