

Petra Nevanperä

FÖRETAGSETIK SOM ALTERNATIV

Examensarbete

MELLERSTA ÖSTERBOTTENS YRKESHÖGSKOLA

Utbildningsprogrammet för internationell handel

November 2009

SAMMANDRAG

Enhet Jakobstad	Tid November 2009	Författare Petra Nevanperä
Utbildningsprogram Internationell handel		
Arbetets namn Företagsetik som alternativ		
Handledare Piia-Leena Leskinen		Sidantal 52 + 1
Uppdragsgivarens handledare		
<p>I arbetets inledande del behandlas etik och moral, normer och värderingar, ansvar och olika etiska teorier. Arbetets huvuddel består av en beskrivning av vad företagsetik är och varför företag borde ha ett etikintresse. Företag som arbetar med att utveckla och forma en fungerande etik, en företagsetik, kan beskrivas som värdedrivna. I arbetet beskrivs också hur en värdeprocess, det vill säga en process att implementera etik i ett företag, kan se ut. Arbetet innehåller även information om värden, visioner och företagskultur. Faktorer som är viktiga under utvecklingen av företagsetik. Även värdebaserat ledarskap behandlas kort.</p> <p>Syftet med examensarbetet var att teoretiskt studera själva företagsetiken och att från böcker och dylikt få teoretisk information om hur företagsetiken fungerar. Målsättningen var att få en inblick i vad företagsetik är och om etiken kan vara till nytta för ett företag.</p> <p>I arbetets empiriska del gjordes en kvalitativ undersökning för att se hur företag ställer sig till de teorier som beskrevs i den teoretiska delen. Sex stycken intervjuer gjordes med större företag i nejden. Samtliga var helt skilda typer av företag. Intervjuerna analyserades med hjälp av kategorisering. Resultatet presenteras i korta analyser över företagets respons och sedan följer några kommentarer från respondenterna själva.</p> <p>De flesta intervjufrågorna kunde härledas till arbetets teoretiska del och det kan konstateras att teori och praktik stämde bra överens. I de flesta fall var responsen på frågorna rätt så lika. Inget svar gav någon stor överraskning. Det mest centrala i arbetet blev besvarat, det vill säga att företagen ansåg etiken vara viktig. De flesta trodde även att etiska företag kan ha en fördel.</p>		

Nyckelord

Etik, företagsetik, företagskultur, moral, värden.

ABSTRACT

CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES	Date November 2009	Author Petra Nevanperä
Degree programme International Business		
Name of thesis Business Ethics as an alternative		
Instructor Piia-Leena Leskinen		Pages 52+1
Supervisor		
<p>In the beginning of the thesis, ethics and moral, norms and valuations, responsibility and different ethical theories are discussed. The main part of the thesis is about business ethics, what it is and why companies should have an interest in ethics. Companies that are working to develop and form functional ethics in their activity are called value forced companies. In the thesis is also a process of values described, it means the process how to implement ethics in business. Information about values, visions and company culture is also included. Words that are important during the development of business ethics, as well as value based leadership are shortly described.</p> <p>The purpose of the thesis has been to make a theoretical study on business ethics and get information about how business ethic works from written materials. The objective has been to get an insight into what business ethics is and if ethics can benefit a company.</p> <p>In the empirical part of the thesis a qualitative survey are made to see how companies reacted on the theory. Six interviews are made with larger companies in the area. All are different kinds of companies. The interviews have been analyzed with the help of a categorical system. The results are presented in short analyzes over the responses and then some comments from the respondents follow.</p> <p>Most of the questions in the questionnaire could be deduced to the theoretical part of the thesis and it can be stated that theory and experience corresponded. Mostly the responses to the questions were fairly equal. No answer gave any big surprise. The most central in the thesis was answered, vicelike companies considered ethics to be important. Many of the respondents even thought ethical companies could have an advantage.</p>		
Key words Business ethics, company culture, ethics, moral, values,		

**SAMMANDRAG
ABSTRACT**

INNEHÅLL	Sidnummer
1 INLEDNING	1
2 ETIK	3
2.1 Moral	3
2.2 Definitioner	4
2.3 Normer och värderingar	5
2.4 Ansvar	6
2.5 Etiska teorier	7
2.5.1 Pliktetik	7
2.5.2 Konsekvensetik	7
2.5.3 Utilitarism	8
2.5.4 Avsiktsetik	9
2.5.5 Situationsetik	9
2.5.6 Dygdetik	10
2.5.7 Diskursetik	11
2.6 Etikens former	11
3 FÖRETAGSETIK	13
3.1 Moral och ekonomisk handling	14
3.2 Varför etikintresse?	15
3.3 Företagets ansvar	17
3.4 Yrkesetik	18
3.5 Etisk kod	19
3.6 Företagsetiska teorier	20
4 VÄRDEDRIVET FÖRETAG	21
4.1 Företagskultur	21
4.2 Värden	23
4.3 Vision	24
4.4 Ledarskap	25
4.4.1 Nya förutsättningar för ledarskap	25
4.4.2 Ledarskapsmodeller	26
4.4.3 Värdebaserat ledarskap	28
5 HUR PÅVERKAR ETIKEN FÖRETAGET	30
5.1 Intressentmodellen	30
5.2 Intressentmodellen ur etiskt perspektiv	31
6 ORGANISATIONER FÖR ETIK	33
6.1 Proetika	33
6.2 ERC - ethics resource center	33
6.3 CSR - corporate social responsibility	33
6.4 Resolva	34

7	ARBETETS EMPIRISKA DEL	35
7.1	Forskningsmetod	35
7.2	Undersökningens syfte och tillvägagångssätt	36
7.3	Resultat	37
8	SAMMANFATTNING	48
	KÄLLOR	51
	BILAGOR	

1 INLEDNING

Det finns idag ett starkt etikintresse men också en utbredd osäkerhet när det gäller moral och etik. I dagens vinststrävande och ekonomiska företagsvärld är diskussionen om företagsetik mycket aktuell och intressant. En lång tid har produktion och konsumtion varit viktiga nämnare i företagsvärlden, men allt mer börjar ord som engagemang, ärlighet, respekt och ansvar träda fram.

Det finns lagar och bestämmelser som täcker en del av det etiska området men till stor del handlar etiken om oskrivna regler, normer och värderingar hur vi skall handla mot vår omgivning.

Vi har redan kommit långt i diskussionen om att värna om vår miljö och att ansvarsfullt utnyttja dess resurser. Företagen har redan en längre tid fått sträva efter att minimera sina påtryckningar på vår miljö. Certifikat och kontroller utförs för att hålla ansträngningarna på miljön så låga som möjligt. Det finns knappast heller något storföretag i dag som inte driver någon form av personalpolicy. Idag är frågorna kring företagsetiken något djupare. Det är dock mer än miljön som kräver ansvarsfulla handlingar. Frågor som hur företagen kan handla ansvarsfullt gentemot sina anställda, partner, kunder, konsumenter och framför allt samhället de verkar i blir allt viktigare.

Genast jag kom i kontakt med detta ämne blev jag fascinerad. Personligen hade jag ingen tidigare erfarenhet av företagsetik och att det diskuterades och forskades så mycket i ämnet hade jag ingen aning om. Utan att ha någon egentlig tanke om vad jag ville få ut av mitt examensarbete bestämde jag mig för att detta ämnesområde vill jag fördjupa mig i. Det var ett ämne som intresserade mig från första stund.

Syftet med mitt examensarbete är att teoretiskt studera själva företagsetiken och även från böcker och dylikt få teoretisk information om hur etiken fungerar. Jag vill studera om etiken kan vara till nytta för företag. I arbetets empiriska del är det tänkt att jag genom en kvalitativ undersökning skall se hur företag i nejden ställer sig till de teorier som jag skrivit om i den teoretiska delen. Det vill säga om de känner till dessa teorier, har anammat dem eller allmänt enbart hur de förhåller sig till företagsetiken.

Den centrala frågan i mitt arbete kommer att vara:

Betydelsen av etik i företagets verksamhet?

Målsättningen med examensarbetet är att få en inblick i vad företagsetik är, samt vad företag kan uppnå genom att integrera etik genom en s.k. värdeprocess i sin verksamhet. Som målsättning har jag inte att ur alla vinklar försöka belysa betydelsen av etik i företagets verksamhet, utan jag kommer att koncentrera mig på om etiken anses viktig eller oviktig och om den kan vara till nytta för ett företag.

Företagsetik eller ansvarsfulla handlingar inom ett företag är ett brett ämne, därför kommer jag bli tvungen att drastiskt begränsa mig i mitt examensarbete. Det finns ingen möjlighet att ta upp alla etiska och moraliska aspekter som finns utan det blir en kort presentation av etik och moral, ett något djupare men ändå allmänt ingående på företagsetiken, något om vad som kännetecknar ett företag som bedrivs med värden och till sist koncentrera mig på min undersökningsfråga.

2 ETIK

Etik är ett gammalt ämne, redan Sokrates som levde på 400-talet före Kristus undervisade i etik. När vi reflekterar över etiken finner vi att våra ställningstaganden vilar på en rad förutsättningar. Etiken aktualiserar frågor om vad som är ett gott mänskligt liv, vår relation till andra människor och till tillvaron som helhet. I detta kapitel kommer jag att så kort och koncist som möjligt förklara begreppen etik och moral. Det är ingen lätt uppgift eftersom de är breda och suddiga ämnen som inte har ett enkelt och entydigt svar.

2.1 Moral

Moral är inte något bara angår vissa särskilt känsliga eller humanistiskt intresserade personer. Moralen är en sammanfattning av de normer och värderingar som alltid styr vårt handlande, vare sig vi är medvetna om det eller inte. Alla har alltså en moral. Om det enligt något normsystem är dåligt och förtrampar värden de flesta upplysta och känsliga människor omfattar kan det kallas omoral. Men också omoralen är en moral. Amoralisk, det vill säga i total avsaknad av moral, är en människa aldrig. Moralens förutsättning är någon form av fri vilja, att kunna överblicka olika handlingsalternativ och förhålla sig till dem utifrån frågor om rätt eller gott. Frihet och moraliskt ansvar hänger samman, dvs. ju mer frihet, desto större ansvar. Människans moral utvecklas hela livet. Särskilt utmaningar och nya svåra situationer som måste bemästras verkar skynda på processen. Också kriser man går igenom bidrar ofta till att normer och värderingar mognar och förändras. (Bråkenhielm m.fl. 1989, 49.)

All moral består i sista hand av två komponenter, normer och värderingar. Normerna syftar till att reglera våra handlingar. De uttalar sig om vad man bör göra och inte får göra, om rätt och fel, plikter och förbud. Positiva normer uppmanar oss att handla på ett visst sätt medan negativa vill få oss att undvika inte önskvärda beteenden. Den andra komponenten i moralen, värderingarna, handlar om sådana tillstånd och företeelser man vill befrämja eller motverka, positiva och negativa värden. Det är på den här punkten man oftast missuppfattar moralens innebörd. Det är vanligt att man talar om moral bara i samband med ”stora och höga” värden som universell kärlek, rättvisa, fred och frihet. Men för den

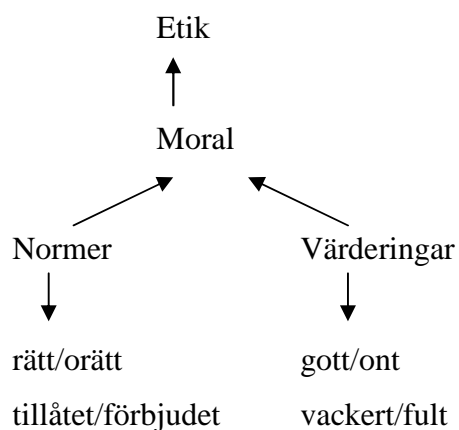
etiska analysen är allt det man uppfattar som gott, värdefullt och eftersträvansvärt positiva värden och alltså en del av moralen. (Bråkenhielm m.fl. 1989, 51.)

2.2 Definitioner

Etik är en värdering, ett normsystem och ett handlingsmönster vi har tagit till oss medvetet eller omedvetet genom uppfostran och erfarenhet. Etik är alltså en beskrivning av människors relationer till andra människor, sin omgivning och ”högre värden”. Etiken kan alltså beskrivas som ett samspel mellan dig och andra människor, din omgivning och din eventuella tro på högre makter. (Möller 1991, 13-14.)

Termerna moral och etik används ofta i vardagsspråk med liknande betydelse. Termerna har också ursprungligen samma innebörd: etik kommer av grekiskans *ethos* och moral kommer av latinets *moralis* och båda betyder sed, sedvänja, bruk, kort sagt de principer som styr vårt handlande. Efterhand har en viss skillnad mellan de två orden kommit att utvecklas. Moralens kopplas samman med vårt praktiska handlande och etiken står för den teoretiska reflektionen över detsamma. Man talar således om moralisk handling och etisk teori.

Man kan också uttrycka det så att etiken består av en medveten reflektion över moralen – etik är morallära. Etikens uppgift kunde så sägas vara att medvetandegöra och reflektera över normer och värderingar moralen är bärare av. De två orden är alltså idag långt ifrån synonyma. Alla människor, liksom företag och organisationer, har alltså en moral, god eller mindre god, men likafullt en moral. Men alla har inte etik. (Bråkenhielm m.fl. 1989, 50.)



FIGUR 1. En struktur för helheten (Knutson 2000, 15.)

2.3 Normer och värderingar

Det finns normer och värderingar av olika slag. Normer är ett slags föreskrifter, som anger hur vi bör handla. De kan antingen vara *kategoriska* (ex. ”Man bör alltid tala sanning”) eller *hypotetiska*, situationsbestämmande (ex. ”I den och den typen av situation bör man göra så”). De senare är de vanligaste. Normer klassificeras på olika sätt – etiska, estetiska, religiösa, språkliga, rättsliga, vetenskapliga osv. (Hermerén 1989, 29.)

På motsvarande sätt kan man skilja mellan värderingar av olika slag. Viktigare än de olika typerna av värderingar (etiska, religiösa, estetiska osv.) är en annan distinktion, som är filosofiskt kontroversiell men fyller ett förnuftigt ändamål. Att säga att något har ett värde, kan vara att säga att det har värde som medel för att uppnå något annat. Det är då fråga om en *instrumentell värdering*. Men en del av det vi eftersträvar kan också ha ett *egenvärde* – vi eftersträvar det för dess egen skull. (Hermerén 1989, 29-30.)

Ett värde är något som tillskrivs någon eller något, det är abstrakt, en idé eller ideal. Ett värde svarar på frågan: vad är gott och eftersträvansvärt? Det som värderas behöver däremot inte vara abstrakt. Värderingen föreligger mer som en tanke, en uppfattning eller en åsikt, ett svar på en fråga. En värdering är detsamma som att en person omfattar eller tar avstånd från ett värde. Kort kan man definiera ett värde som något som tillskrivs eller tillräknas någon eller något, medan en värdering utgör grunden för vår uppfattning om vad som är rätt. (Philipson 2004, 110-113.)

När värderingarna tar sig uttryck i en regel talar man om en norm. När en handling eller sak uppskattas för att den stämmer överens med vedertagna normer talar man om ett värde enligt allmänna normer. Sådana värden tar sig uttryck i lagstiftningen som lagar. (Ahokallio, Ollila & Salmenkylä 2003, 26.)

Termen norm används ofta som ett samlingsbegrepp för alla utsagor om det önskvärda (= rätt, plikt) eller icke-önskvärda (= orätt, förbjudet) hos handlingar eller typer av handlingar. Värderingar däremot betecknar moraliskt eftersträvningsvärda (= goda) eller avskyvärda (= onda) tillstånd eller förhållanden i värden. (Koskinen 1993, 33.)

2.4 Ansvar

Etiken handlar mycket om att främja livsvillkor i samhället som tillåter olika grupper och individer att utveckla sina möjligheter fullt ut. Med andra ord, det handlar om att ta ett ansvar för det gemensamma bästa.

När man påstår att en person är moraliskt ansvarig eller har moraliskt ansvar kan det betyda olika saker. Det kan betyda att personen är en moraliskt ansvarskännande person, att personen har ett ansvar för en viss handling som han utfört eller har ett ansvar för något som skall ske i framtiden. Det kan avse en speciell handling som han eller hon skall utföra. Ordet ansvar kan i denna mening bytas ut mot ”bör” eller ”plikt”. För att vi skall kunna ställa någon till ansvar för en handling, dvs. den andra betydelsen av begreppet, måste vissa villkor vara uppfyllda. Att personen utförde handlingen, att han valt att utföra handlingen och det fanns alternativa möjligheter samt att valet var medvetet, dvs. han ”var vid sina sinnens fulla bruk” och visste vilka konsekvenserna blev av hans handlande. Om dessa villkor är uppfyllda när man utfört en handling måste man också i efterhand kunna motivera varför man valde att agera som man gjorde. Det innebär bl.a. att man kan ange och stå för de moraliska överväganden man gjort. (Colleste 1996, 53-54.)

Att känna sig ansvarig är något annat än att i etisk mening vara ansvarig. Det finns således en viktig skillnad mellan händelser och handlingar, där enbart det senare är styrda av intentioner och kan bli föremål för etisk granskning, medan händelser ligger utanför etiken. Även underlåtande att handla är ett val och därmed en sorts handling. Vi talar om saker

som händer och människor som handlar. Bara människor kan hållas ansvariga – i etisk mening – och bara för sina val. (Brytting 1998, 24.)

2.5 Etiska teorier

Hur ska vi närma oss etikens stora frågor? Hur ska vi leva ett gott liv tillsammans? Frågorna kan tolkas olika och sätten att besvara dem varierar. I detta kapitel kommer jag att presentera olika etiska teorier.

2.5.1 Pliktetik

Beteckningen pliktetik är en direkt översättning av det internationellt använda namnet deontologisk etik (deon = plikt på greksiska). Pliktetiken är den äldsta, och i viss mening också den enklaste, modellen för att resonera i etiska frågor. Pliktetiken menar att vissa handlingar helt enkelt är orätta och bör därför undvikas, medan andra är rätta eller utgör plikter man inte får låta bli att utföra. (Koskinen 1993, 64). Att alla människor har vissa grundläggande rättigheter och att det är vår skyldighet att alltid respektera dessa rättigheter, är ett uttryck för ett pliktetiskt sätt att tänka. (Brytting 1998, 36.)

2.5.2 Konsekvensetik

Filosofen Immanuel Kant är en av de mest kända förespråkarna för pliktetiken. Ett försök att skapa en teoretisk bakgrund till plikterna som har blivit utsatt för mycket kritik, men samtidigt haft stor inverkan, är Kants kategoriska imperativ. Det har då blivit kallad Kantiansk pliktetik. Kant ställer upp två slags imperativ: det *kategoriska imperativet* och det *hypotetiska imperativet*. Ett hypotetiskt imperativ är av formen "Om du vill det och det så bör du göra så och så". Det kategoriska imperativet är istället tvingande. Kant formulerade det kategoriska imperativet på flera sätt, varav två exempel är: Handla bara enligt en maxim som är sådan att du samtidigt kan vilja att den skulle upphöjas till allmän lag och handla alltid så att du behandlar mänskligheten, oavsett om den framträder i form av dig själv eller i form av någon annan, som ett ändamål i sig, aldrig uteslutande som ett medel. (Wikipedia 2009.)

Den grundläggande tanken inom konsekvensetiken är att man bör handla så att konsekvenserna blir en maximering av de önskade värdena (Brytting 1998, 30). Konsekvensetiken kan beskrivas som det sätt en människa har för att avgöra vilken av två eller fler jämförbara handlingar som är mest eftersträvansvärd eller värdefull. Denna typ av etik är med andra ord en människas bedömning av handlingens kvalitet. Man tar bland annat hänsyn till de konsekvenser på kort och långt sikt som en viss handling har eller kan förväntas ha och jämför dessa med de konsekvenser som en alternativ handling har. Nu räcker det inte enbart att jämföra två eller flera handlingars konsekvenser för att avgöra vilken som har högst moraliska kvalitet eller etiskt värde. Man måste även bedöma konsekvenserna i förhållande till något eller några värden som man anser det riktigt att eftersträva, till exempel kärlek, makt, karriär, lust, gemenskap och så vidare. Att säga att man ska maximera lyckan eller det goda räcker alltså inte. Man måste också ange vad som gör människor lyckliga och glada, innan ett konsekvensetiskt sätt att välja handlingar ger vägledning i praktiken. (Philipson 2004, 98-99.)

2.5.3 Utilitarism

Utilitarism är en form av konsekvensetik. Denna teori menar att man bör handla så att ens handlingar leder till en så lycklig värld som möjligt. Utilitarism anser att det är rätt att främja det allmänna goda, dvs. att våra handlingar och regler skall bestämmas utifrån vilka som åstadkommer eller förväntas åstadkomma det största överskottet av gott över ont. (Brytting 1998, 31.)

Utilitarismen är den moralteori som bygger på idén om att maximera summan av det goda. Utilitarismen är visserligen av nyare datum än flertalet av de övriga teorierna, men den har en dominerande ställning inom den akademiska filosofin. Utilitarismens upphovsman var den engelske filosofen Jeremy Bentham (1748-1832). Som alternativ till hävdvunna, religiösa moraluppfattningar förde Bentham fram idén om att maximera lyckan. Samhället skulle organiseras så att människors lycka blev så stor som möjligt och deras olycka så liten som möjligt. Som måttetal på hur gott ett samhälle var skulle man använda summan av alla människors lycka (minus deras olycka). Utilitarismen formuleras i regel som en handlingsteori. Den innebär då att man i varje situation ska handla så att den sammanlagda nyttan ("utility") av ens handlande blir så stor som möjligt. Efter Bentham har många

utilitarister velat utvidga nyttobegreppet, så att det som man ska maximera innefattar andra även andra egenvärden än lycka, t ex dygd, vänskap och kunskap. (Hansson 2002, 7-8.)

2.5.4 Avsiktsetik

Både pliktetiken och konsekvensetiken tar fasta på det vi gör eller låter bli att göra, även om kriterierna på en rätt handling skiljer sig åt mellan dem. Pliktetiken hänvisar till handlingarnas överensstämmelse med givna principer, normer och regler, medan konsekvensetiken helt utgår från handlingarnas förväntade eller faktiska effekt. (Koskinen 1995, 76). Till en människas sinnelag brukar man räkna hennes vilja, känslöengagemang, avsikter och tankar. När vi handlar har vi i regel en avsikt med vad vi gör. Avsikts- eller sinnelagsetiken (ibland även voluntarisk etik, från latinets voluntas=vilja) menar att en handlingens etiska värde avgörs främst av den avsikt eller det motiv som ligger bakom handlingen. Här finns likheter med pliktetiken men enligt sinnelagsetiken blir en formellt rätt handling rätt först när den handlande vill eller har för avsikt att handla rätt. Det är således avsikten med handlingen som bestämmer värdet av det hela. (Ryber 2003, 60.)

2.5.5 Situationsetik

I denna typ av diskussion betonas att varje människa och varje valsituation är unik. Därmed kan man inte heller ställa upp några generella normer eller handlingsprinciper. Istället betonar man den totala personliga friheten och därmed individens totala ansvar. Endast genom att inför varje valsituation med stort allvar pröva sig själv och fråga sig vad som är rätt handling, kan man finna den optimala handlingen. Kriteriet på en rätt handling ligger alltså i det allvar och den inlevelse med vilka man ställer frågan om det rätta, medan formella eller objektiva kriterier helt förkastas. (Koskinen 1995, 80.)

Den första situationsetikern var Aristoteles som betonade varje situations speciella omständigheter och menade att man istället för att ställa upp fasta principer som reglerar handlingslivet skulle sträva efter att uppnå *praktisk vishet*. Moralisk kunskap kan enligt Aristoteles således endast uppnås genom erfarenheten då ingen situation är den andra lik. (Wikipedia 2009.)

2.5.6 Dygdetik

Med dygdeetik (virtue ethics) menar man sådan etik som i första hand handlar om människans karaktärsegenskaper snarare än om hennes handlingar. Ordet dygd är hävdvunnet i sammanhanget, men måhända något missvisande. Termerna karaktär och personlighet ger en bättre bild av vad som står i centrum för dygdeetikernas intresse. Dygdeetiken har traditioner ända sedan antiken. Aristoteles' (384–322 f Kr) skrifter i ämnet är ännu centrala i den filosofiska diskussionen. Antika filosofer framhöll fyra huvudsakliga dygder som människor bör sträva efter att uppnå, nämligen rättfärdighet, vishet, mod, och självbehärskning (justice, wisdom, courage, moderation). Aristoteles diskuterade dessa och andra dygder, men gick också ett steg vidare och försökte reda ut på vilka grunder man ska betrakta vissa karaktärsegenskaper som goda egenskaper, dvs. som dygder. Hans svar var att dygderna är de egenskaper som vi behöver för att leva ett gott liv som människor. Det goda livet bestod enligt honom i att till fullo utveckla de egenskaper som är utmärkande (essentiella) för människor i jämförelse med andra varelser, nämligen vår förmåga till förnuft. Enligt Aristoteles finns det också ett samband mellan dygder och lycka, såtillvida att människor som förverkligar dygderna blir lyckliga. Moderna dygdeetiker resonerar ofta på ett likartat sätt, men betonar att de karaktärsegenskaper som bör utvecklas är de som behövs inte bara för individens utveckling utan för det mänskliga samhället i stort. Av detta följer att de önskvärda dygderna kan vara olika i olika samhällen med deras skilda traditioner. (Hansson 2002, 32.)

Enligt en annan uppfattning kommer vi fram till vilka karaktärsegenskaper som är önskvärda genom att reflektera över vilka egenskaper beundransvärda personer har. En människa med goda karaktärsegenskaper kan förväntas handla moraliskt rätt. Däremot ger inte dygdeetiken något omedelbart svar på frågan om hur man ska handla i enskilda situationer. En del dygdeetiker har godtagit detta och menar att dygdeetiken inte ersätter utan endast kompletterar en handlingsorienterad moralteori som t ex utilitarism eller pliktetik. Andra menar att dygdeetiken ska ersätta andra moralteorier, och att den även kan ge handlingsvägledning. För att utvinna handlingsvägledning ur dygdeetiken kan man uppställa regeln att en handling är riktig om och endast om den är vad en person med goda karaktärsegenskaper skulle ha gjort under de rådande omständigheterna. Detta förslag har dock kritiserats bl.a. för att inte ge tillräckligt precisa handlingsrekommendationer. (Hansson 2002, 33.)

2.5.7 Diskursetik

Företrädare för diskursetiken menar att vad som är rätt och fel inte får bli en fråga om sociala konventioner. Diskursetiken härstammar från den deontologiska etiken men med en annan förståelse hur förnuftet arbetar. En av dess grundare, Karl-Otto Apel (född 1922), hävdar att det logiska rättfärdigandet av en tanke förutsätter en ”argumentations-gemenskap”. Normer formuleras, argument och motargument, mottoser och synteser, kompromisser och tolkningar förs fram och prövas. Även den ensamme filosofen är tvungen att föra ett sådant kritiskt samtal med sig själv för att så småningom komma fram till, som han upplever, hållbara åsikter och formuleringar. Varje sådan gemenskap, även den inre dialogen, förutsätter i sin tur vissa moraliska normer som direkt kan härledas ur språkets sätt att fungera. Vi kan exempelvis inte hävda att en etisk norm är hållbar om vi inte tillåter att alla som anser sig ha motargument att få lägga fram dessa. (Brytting 1998, 55-56.)

2.6 Etikens former

Det går att urskilja fyra olika verksamhetsområden inom etiken. När man sysslar med *deskriptiv etik* beskriver och förklarar man det moraliska handlandet och tänkandet. Det kan gälla vardagslivets praktiska moral och moraluppfattningar i historia och nutid. Historiker, sociologer och psykologer liksom filosofer och teologer är verksamma inom detta område. *Metaetiken* är en fackfilosofisk verksamhet. Den som sysslar med metaetik undersöker bl.a. villkoren för argumentation i värdefrågor t.ex. frågan om och i så fall på vilka grunder man kan hävda att värdeomdömen är sanna eller falska. Inom metaetiken behandlar man också frågor om det moraliska språkets funktioner, t.ex. om värdeutsagor ger information om verkligheten eller har någon annan språklig funktion. *Den normativa etiken* ställer frågorna vad som är rätt och vad som är gott i fokus. Här kan intresset vara inriktat på den moraliska handlingen på vad som är rätt handling eller plikt, på mänskliga karaktärssegenskaper, dvs. dygdetik, eller på vad som har värde. Inom detta område av etiken försöker man utveckla teorier och principer för vad som utmärker en rätt handling eller ett rättvist samhälle. Inom *tillämpad etik* behandlas moraliska frågor som uppstår inom olika samhällsområden, t.ex. arbetslivet – arbetsetik, vården – vårdetik, affärlivet – affäretik. Denna del av etiken kallas också för *områdesetik*. Inom områdesetiken möts

etikern med sin teoretiska och metodiska kompetens att bearbeta moraliska problem och praktikern med erfarenhet från området ifråga. (Colleste 1996, 13.)

3 FÖRETAGSETIK

Om etiken studerar vad som är rätt och fel, gott och ont i livet, studerar företagsetiken vad som är rätt och fel, goda och onda aktioner i affärsverksamheten. Etiska ledare försöker göra det goda och undvika ett ont handlande. (Steiner & Steiner 1994, 178.)

Företagsetiken är en etik för den samlade verksamheten i företaget, vilken alla anställda ska kunna följa i oavsett yrkesroll. Den kan bestå av regler och normer som beskriver hur de anställda ska uppträda i olika situationer. Reglerna kan vara negativa (dvs. formulerade som förbud och avståndstagande) eller positiva (dvs. som plikter och skyldigheter). Företagsetiken ska också kunna omsättas i konkreta ställningstaganden t.ex. när det gäller bemötande, informationshandling, representation m.m. Detta tillämpningsarbete måste ske kontinuerligt och man behöver regelbundet se över normer och regler när omständigheterna förändras. (Proetica 2004.)

De diskussioner kring etiska frågor som fortlöpande bör ske, ska bl.a. syfta till att undersöka om fastställda regler verkligen är heltäckande eller om nya utmaningar i den praktiska vardagen kräver en justering av givna riktlinjer. En sak är att ta fram och upprätthålla en samlad företagsetik. En annan sak att implementera den, dvs. att få den accepterad och omsatt i praktiken. Mycket arbete med de etiska frågorna kommer inte längre än till det första stadiet. Ett av skälen är att medarbetare/personal inte engageras tillräckligt i arbetet att ta fram de grundläggande värderingarna och att den officiella etiken inte speglar de anställdas faktiska värderingar. Internationell forskning inom området visar på betydelsen av att få med så många medarbetare som möjligt i arbetet med att ta fram en samlad etik på företagen. De måste vara subjekt i arbetet, inte enbart objekt. I praktiken är det naturligtvis fråga om ett samspel. För visserligen måste en fungerande etik reflektera medarbetarnas/personalens verkliga värderingar. Men det handlar ofta också om att påverka och utveckla de rådande synsätten. Finns det brister måste de rättas till. I vissa fall kan den anställde behöva ändra och förnya sina värderingar. Nyanställda måste också få klart för sig vilka normer och regler som gäller. Det visar sig också att en tydlig och bra företagskultur kan attrahera ny kvalificerad personal. En god företagskultur kan därför innebära direkta konkurrensfördelar. (Proetica 2004.)

Syftet med ett utvecklingsprogram för företagsetik är att ge en tydligare bild av organisationens eller företagets avsikter och därigenom öka trovärdigheten för företaget samt att ge riktlinjer för anställdas, chefers och medarbetares agerande. Avsikten är att forma ett värdedrivet företag. De värden som ligger till grund för etiken måste präglade företaget i sin helhet, den yttre verksamheten, sättet att organisera arbetet, miljö, klimat och internt bemötande. Innehållet i företagsetiken bygger på värden. Förutsättningar för framgång med etikarbetet är att samtliga chefer och ledare är införstådda med syftet och avsikten bakom etikarbetet och samtidigt är villiga att praktisera principerna i sitt eget ledarskap. Målet med att ta fram en fungerande företagsetik är att göra företaget mer framgångsrikt med en mätbar förbättring av effektivitet/lönsamhet samt en ökning av antalet nöjda kunder/intressegrupper. Dessutom vill man att medarbetarna ska få förhöjd livskvalitet och tillfredställelse, både i yrkeslivet och privat. Kort sagt: man vill minska ohälsoriskerna i företaget och öka arbetsglädjen för chefer och medarbetare. (Philipson 2004, 125.)

3.1 Moral och ekonomisk handling

Moral och ekonomi har något gemensamt. På många olika sätt växer föreställningar om ekonomi och föreställningar om moral samman i ett nätverk där argumenten ömsesidigt stöder varandra. Även om det inte ytligt sett verkar vara så, baseras den ekonomiska handlingen alltid, sist och slutligen, på moralliknande föreställningar och förväntningar. De ekonomiska handlingarna – köpa, sälja, låna, hyra – och därtill anknutna ekonomiska fenomen såsom ”vinst”, ”förlust”, ”kostnad”, ”intäkt”, ”lön”, etc. – binds till sociala relationer med starka ömsesidiga förväntningar av rättvisekaraktär. Dessa aktiviteter kan fungera endast så länge som den består till den knutna moralen. Här knyts således moral och ekonomi omedelbart tillsammans. Om äganderätten förlorar sin mening och sin existentiella trovärdighet, ersätts den ekonomiska handlingen – köpa, sälja, etc. – av andra – råna, taga, göra. Om löften och avtal förlorar sin mening och trovärdighet, försvinner de långsiktiga tidsförskjutande delarna av den ekonomiska transaktionen. Samarbetsavtal, kontrakt, förbindelser m.m. upphör att finnas till. Det är således endast inom en relativt väl fungerande och etablerad struktur av moralliknande förväntningar och antaganden som ekonomi, dvs. nätverk av *ekonomisk social interaktion*, kan fungera. (Gustafsson 1988, 172-173.)

3.2 Varför etikintresse?

Den kraftiga materiella tillväxten under efterkrigstiden har inte varit oproblematisk. Många har velat varna för det hotfulla i utvecklingen. De tekniska framstegen, som gett oss sådana möjligheter, har också satt domedagsvapen i våra händer och det är näringslivet som levererar dem. Industrins produktionsmetoder och det moderna sättet att leva skapar stora miljöhot. Kontrollerar vi verkligen våra verktyg och våra ambitioner? Materialism i sig har också ifrågasatts – är detta verkligen allt vad livet handlar om? Utvecklingen i Östeuropa där planekonomin led bankrutt och maffian i stället inträdde, reser sig frågor kring vilka etiska normer som krävs för att en marknadsekonomi ska fungera. I Sverige skapade den gamla skattelagstiftningen en gråzon mellan olaglig skatteflykt och laglig, fast många gånger tveksam, skatteplanering. Avregleringen av finansmarknaderna ledde till förvirring kring vilka regler som gällde. Alltför smarta affärer kom fram i dagsljuset och orsakade bestörtning. Rövarbaroner, börshajar och finansvalpar – etiketterna har genom alla tider avslöjat en kritisk inställning till de snabba klippens män. (Brytting 1998, 13-14.)

Men också för de vanliga anställda har tillvaron förändrats. De strävanden att luckra upp löpande bandet som grundläggande arbetsorganisatorisk princip, som påbörjades på 1970-talet, har för många inneburit ett vidgat arbetsinnehåll, större handlingsutrymme och mer personliga kontakter i jobbet, men också ett större ansvar och krav på personligt ställningstagande i en mängd frågor – några med etiskt innehåll. Men framför allt håller värdemässigt något på att förändras. Tidigare kunde vi i västvärlden samlas kring gemensamma mål som låg inflation, ekonomisk tillväxt, stabil ekonomisk utveckling, lag och ordning. Idag växer andra värderingar fram: vackra städer och vacker natur, yttrandefrihet, ett mer personligt och mänskligt samhälle, mer egenkontroll i arbetslivet och där vi bor, fördjupad demokrati. Kommande generationer anser att mänskliga tankar och idéer är viktigare än pengar. Forskarna hävdar att det finns en klar trend som går från materialistiska till postmaterialistiska värderingar. (Brytting 1998, 14.)

Varför behöver bolag och företag etik? Enligt Stiftelsen Arbetsetik finns det fem skäl till detta; värdepluralism, etik, ekonomi, styrning och ledarskap. Jag skall kort gå igenom dessa fem.

– I vår tid ökar pluralismen när det gäller religion och livsåskådning. I ett företag har många anställda skilda religioner och livsåskådningar. Ibland har de också olika kulturell och etnisk bakgrund. Därför finns det på arbetsmarknaden idag en större mångfald än tidigare, när det gäller värderingar och etik. Detta leder inte sällan till öppna konflikter och motsättningar. Men ofta inkapslas motsättningarna och döljs. Man talar inte om skillnaderna i tanke- och synsätt. En mångfald av moraliska och etiska uppfattningar skapar därmed dolda spänningar, som stjälar energi från produktivt arbete. Anställda inom samma företag kommer att dra åt olika håll, istället för att jobba för allas - det vill säga för hela företaget - bästa. Därför behövs ett arbete med värderingsfrågor, vilket förmår samordna de anställdas värderingar med kundernas och företagsledningens. Det handlar om att sätta in enskildas värderingar i ett större sammanhang, så att företaget etiska mål blir en del av de anställdas uppfattningar om vad som är eftersträvansvärt.

– Etisk medvetenhet bidrar till att undvika moraliska felaktigheter och därmed ett skamfilat rykte. En beredskap på etikens område kan göra att företag undviker att hamna i situationer vilka kan komma att kritiseras. Etik är ett sätt att tänka och fatta beslut om vad man vill göra. Det är ett förhållningssätt. Men det är också viktigt att företaget har ett tydligt etiskt regelverk och klara moraliska principer vilka de anställda kan återvända till, som ett led i sitt beslutsfattande om vad man ska göra och inte göra. Många bolag tror att anställda - även på hög nivå - är på det klara med vilka principer och regler som gäller internt och externt. Erfarenheten visar att så sällan är fallet. Att skapa tydliga etiska regler och normer - vilka går utöver vad som markerar det strikt lagliga - är därför viktigt.

– Ekonomisk framgång bygger på förtroende och tillförlitlighet - en moralisk kvalitet. Positivt resultat handlar inte enbart om att undvika sådant negativt beteende - externt och internt - som drar skam över företaget och dess anställda. Framgång i affärer bygger på förtroende. Förtroende får man inte enbart genom att undvika skandaler eller s.k. affärer. Förtroende är något som bygger på att man vet vad som är rätt och att man förmår omsätta det i praktiskt handlande. Detta i sin tur förutsätter ett arbete med de etiska frågorna, så att företaget etiska profil - vad man vill åstadkomma, de värden man vill förverkliga - framstår tydligt och klart.

– En tydlig och genomarbetad värderingsprofil innebär ett effektivt redskap för prissättning, prioritering av resurser, lönesättning, etc. Genom att systematisera kundens önskemål om vad som är eftersträvansvärt - vad som är viktigast i förhållande till företaget - får man klart för sig vilket beteende som ska prioriteras. Är det låg prissättning? Eller är det kanske punktlighet när det gäller leveranser? Eller är det något annat? Med hjälp av

intervjuer och bearbetning av resultatet av dessa kan man få fram en sådan värderingsprofil som blir ett verksamt styrmedel inom företaget.

– Etiken ger en god grund för ett aktivt och positivt ledarskap, något som är en förutsättning för att underställd personal ska arbeta effektivt. Ledarskap är inte en teknik, inte ett sätt att manipulera folk. Ledarskap är etik. Det bygger på värderingar. Det innebär att veta vad som är rätt och handla därefter. Det förutsätter förmåga att överföra sina övertygelser till andra om vad man vill och inte vill. Etiken inom ett företag startar därför ofta med att ledarna skaffar sig kunskaper på etikområdet. De får lära sig att tydliggöra sina värderingar och rangordna sina värden. De får kunskaper om hur värderingar ändrar människors beteende. Etiken blir därmed ett viktigt styrmedel och en förutsättning för ett framgångsrikt, resultatnriktat ledarskap. (Stiftelsen Arbetsetik 2004.)

3.3 Företagets ansvar

Allt som sker i ett företag kan göras till föremål för en etisk analys. Det gäller inte bara de spektakulära skandalerna och dramatiska händelseförloppen. Ett förflutet ord vid fel tillfälle, detaljer i produkternas konstruktion, till och med utformningen av företagets brevpapper kan ha en högst avgörande etisk betydelse: vem kände sig kränkt av anmärkningarna? Tar företaget ansvar för kommande generationers miljö? Spelar företaget på rasistiska associationer? Eller ta frågan om en ersättningsinvestering: ska vi reparera maskinen eller köpa en ny? En investeringskalkyl kan ge ett bra underlag för beslut, men är det verkligen bara ”pay-off-tid” och ”nuvärde” som saken gäller? Hur kommer operatörerna att påverkas? Vad betyder det att vår tekniske direktör varit inblandad i utvecklingen av den nya maskinen? Vad diskuterade egentligen vd:n med försäljaren häromkvällen på krogen? Hur påverkas långivare av förändringar i vår skuldsättningsgrad? Hur kommer det sig förresten att det bara är en reparatör som klagar på den gamla utrustningen? Att fundera över hur människor påverkas av mina val och handlingar, är första steget på vägen mot att ta ett etiskt perspektiv. (Brytting 1998, 25.)

3.4 Yrkesetik

De flesta yrken har idag sin egen yrkesetiska kod. Det gäller till exempel ingenjörer, sjuksköterskor, läkare, arbetsterapeut, psykologer, journalister och socialarbetare. Ibland anknyter dessa till etiska regler formulerade av yrkeskårens internationella sammanslutning. Yrkesetiska regler kan ha en positiv funktion genom att utgöra ett stöd för dem som eftersträvar ett medvetet etiskt förhållningssätt i sin yrkesverksamhet. De kan vidare även utgöra en grund för att komma till rätta med eventuellt oetiskt handlande inom yrkeskåren. Man bör även vara medveten om att de yrkesetiska reglerna har begränsningar. De är ofta vagt och allmänt formulerade. De kan därför vara svåra att tillämpa i konkreta situationer. Reglerna får inte heller ersätta ett personligt genomtänkt ställningstagande i moraliska valsituationer. Det går att närma sig yrkesetiken både från ett dygdetiskt och från ett handlingsetiskt perspektiv. Ur ett dygdetiskt perspektiv kan ett yrke ses som ett avgränsat verksamhets område som syftar till att realisera vissa mål och värden. De personer som är verksamma inom yrket har till uppgift att realisera dessa värden. För att kunna göra det måste de förvärva vissa kunskaper och färdigheter men också vissa moraliska dygder. För att kunna närma sig en idealbild räcker det inte att veta och kunna vissa saker, man måste också ha nått en viss moralisk mognad. En moralisk medvetenhet genomsyrar då yrkesutövningen. Man kan också formulera denna tanke så att en förutsättning för att de interna värdena inom ett visst verksamhetsområde ska realiseras måste personalen förvärva vissa dygder. Utvecklandet av yrkesetiska dygder sker genom att man inövas i verksamheten, genom att man lär sig av andra och av vissa förebilder. (Colleste 1996, 76-78.)

Om man närmar sig ämnet yrkesetik ur ett handlingsetiskt perspektiv uppstår frågan om det finns speciella yrkesetiska regler eller plikter som går utöver eller skiljer sig från etiska plikter och regler som gäller för alla människor. Finns det någon anledning att formulera en särskild yrkesetik? Colleste (1996, 77) nämner i sin bok två svar på den frågan. För det första är det i det praktiska handlandet omöjligt att inför varje val försöka bedöma konsekvenserna av olika handlingsalternativ. Risken för moraliska misstag är stor vid en sådan handlingsetik. Det är av praktiska skäl nödvändigt att ha vissa regler för sitt handlande. Detta talar för att det är nödvändigt att formulera etiska regler som gäller situationer som är vanliga för en speciell yrkesgrupp. Det andra svaret har som utgångspunkt att det inom olika verksamhetsområden uppstår vissa typiska moraliska

problem. De moraliska problem som vårdpersonalen ställs inför är till viss del andra än de som till exempel tekniker ställs inför i sitt yrkesutövande. Detta faktum talar för att det är önskvärt att formulera vissa yrkesetiska regler. Yrkesetiken skiljer sig således inte från den allmänmänskliga etiken till sitt innehåll, däremot kan en poäng med särskilda yrkesetiska regler vara att den allmänmänskliga etiken får en tillämpning och precisering som kan underlätta det moraliska handlandet inom det specifika yrket.

3.5 Etisk kod

En etisk kod är ett skrivet dokument, som innehåller företagets grundläggande värderingar. Alla policydokument som kallas för etisk kod handlar inte om etik. En etisk kod är offentlig. (Aaltonen & Junkkari 1999, 170.)

Under normala förhållanden förvaras den etiska koden exempelvis i skrivbordslådan eller i en mapp. Dess innehåll är sådant som redan borde vara känt för medarbetarna. Den tas fram då det uppstår osäkra gränsfall eller då man vill fördjupa sig i sin egen eller personalens etiska tänkande. Kodens utarbetning i sig själv är god medvetandeprocess. Under utarbetningen blir man tvungen att tänka över verksamhetens kärna. Om koden överläggs i en större grupp, lär sig utarbetarna på samma gång varandras tankar på ett djupare plan. Det har sagts att etiken är företagets själ. Den etiska koden stärker företaget och dess medarbetares identitet och yrkesstoltheten stärks. Den stärker också företagets identitet genom att alla får samma information om vad som ska känneteckna företagets agerande. Den kan vara en viktig del i ett yrkes professionalisering, dvs. den kan lyfta upp yrkeserfarenheter och ange målsättningar, inte bara för företaget självt, utan också för de anställda som arbetar där. Koden fungerar som ett bra verktyg i den etiska skolningen. Med dess hjälp kan man fundera kring praktiska situationer som förekommer i det vardagliga arbetet. En förutsättning är att den etiska kodens innehåll kan förankras till personalens känsloplan. Utifrån koden lär man sig handla instinktivt och om man närmar sig den gråa zonen börjar en alarmklocka ringa. Koden är även ledningens arbetsredskap. En skriven kod uttrycker ledningens engagemang för de etiska frågorna. Enbart av att den existerar ger koden budskapet: detta är för det här företaget viktiga saker. Till viss del kan koden även användas till att förstärka företagets image. Den viktigaste förutsättningen därtill är att företaget verkligen handlar enligt den nerskrivna etiken. I grund och botten

lönar det sig att vara återhållsam med hur mycket man skryter över moralen i företaget, men å andra sidan lönar det sig inte heller att dölja goda principer. Att offentliggöra saken, det vill säga det etiska ställningstagandet, kan öka de egna anställdas tro på att de etiska principerna tas på allvar. Den etiska koden finns till även som stöd då frestelserna är framme men den anger också skäl till varför reglerna finns. (Aaltonen & Junkkari 1999, 172-173.)

3.6 Företagsetiska teorier

Det debateras om huruvida etik inom affärsverksamheten skall vara mer tolerant än allmän individ- eller personetik. Man kan se två allmänna teorier om företagsetik framträda i diskussionen kring ämnet. Den första är teorin om amoralitet (theory of amorality), som upprätthåller att affärsverksamhet skulle vara amoralisk och därför vara immun mot de etiska idealen i samhälle. Den andra teorin, som för närvarande ser ut att ha mera stöd både bland akademiker och bland företags folk, är teorin om moralisk enhet (theory of moral unity). Denna teori hävdar att allt agerande inom affärsverksamheten skall dömas enligt de allmänna etiska standarderna som råder i samhället, inte av en speciell sammansättning av mera toleranta standarder. (Steiner & Steiner 1994, 179-181.)

Enligt Lindfelt (2004, 22) kan det även vara relevant att introducera en tredje teori i sammanhanget. Denna teori har ännu inget officiellt namn men dess upphovsman Pearson kallar den företagsintegritet (business integrity). Den skiljer sig från de två andra teorierna i det avseendet att den accepterar att affärsverksamhet inte kan omfatta samma etik som individer inkluderar i sina privata liv, men affärsverksamhet skulle dock inte vara amoralisk och utan etik överhuvudtaget.

4 VÄRDEDRIVET FÖRETAG

Företag som arbetar med att utveckla och forma en fungerande etik, en företagsetik, kan beskrivas som värdedrivna. Etik bygger på klara och tydliga värden. Den samling värden som ligger till grund för företagsetiken kallas värdegrund. I värdegrunden ingår ofta en vision, skapad utifrån de grundläggande värdena samt ett antal handlingsprinciper eller normer, även dessa byggda på grundvärdena. Utan en sådan värdegrund kan ingen hållbar etik skapas. Etiken kan inte reduceras till ett antal regler och normer. Regler och normer behövs, men måste kunna återföras på värden som utgör kärnan i företagsetiken. Dessa värden måste även stämma med medarbetares och chefers personliga etiska uppfattning. Helst ska de också rimma med den yrkesetik som medarbetarna har. (Philipson 2004, 29.)

4.1 Företagskultur

I alla organisationer finns en mer eller mindre distinkt kultur. Med en organisations kultur menas dess inre liv, dvs. sättet att leva, tänka, handla och vara i just den organisationen. Det kan gälla sättet att lösa problem, fatta beslut eller befordra medarbetare, hur kommunikationen sker inom organisationen och till och med vilka sporter och fritidsaktiviteter som föredras av medarbetarna. (Bruzelius & Skärvad 1995, 267.)

Det är inte lätt att exakt precisera vad en organisations kultur består av. Några viktiga beståndsdelar är emellertid idealmål, dominerande idéer och värderingar, signifikanta aktörer och förebilder, normer och regler samt informella kommunikationskanaler. Några av dessa uttryck kräver en närmare förklaring. Med dominerande idéer och värderingar menas uppfattningar om vad som är bra eller dåligt, önskvärt eller ickeönskvärt, vad som bör eftersträvas respektive undvikas och vilket beteende som bör belönas eller bestraffas. Värderingarna varierar från företag till företag. Med signifikanta aktörer avses personer med tillräcklig makt och tillräckligt inflytande i organisationen för att kunna påverka dominerande värderingar, idéer och föreställningar. Dessa är också ofta förebilder som förkroppsligar organisationens värderingar och i ord och handling visar vad dessa betyder. De informella kommunikationskanalerna är det informella nätverket som förmedlar värderingar och normer i en organisation. Detta informella kommunikationsmönster –

ibland helt enkelt "skvallerapparaten" – anses av en del organisationsforskare vara utomordentligt betydelsefullt. Enligt en undersökning från 1982 är en betydande del av vad som händer i en organisation initierat av information via det informella nätverket. (Bruzelius & Skärvad. 1995, 268-270.)

Företagskulturen är företagets själ. Den består alltså av de värderingar som tillsammans utgör grund för företagets agerande utåt mot kunder och andra intressenter, samt det beteende och de attityder som chefer och medarbetare uppvisar mot varandra. Värderingar bestämmer sättet att driva verksamheten, organisera arbetet, bemöta kunder och medarbetare. Företagskulturen återspeglas i det klimat som råder på arbetsplatsen. Många gånger är företagskulturen synlig i den etik som råder i företaget. Företagskulturen påverkar arbetsmiljön och därmed de anställdas hälsa och tillfredsställelse i arbetet. Den är en förutsättning för framgång och tillväxt. (Proetica 2004.)

I många företag är ledningen och de anställda medvetna om att man har en företagskultur, men de har svårt att uttrycka den i ord. Det vet inte heller om den är bra eller dålig, om den behöver utvecklas eller om den fungerar tillfredsställande som den är. Innan man påbörjar arbetet med att stärka företagskulturen (genom en integrering av etik) behövs därför en kartläggning av företagets kultur. Man behöver skaffa sig en tydlig bild och förstå på vilka punkter den kan förbättras, innan man tar itu med ett förändrings- och utvecklingsarbete. För denna process finns metoder, vilket jag inte kommer att gå närmare in på i detta arbete.

Delar av företagskulturen finns ofta uttryckta i verksamhetsmål, visioner och affärsidéer. Men det kan vara stor skillnad på den officiella företagskulturen och den inofficiella, den som faktiskt omfattas av medarbetare och chefer och omsätts i praktiken. Innan man startar ett utvecklingsprogram som syftar till att forma en gemensam värdegrund behöver man alltså studera den befintliga företagskulturen. Detta är en förutsättning för att uppnå ett gott resultat. Dels handlar det om att förstå var man ska göra insatser och vilka insatser som behövs. Man behöver kunna ställa "diagnos" innan man påbörjar ett utvecklingsprogram. Dels är en kartläggning innan genomförandet en förutsättning för att man ska kunna utvärdera insatserna. Man behöver kunna jämföra situationen som skapats i företaget efter det att utvecklingsprogrammet genomförts med den situation som rådde innan. Att kunna utvärdera är avgörande för arbetets framgång. Om man inte kan visa att insatserna ger förväntad effekt, blir det svårt att skapa den rätta motivationen att genomföra dem.

Kvalitetsutveckling förutsätter alltid någon form av mätning eller kartläggning. (Philipson 2004, 129-131.)

4.2 Värden

Efter att man försökt beskriva en bild av kulturen i företaget går processen vidare till att fundera över vilka grundläggande värden man vill att skall prägla verksamheten i framtiden. Detta är en förutsättning för att en fungerande företagsetik ska kunna utvecklas. Grundvärdena utgör bas i vad som kallas värdegrund. Att ta fram en sådan uppsättning grundvärden kräver planering. Grundtanken är att både ledning och anställda aktivt deltar i arbetet. Erfarenheten visar att det är viktigt att man följer en viss ordning.

1) Utgångspunkten i denna process måste vara de värden som ursprungligen är tänkta att ge inriktning åt verksamheten i företaget. I alla företag finns sådana värden som påverkar verksamheten och formar kulturen. I vissa företag är dessa värden latenta dvs. de sitter i väggarna, är underförstådda i de direktiv som ges av ledning och chefer. I andra företag är värdena manifesta, de är tydliga och klara och uttryckta i skriftlig form. De kan vara formulerade i policydokument, utvecklingsprogram, visioner, affärsidéer och dylikt. En genomgång av värdena, vare sig de är latenta eller manifesta, är nödvändigt i början. I arbetet att skapa ett antal grundvärden måste man utgå från de värden som redan existerar. Man måste ta ställning till vilka värden som fortfarande kan anses vara giltiga och således bör ingå i en framtida värdegrund. 2) Värdegrundsarbetet handlar inte enbart om att lista ut olika företagsvärden, det är även av stor betydelse att man också tänker igenom förhållandet mellan värdena, så att det inte är motstridiga. För att en värdegrund verkligen ska bli styrande måste de anställda förstå hur värdena stämmer med varandra. Man behöver därför göra en rangordning. När värdena kolliderar, måste både medarbetare och chefer veta vilka värden som anses mer väsentliga. Ska företags grundläggande värden i praktiken hjälpa anställda att välja hur de ska handla i olika situationer måste det finnas en grund för prioriteringar. För detta fordras att man vet vad som är viktigare än annat. En klar och tydlig prioriteringsgrund är även väsentlig i de fall ledningen tvingas fatta beslut vilka kan uppfattas som negativa. 3) Att skapa en värdegrund förutsätter också att anställda i företaget involveras på olika sätt. Det är inte ovanligt att ledningen tror att det räcker med ett program för att implementera de företagsvärden man kommit fram till. Erfarenheten

visar att ett sådant tillvägagångssätt sällan fungerar. Personalen bör istället engageras i arbetet. Medarbetarna måste känna att de är subjekt, inte enbart objekt i processen, för att de värden man utpekat som styrande på sikt ska få den vägledande funktion ledningen önskar. Styrande värden skapas inte enbart i toppen, för att sedan spridas neråt. Det avgörande är om man kan hitta former för att engagera medarbetarna i arbetet med att ta fram giltiga värden. 4) Medarbetarnas värden ska sedan integreras med det som utgör företagsvärden. Arbetet med att smälta samman medarbetarnas värden med ledningens förslag sker bäst genom en sammansatt grupp där representanter från både ledningen och personalen finns med. Resultatet av denna integrationsprocess blir en slutlig lista över förslag till styrande värden, eller en värdegrund. (Philipson 2004, 138-145.)

4.3 Vision

När man enats om värdegrunden, blir nästa steg att formulera en vision för företaget. Visionen ska ge en samlad bild av företagets ideal. Den ska tala om hur man ser på framtiden och det sätt på vilket företaget ska bidra till att idealen – eller grundvärdena – blir verklighet. Visionen ska beskriva företagets ändamål, vilka behov man avser att tillfredsställa hos medarbetare, kunder och intressenter. Visionen ska vara något av ett drivande hjul i företagets utveckling. Visionen ger mening åt verksamheten i företaget. Därmed ger den också mening åt deras insatser och bemödanden som arbetar i företaget. Om medarbetare och chefer i företaget ska vara intresserade av att ge det bästa de har av sina ambitioner och sin energi i arbetet, är det självklart att de behöver en vision som inspirerar och hjälper till att styra deras insatser och energi mot vad som är väsentligt. Om företaget ska kunna attrahera kunder och intressenter är det uppenbart att de vill veta vad verksamheten syftar till. Visionen ska vara sådan att den skapar samklang eller goodwill bland dem som på olika sätt kan tänkas ha intresse av företaget och dess verksamhet dvs. det omgivande samhället, kunder, underleverantörer och andra intressentgrupper. Visionen ska svara på ”varför” man gör något och tala om vad som är meningen med företaget och dess verksamhet, beskriva företagets ändamål, uttrycka dess ideal och innehålla det övergripande syftet med verksamheten, tala om vilka behov man avser att tillfredsställa hos anställda/kunder/klienter/intressenter, vara ett uttryck för vad företaget vill föreverkliga externt och internt, peka ut riktningen samt fungera som ledstjärna. (Philipson 2004, 146-147.)

4.4 Ledarskap

Ledning utövas alltid i ett sammanhang, i en kultur och är ett uttryck för dess människosyn, värden och värderingar. Det sätt som ledning utövas på bestäms till stor del av de värderingar som råder. Dessa värderingar kan uppkomma på olika sätt, t.ex. genom förordningar från makthavare och acceptans från medarbetarna. De kan naturligtvis också uppkomma genom att berörda gör ömsesidiga överenskommelser. Kultur uppstår i betydande grad av personers föreställningar och fantasier om vad som är lämpligt att tycka och hur man bör agera. Försök till ledning som inte accepteras inom den aktuella kulturen fungerar inte. Det är också svårt att införa nya ledningsmetoder och system ifall de går emot kulturen. (Hjalmarson 2003, 25.)

4.4.1 Nya förutsättningar för ledarskap

Bakgrunden till att allt fler idag intresserar sig för att utveckla värdedrivna företag hänger samman med ändrade förutsättningar för ledarskap och verksamhetsstyrning. Befallande och kontrollerande ledning är inte längre affärlivets officiella ledarskapsfilosofi. Termen ledning har traditionellt förknippats med sådana aktiviteter som strategi, planering, administration och kontroll. Idag är ordet mera relaterat till sådana koncept och verktyg som bl.a. vision, formulering, handledning och förenklande. Blickarna fästs också mer på själva ledaren. Av ledaren förväntas framförallt ärlighet och personlig harmoni. Ord och handling skall också motsvara varandra. (Aaltonen & Junkkari 1999, 273-274.)

Man kan påstå att dagens ledare behöver tre slags kompetenser: strategens, som är att se till helheten och till organisationens utveckling, chefens, som är att strukturera verksamheten, samt ledarens, som är att inför medarbetarna synliggöra mål och visioner och motivera medarbetarna att sträva mot dem. (Edlund 1999, 125.)

4.4.2 Ledarskapsmodeller

Man kan leda företag genom hierarkisk styrning. Ibland kallar man detta vertikal styrning. Den hierarkiska ledningskulturen karaktäriseras av att medarbetarna anser sig ensidigt beroende av chefen. Hierarkin är autoritär. Det är chefen som har ansvaret. Tanken är att ledningen anger mål och medel och följer upp resultat. Befattningsbeskrivningar och formella regler är viktiga inslag i den hierarkiska ledningskulturen. Medarbetarna betraktas som objekt eller resurser som chefen använder för att nå sina mål. Ordergivning och instruktioner ska vara tydliga och klara och samverkan över avdelningsgränserna behöver egentligen bara ske på hög nivå i företaget. Ledningen verkar genom de högsta cheferna som i sin tur verkar genom chefer på nästa nivå, och så vidare. Ett sådant system kan fungera effektivt om omgivningen och situationen är statisk och okomplicerad och om alla medarbetare är beredda att foga sig och lyda order. I den typ av ledarskap som förknippas med hierarkisk eller vertikal styrning betonas ofta personlighetens betydelse. Ledarens personliga egenskaper blir avgörande för framgång i ett sådant system. Framgångsrika ledare är ambitiösa, beslutsamma, intelligenta, välorganiserade och så vidare. (Hjalmarson 2003, 27-28.)

En annan typ av ledarskap är målorienterade styrsystem. Målstyrning innebär att man styr genom att ange mål som ska uppnås inom en viss tid. Denna form av styrning befinner sig på ett sätt nära den hierarkiska, men tonvikten ligger inte så mycket på vem som leder utan på vart arbetet ska leda. De angivna målen ska utgöra riktpunkter, det väsentliga är inte vem som uttalar dem. Fokus är på det medarbetarna ska åstadkomma. För att fungera måste målen vara tydliga, uppnåeliga, mätbara, väl förankrade och framförallt får de inte vara motstridiga. Målen ska tala om var resurserna ska användas för att ge störst effekt. Det är svårt att skapa sådana mål. Målen förändras efter hand som verksamheten utvecklas, nya tillkommer och andra utgår. (Philipson 2004, 47.)

En typ av ledarskapsmodell fäster främst uppmärksamheten på ledarens förmåga att anpassa sig till den situation i vilken han/hon befinner sig. Med situation avses de grupper av medarbetare på vilka ledarskapet ska utövas. Man kan säga att fokus efterhand kommit att ligga på ledarens uppträdande snarare än på hans eller hennes personlighet. Olika situationer ställer olika krav på ledaren. Denna typ av tänkande kom att präglade mycket av

managementfilosofin under slutet av 1990-talet och kallades det situationsanpassade ledarskapet. (Philipson 2004, 47.)

Idag talar man alltmer om en annan typ av ledarskap. Det brukar kallas transformativt ledarskap, en översättning av ett engelskt begrepp: transformational leadership. I Sverige har några forskare vid Försvarshögskolan bearbetat och utvecklat filosofin bakom denna ledarskapsmodell. De talar istället om utvecklande ledarskap. Kännetecknande för detta är ett föredömligt handlande, personlig omtanke och att ledarskapet ska vara inspirerande. Inte minst viktig är betoningen av ledaren som föredöme. Föredömet beskrivs som ett mentalt förhållningssätt, vilket består av ett antal delfaktorer: värdegrund, förebild och ansvar. Ledarskapet måste således utgå från värden. Det ställs krav på etisk och moralisk trovärdighet. Beslut ska grundas i etiska överväganden. Det ska finnas en överensstämmelse mellan ord och handling. Ledaren ska stå vid sitt ord och han eller hon ska vara beredd att ta ansvar för sina handlingar. Ledaren ska vara en person man kan lita på. Forskarna vid Försvarshögskolan menar att den typ av ledarskap som kallas utvecklande ledarskap, kompletterar andra modeller, till exempel den som bygger på målstyrning. Den väsentliga skillnaden mellan utvecklande ledarskap och ett mer konventionellt ledarskap har framför allt att göra med att medarbetarna motiveras. I detta ledarskap sägs drivkraften i arbetet komma inifrån medarbetarna själva. Exakt vad detta innebär klargörs inte, men man kan anta att man avser de värden som ligger till grund för verksamhetens mål korresponderar eller samspelar med sådana värden som utgör drivkrafter för medarbetarnas sätt att handla. (Philipson 2004, 48-49.)

Ledare i värdedrivna företag, där en sådan överensstämmelse är väsentlig, måste då uppvisa en värdeprofil som både ledning och medarbetare känner igen sig i. Ledaren måste ha karaktär, moraliska egenskaper som överensstämmer med företagets värdegrund och samtidigt upplevas som föredömlig av medarbetare och kollegor. Denna typ av ledarskap skulle också kunna kallas karaktärsledarskap. Den kommer mycket nära värdebaserat ledarskap. Skillnaden är endast att begreppet karaktär fäster uppmärksamheten på vissa egenskaper hos ledaren medan det värdebaserade ledarskapet riktar fokus mot praktiska och teoretiska verktyg, vilka är nödvändiga för att leda människor som har till uppgift att verka för gemensamma mål. Kanske utgör de två ledarskapsmodellerna två sidor av samma mynt. Den ledare som vill arbeta värdebaserat, måste själv ha sådana moraliska egenskaper som väcker respekt och inger förtroende. Förebildsaspekten i ledarskapet är

väsentlig och då kommer frågan om ledarens karaktär självfallet att var avgörande. (Philipson 2004, 48-49.)

4.4.3 Värdebaserat ledarskap

Värdestyrning har blivit ett nytt sätt att leda verksamheter. En av anledningarna till detta sägs vara att det i dagens företagande finns mindre möjligheter att direktstyra personalen. Genom detta sätt att leda verksamheten blir frågor om kompetensutveckling och hur organisationskulturer skapas centrala. Företag strävar således ofta till att påverka anställdas inställningar och beteende så att det hamnar i linje med företagets mål. (Brytting & Egels 2004, 29.)

Värdedrivena företag förutsätter också ett ledarskap som utgår från värden. Ledarskapet måste bygga på samma tänkande som ligger till grund för företagets värdegrund. Företag som vill bygga sin verksamhet på värden, behöver ledare som hämtar sina styrverktyg från företagets värdegrund. Ett sådant ledarskap kallas värdebaserat. Värdebaserat ledarskap kan endast fungera inom ramen för ett värdedrivet företag.

Värdebaserat ledarskap fokuserar på handlingar, inte beteenden. Utmärkande för handlingar är att de alltid föregås av val. Den som handlar väljer att handla på ett visst sätt. Valet bestäms av värderingar. Ledare i företag vill i regel att deras medarbetare ska handla, det vill säga välja att göra sådant som upplevs som värdefullt och eftersträvansvärt. För att anställda ska välja att handla på ett sätt som gagnar företaget, måste det som är värdefullt och eftersträvansvärt för företaget stämma med anställdas värderingar. Detta är det värdebaserade ledarskapets kärna. (Philipson 2004, 50.)

Som ledare har man möjlighet att påverka andra människors beteende, genom att belöna handlingar man vill se förverkligade och bestraffa dem man inte finner önskvärda. Men verklig förändring av människor uppstår bara om någon antingen ändrar sina värderingar och därför faktiskt önskar handla på ett annat sätt eller plötsligt inser att en föreslagen handling verkligen gagnar de egna önskemålen och de värden man omfattar. Som ledare kan man vara med och initiera en sådan förändring. Man kan motivera och inspirera. Men den egentliga förändringen kommer inifrån, från den handlande själv. Värdebaserat

ledarskap bygger på tanken att människor ska vara inifrånstyrda. Det syftar till att få medarbetare att välja att göra sådant som gagnar företaget, därför att det på något sätt också gagnar dem själva. Detta betyder inte att belöningssystemet skulle sakna betydelse i värde drivna företag. Tvärtom måste sådana handlingar gynnas vilka gagnar företaget som helhet och samarbetet med andra för att uppnå verksamhetsmålen. (Philipson 2004, 45.)

5 HUR PÅVERKAR ETIKEN FÖRETAGET

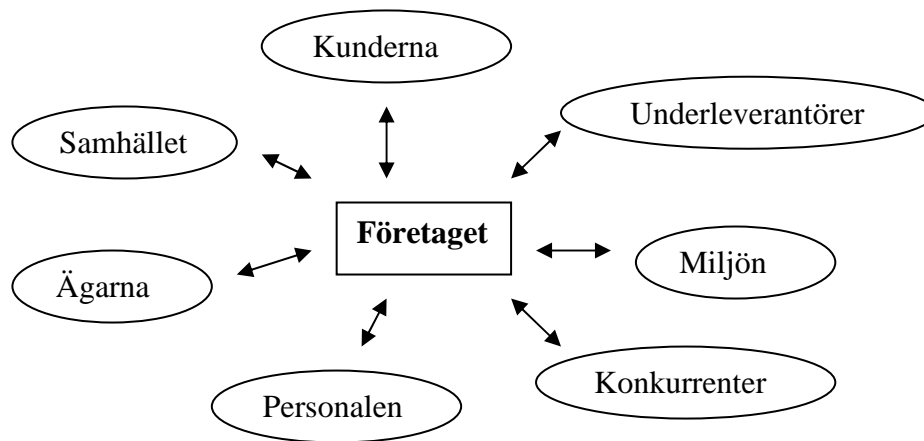
Frågan om vilket ansvar företaget känner och tar för sina medarbetare, underleverantörer, konsulter och andra som utför tjänster mot betalning är en central etisk fråga, som också avslöjar den aktuella verksamhetens människosyn. (Koskinen 1995, 166.)

Förutsättningar för verklig framgång i ett företag – effektivt resursutnyttjande, bra ekonomisk prestationer och ett gott finansiellt resultat, nöjda kunder som visar sin uppskattning samt medarbetare som känner arbetstillfredsställelse – är inget som skapas i toppen av organisationen, för att sedan föras ut bland de anställda. Det värdedrivna företaget bygger på att alla medarbetare och chefer verkligen är beredda att ta ansvar för helheten, inte bara sitt eget kompetensområde. Ett sådant engagemang kan enbart skapas med hjälp av ett verkligt ”dialogiskt” sätt att arbeta med värdefrågorna, där samtalet om vilka värden som ska vara ledande är något alla deltar i. I värdedrivna företag förekommer en öppen dialog om värdefrågor där alla anställda är med och där var och en upplever sig delaktig. Ny forskning visar att de företag som är mest framgångsrika är de som lyckats integrera de anställdas värderingar med de värden som finns givna i företagets tradition, dess affärsidé, visioner och verksamhetsmål. De anställda har aktivt fått vara med och påverka företagets kultur och inriktningen på det framtida arbetet. Ett sådant medarbetsarrangemang ökar benägenheten att vara lojal med de förändringar som företagsledningen eventuellt behöver genomföra för att öka effektiviteten och stärka lönsamheten. Om man däremot inte ger de anställda möjlighet att påverka företagets mål och strategi, finns det en risk för att deras energi går i en annan riktning än vad som gagnar företaget. Insikten om betydelsen av att integrera de anställdas värderingar med de värden som finns i företaget, är central då man arbetar med etik och värdestyrning. (Philipson 2004, 65.)

5.1 Intressentmodellen

I sin bok företagsetik frågar Brytting sig varför fabriks-/kontorslivet återuppstår till synes lika fräscht varje morgon trots tystnaden och tomheten kvällen innan? Ett sätt att svara säger han är att organisationen består av en sammanslutning av olika intressenter

(stakeholders på engelska) som var och en tycker det är mödan värt att fortsätta bidra till organisationens verksamhet.



FIGUR 2. Modell av ett antal intressentgrupper (Brytting 1998, 145)

Företag klarar inte av att rulla ihop sig inåt för att definiera sina värden eller etiska grundprinciper endast ur egen synvinkel utan att känna till andras värden. Att höra på intressentgruppernas åsikter och synpunkter är minst lika viktigt. Ett företag som bedriver en ansvarsfull affärsverksamhet tar i sin strategi och i sitt beslutsfattande fasta på intressentgruppernas värden, förväntningar och åsikter. Tanken är att intressenternas bidrag till organisationen görs av fri vilja och att företagen lägger märke till intressentgrupperna på ett omfattande sätt och att företagen existerar för eller genom intressentgrupperna. Om företaget förgriper sig på någon av dem eller underlåter att kompensera dem för deras uppoffringar lämnar intressenten organisationen och den dör. Enligt intressentteorin är företagets verksamhetsmening att fungera till förmån för intressentgrupperna. (Kujala & Kuvaja 2002, 60-61.)

5.2 Intressentmodellen ur ett etiskt perspektiv

En första fråga i en etisk intressentanalys gäller vilka intressenterna är, vilka är berörda? Vissa kan ses direkt: beslutsfattarna, organisationens ägare och personal, kunderna, leverantörerna osv. De är direkt berörda och man kan också lätt gissa vilka förväntningar

de har på verksamheten. Intergenerationsproblemet, som det kallas, berör människor som ännu inte existerar men som likafullt berörs. Staten och kommunerna vill ha arbetstillfällen och skatter och vill inte att företaget ska orsaka kostnader för miljövård, hälsovård och underhåll av infrastrukturen. Lokalsamhället, de som lever i närheten av företaget, vill ha en ren och vacker miljö och social stabilitet. Personalens familjer kommer att påverkas av hur företaget sköts. På detta sätt kan man räkna upp olika individer eller grupper som "vill ha" olika saker av företaget. Risken med en alltför snabb analys är att förståelsen av intressentkretsen och dess önskemål blir för ytlig. Det är ju ofta de stora och heterogena grupperna det talas om, där önskemålen kan variera avsevärt. Ägarna behandlas ofta som en intressentgrupp vars önskemål är välkända, dvs. mer pengar. Men så behöver det inte alltid vara. Förutom att de säkert har olika preferenser vad gäller värdetillväxt kontra direktavkastning, risknivåer och inflytande i företagets ledning, kan man också tänka sig att etiska värden och normer spelar en roll. (Brytting 1998, 147-148.)

Intressenternas önskemål utgör viktiga etiska impulser i företaget. Utan dem riskerar det att bli en alltför självcentrerad organisation, med vidhängande problem för individerna att upprätthålla integriteten. Naturligtvis kan företaget inte uppfylla den hedervärda ambitionen att behandla varje intressent som en självständig person, vilket dock inte hindrar att den ambitionen kan fungera som tankeställare och ledstjärna. En etisk analys måste också komplettera denna "önskelista" med en reflektion kring den etiska relevansen i dessa krav och förväntningar. Vilka etiska rättigheter och skyldigheter aktualiseras i företagets olika intressentrelationer? Det är också en frågeställning som måste diskuteras. Det är inte alltid etiskt försvarbart att ens försöka att tillmötesgå intressenternas önskemål. Exempelvis, alltför höga räntabilitetskrav från ägarna kan skapa stora irritations- och motivationsproblem i verksamheten, starka kunder kan utöva otillbörliga påtryckningar för att få förmånliga kontraktsvillkor och skattesystemet kan ibland kritiseras utifrån etiska utgångspunkter. Företaget har således inte bara skyldigheter gentemot sina intressenter utan även rättigheter. En sådan rättighet är att göra en etisk analys av intressenternas krav och önskemål. En sådan behöver emellertid inte starta från noll. Det finns redan etablerade uppfattningar om sådana rättigheter och skyldigheter, men företaget bör sedan självständigt pröva dessa uppfattningar mot sina egna etiska värden och normer. (Brytting 1998, 148-149.)

6 ORGANISATIONER FÖR ETIK

Det finns många organisationer och dylikt som har till uppgift att forska och skriva om etik samt hjälpa företag som vill ta första steget in i denna process och även hjälpa dem på vägen. I detta kapitel kommer jag att ge en kort presentation av olika organisationer för företagsetik. Både nationella och internationella organisationer kommer att presenteras. För enkelhetens skull kommer jag att ta upp enbart de största och lättillgängligaste organisationerna.

6.1 Proetica

Proetica hjälper företag och organisationer att utveckla sin kultur. Bolaget är svenskt och grundades 1998. Företagets huvuduppgift är att bistå andra företag och organisationer med utveckling av etik och företagskultur. (Proetica 2004.)

Företaget bedriver konsultverksamhet, utbildning, handledning och seminarieverksamhet samt studier i och utveckling av företagskultur. Bolaget förfogar också över ett analysinstrument för värderingar och etisk medvetenhet: DIAFLEX. (Proetica 2004.)

6.2 ERC – ethics resource center

ERC grundades år 1922 och är Amerikas äldsta ideella organisation som ägnar sig åt att främja en hög etisk standard och praxis i både den offentliga och den privata sektorn. (Ethics resource center 2007.)

6.3 CSR – corporate social responsibility

CSR är en ideell organisation som stöder gemensamt socialt ansvar. Målet är att hjälpa företag att uppnå lönsamhet, hållbar utveckling och mänsklig framgång genom att placera gemensamt socialt ansvar i den ledande riktningen av affärsverksamheten. (Corporate Social Responsibility 2004.)

6.4 Resolva

Resolva arbetar i partnerskap med sina uppdragsgivare i syfte att skapa en varaktig värdeökning, förbättra effektiviteten, synliggöra gemensamma värdegrunder i verksamheten med mera. (Resolva 2009.)

För att synliggöra ett företags företagskultur genomför Resolva en analys som kartlägger nuvarande värderingar, definierar nuvarande företagskultur samt skapar en gemensam bild av företagets kultur. Analysen kan göras som en snabbanalys under en dag varefter en bild över den nuvarande företagskulturen och värdegrunden synliggörs. Utifrån denna skapas nya gemensamma *företagsetiska regler* för företaget och en kommunikationsplan upprättas för hur reglerna skall göras kända i den egna organisationen och hos övriga intressenter. (Resolva 2009.)

7 ARBETETS EMPIRISKA DEL

I varje examensarbete ingår en empirisk del i vilken man på olika sätt undersöker det ämne som berörs. Även i mitt arbete står en sådan del att finna. Jag skall i detta kapitel skriva om hur jag gått till väga, vilken metod jag använt samt framföra resultat från den undersökning jag gjort.

7.1 Forskningsmetod

Då man skall göra en studie av något slag ställs man inför frågan om man skall göra en kvalitativ eller kvantitativ undersökning. Är man intresserad av att t.ex. försöka förstå människors sätt att resonera eller reagera, att urskilja eller särskilja varierande handlingsmönster, så är en kvalitativ studie rimlig. Syftet med studien skall vara avgörande för vilken slags metod man använder sig av, dvs. val av metod skall ske i anslutning till val av teoretiskt perspektiv. (Troast 2005, 7-15.)

Utgående från litteratur jag läst om olika undersökningsmetoder har jag i mitt arbete valt att göra kvalitativa intervjuer. Jag tycker att dessa passade bäst ihop med arbetets teoretiska del och att jag skulle få den största nytta av att göra en kvalitativ undersökning.

Kvalitativa intervjuer utmärks bland annat av att man ställer enkla och raka frågor och på dessa enkla frågor får komplexa och innehållsrika svar. Detta innebär att man efter att alla intervjuer är avklarade har ett otroligt rikt material i vilket man med tur och hårt arbete kan hitta många intressanta skeenden, åsikter, mönster med mera. (Troast 2005, 7.)

I denna typ av undersökning har forskaren ofta en mall för sina frågor, men man bör inte följa den slaviskt. Meningen är att intervjuhandledningen eller frågeschemat ska fungera som en minneslista så att man får med de ämnesområden som ska täckas. Det ligger också i metodens flexibilitet att intervjumallen kan justeras under projektets gång. Det kan bli aktuellt att förändra den beroende på vem man pratar med. Alla aktörer har inte samma förutsättningar att lämna information i en och samma fråga. (Repstad 1999, 64-65.)

Den kvalitativa intervjun ska vara helhetsorienterad men samtidigt målinriktad. En flexibel och ledig intervju är inte detsamma som ett informellt samtal. En bra intervju kräver en grundlig planering av vilka teman som ska beröras. På det viset kan man undvika att drunkna i irrelevant prat. Det kan även vara av intresse att kunna jämföra information som kommer från olika personer. Därför är det också viktigt att man har en genomtänkt referensram för frågor som ska ställas till flera olika personer och klargöra denna referensram för svarspersonen. Några ord till respondenten om vilka dimensioner man är ute efter med sina frågor kan underlätta kategoriseringen och jämförelsen senare. (Repstad 1999, 65-66.)

7.2 Undersökningens syfte och tillvägagångssätt

Syftet med mitt arbete har varit att få svar på frågan om betydelsen av etik i företag och naturligtvis har syftet med den empiriska delen av arbetet varit att bygga på den teoretiska delen. Intervjufrågorna är tagna direkt ur arbetets teoretiska del och fyller således en plats.

Längden och kvaliteten vad gäller själva intervjuerna varierade kraftigt. Vissa intervjutillfällen tog knappt trettio minuter medan andra räckte en timme eller längre. Detta hade enligt mig till stor del att göra med typ av respondent. Även om det till viss del berodde på mig, eftersom detta var första gången jag genomförde en kvalitativ undersökning, så märks det om en respondent är talför eller mera tystlåten och detta har betydelse. I efterhand kan jag dock konstatera att brister finns även i mitt sätt att genomföra denna undersökning.

Undersökningen har genomförts på företag i Jakobstadsregionen. Jag har riktat in mig främst på lite större företag. Typ av företag gör ingen skillnad. I undersökningen presenteras produktionsföretag, försäljningsföretag såväl som bank. Jag har främst försökt få intervjutillfälle med företagsledare men har inte det varit möjligt har jag försökt få tag på personer som skulle kunna tänkas ha mest beröring med etik i sina arbetsuppgifter, t.ex en personalansvarig.

7.3 Resultat

Resultaten av intervjuerna kommer här att presenteras i kronologisk ordning. Först kommer frågan och sedan följer min analys av svaren till den. I analysen kommer jag att hålla mig till så kallad kategorisering, dvs. jag delar in svaren i olika kategorier för att på så sätt lättare belysa skillnader samt likheter i svaren.

Begreppet företagsetik

Allra först ville jag ta reda på hur många av mina respondenter som kände till själva begreppet företagsetik. Detta för att få en enkel ingång till intervjun samt att det även till viss del underlättar analysen av svaren längre fram i intervjun.

Själva begreppet företagsetik kände samtliga respondenter på något sätt till. Kategoriseringen här sker i dem som är bekanta med ämnet och de som mycket väl kände till företagsetik. Tre av respondenterna kunde genast påstå att de är mycket väl bekanta med företagsetik medan de resterande tre påstod sig känna till begreppet men inte desto mer fördjupat sig i ämnet. Min uppfattning var att själva begreppet hade de flesta helt klart hört talas om, men betydelsen av ordet var enbart vagt bekant. Utifrån responsen tyckte jag mig märka att endast två var mera insatta och personligen även mer intresserad av ämnet. Jag lade även ganska snabbt märke till att många blandade ihop betydelsen av etik och moral, vilket vi tidigare i detta arbete kan lära oss att är två helt skilda saker.

Egentligen så är det ganska bekant eftersom det ingick i studierna. Jag hade en 5 studieveckors kurs som handlade om företagsetik. (Respondent 6)

Sådär inte vet jag vad jag ska säga, man vet ju det här själv också hur man skall uppföra sig. Men inte har jag läst några böcker eller så. (Respondent 2)

Nåja, ska vi säga att inte är jag nå professionellt bekant med det med det är klart att nog ägnar jag en hel del av mina tankar vad gäller företagsetik och vad företagsetik är. Och det är ju mycket det. Det är ett omfattande ämne. (Respondent 5)

Skolning i företagsetik

I arbetets teoretiska del får vi ta del av information som säger att skolning är en viktig del då man integrerar etiken i ett företag och att den skall genomsyra hela företaget för att en full effekt ska nås. Personligen tror jag inte att det finns många företag som så helt gått in för företagsetik så att de så drastiskt ändrat sitt företag som denna teori påstår och absolut inte i dessa trakter. Syftet med denna fråga var främst att få fram om företag överhuvudtaget avsätter tid på dessa saker och hur vanligt det är med skolning och undervisning i ett dylikt ämne.

Svaren på denna fråga kunde lätt delas in i två kategorier, ja och nej. Endast två av respondenterna kunde svara jakande på frågan om de fått någon typ av skolning i ämnet och de resterande fyra hade ett nekande svar. Dessa två var även de som i föregående fråga gav ett intryck av ett större intresse för ämnet i stort. Skillnaden mellan de två var att en hade genom sin utbildning gått kurser i företagsetik och den andra respondenten hade fått någon typ av skolning genom en dagskurs som ordnades av hans tidigare arbetsplats.

Nog har vi pratat om det. Vi har en manual som är mera för ledningen där det omnämns det här, men inte som jag kommer ihåg har jag varit på någon skolning i alla fall.

(Respondent 3)

Inte har vi fått någon direkt skolning. (Respondent 1)

Jo, jag har haft. Det ingick i mina studier. Jag hade en 5 studieveckors kurs som handlade om företagsetik. Inom företaget har vi haft en ledarskapsutbildning där det var 30 personer från Vd till arbetsledare som var med och utbildningen började egentligen med att vi hade en såndär dag då vi funderade kring värderingar. Att vad är värderingar och vad bottnar de i och på det sättet så kom ju det här etikbegreppet in där. Etik, moral och sånt. Så nog har det funnits till en del.

(Respondent 6)

Etik och ekonomins samhörighet

I den teoretiska delen av arbetet framgår att moral och ekonomi har något gemensamt. För att ta frågan ännu längre kan man fundera om etik och ekonomi bör blandas ihop. Detta var grunden för denna fråga och att således få en insikt i vad företag i nejden anser om detta.

Samtliga respondenter var eniga i denna fråga. Alla ansåg att ekonomi och etik går ihop och någon sträckte sig även så långt att han vågade påstå att ekonomin inte kunde fungera utan en viss nivå av etik. Samtliga var eniga om att etiken är viktig.

Ja, jag anser helt klart det att etik och ekonomi går ihop. På så sätt att du skapar ett förtroende ut till dina kunder och leverantörer. (Respondent 5)

Jag anser nog att det gör. Att vi ska följa etik och att vi ska inte bara ha ekonomiska värden. Etik är nog viktigt. (Respondent 3)

Absolut. Och det här har jag diskuterat genom att jag har studerat etik så kom vi just in på det här ämnet och jag har faktiskt gjort en förfrågan bland en hel del människor inom företaget hur man ser på det här. (Respondent 6)

Etisk medvetenhet

Alla svarade jakande på frågan om de tycker det är viktigt att företag har en etisk medvetenhet i sin verksamhet. Här märktes också bra att många drog paralleller till sina egna värderingar i livet och som företagsledare är väl detta ett naturligt sätt att driva ett företag.

Samtliga respondenter svarade positivt men man kan ändå urskilja skillnader i tankesätten. En respondent deklarerade klart att etiken är viktig i ett företag och att det då är ledningen som måste ha den här medvetenheten. Medan en annan respondent klart och tydligt visade genom sitt tankesätt att den etiska medvetenheten borde genomsyra hela företaget. Respondent tre svarade också jakande på frågan, men verkar ändå inte kunna undvika att genom diskussion ta tillbaka en del. Denna menar att etiken åtminstone bland de anställda vid detta företag är medfödd och därmed ger en antydning att man inte behöver sätta så mycket tid och tanke på detta ämne. Det finns där utan att man vet om det, menar han.

Även en annan respondent faller i den tankegången att oberoende om den är uttalad eller outtalad så finns det en linje i dylika frågor inom företaget.

Som jag nämnde kan man klart se av svaren att samtliga är respondenter är eniga om att en etisk medvetenhet är viktig, men de tolkar innebörden av ordet olika.

Jag tycker att det är viktigt att företaget har en, ska vi säga, en etisk grundstomme att stå på. Vi kommer att nu vid ledningsmötet nästa vecka att gå igenom den här, ska vi säga, etikboken eller föreskrift Det är väldigt viktigt för inte hjälper det att jag som VD är den enda som tänker att sådär ska vi göra och sådär går det till, om inte alla mina medarbetare särskilt tjänstemännen inte är medvetna om hur det går till. Så det är väldigt viktigt att man sprider ut den här etiken också, att vad är vår företagsetik ut mot anställda och ut mot externa samarbetspartner. Och att man är öppen och ärlig och har en rak linje. Det hjälper ju inte om bara en och det är alltid den här svåra utmaningen att få ut det på bred front. Vi tänker alla olika. (Respondent 5)

Absolut. Om man ser i Finland överlag så vi fungerar ju nog ganska etiskt överlag. Om man jämför med andra länder längre söderut till exempel så fäster man inte lika stor vikt vid det etiska. Jag tycker att det är jätte viktigt för att det har med förtroende att göra. Man måste kunna lita på företag. Man måste kunna lita på att det är en sund verksamhet. (Respondent 1)

Jo, nog är det viktigt nog. Om vi säger i första hand om vi bedömer i vårt fall så är det ju närmast mutor. Att man förstår hur man uppför sig, vad som gäller så att säga. Och det här att man skall ju tänka på företaget och inte på sina personliga saker utan ta dess ärende som man jobbar för och att det inte är privat på något sätt, det måste man komma ihåg. (Respondent 2)

Ansvar gentemot sina intressenter

I den teoretiska delen tog jag upp teorin om intressentmodellen. Eftersom företagen jag intervjuade var av så helt skilda slag koncentrerade jag mig mest på intressenter som personal och kunder, som berörde samtliga företag.

Samtliga företag svarade jakande på frågan om de som företag har något ansvar gentemot sina intressenter. Då jag sedan gick in på olika typer av intressenter började svaren variera.

På frågan om ansvar gentemot personalen svarade alla positivt d.v.s att man som företag har ett ansvar mot personalen. Tre av respondenterna ville vidareutveckla meningen och påpeka att även personalen har ett ansvar gentemot företaget. Detta kan vi också läsa om i arbetets teoretiska del att företagsetiken också innefattar att företag har rättigheter gentemot sina intressenter.

Jo, det tycker jag nog. Jag brukar säga att företagsledningen tjarar om att personalen är företagets viktigaste resurs och det beror på att det är sant. (Respondent 4)

Helt klart har man ett ansvar. Alltså ska vi kalla det ett begränsat ansvar. Men nog har man helt klart som företag ett etiskt ansvar mot sina anställda. (Respondent 5)

Ja, jag anser att man har ett ansvar naturligtvis gentemot alla intressenter. Samtidigt så är ju ansvaret, du nämnde peronalen, så är det ju ömsesidigt. Det är ju inte bara företaget som har ansvar utan de anställda ska också ta sitt ansvar som anställda. Och där behöver man hitta den gemensamma etiska plattformen. Talar man om ärlighet och förtroende så måste det vara ömsesidigt. (Respondent 6)

På frågan om ansvar gentemot kunderna svarade samtliga jakande.

Jo, nog har vi det. Speciellt i vår bransch där vi säljer så där business to business. Vi säljer ju ofta med långvariga kundförhållanden, så vi klarar inte på lång sikt utan att ha en viss kvalitetslinje och viss, man kan säga hur vi ställer upp mot kunderna. (Respondent 4)

Ja, nog har du ett etiskt ansvar mot dem också. Att deklarerar ut din linje. Sen om det går ikors med en kund eller leverantör så ”-okay”. Det som är det komiska där är ju det att de har respekt ändå. Trots att du har gett ut din så kallade etiska linje och de sen säger att inte kan man ju tänka så där, så har du fortfarande deras förtroende kvar. (Respondent 5)

Drivande värden

Alla företag kunde påstå att de hade någon typ av drivande värden. Fyra av sex respondenter kunde nämna om inte alltid alla så en del av dessa värden eller åtminstone vad de ville framföra med dem. Av dem som kunde erinra sig dessa värden hade två företag vikten av ärlighet som ett värde.

På frågan om de trodde att personalen kände till företagets drivande värden svarade endast två företag klart ja, medan tre var tveksamma och ett företag trodde inte att personalen kände till dem. Detta var den första frågan där man kunde se en större variation bland svaren hos de intervjuade.



FIGUR 3. Modell över svaren på fråga 6

Ja, vi har. Det finns fem stycken men jag kan inte räkna upp dem. Det är en sån sak som kommer upp ibland, men inte så ofta. (Respondent 1)

Jo, där är det ju då närmast miljön. Miljöpolitik som är vårt störst kunnande förstås och sen arbetsskyddspolitik, kvalitetspolitik där det är klart och tydligt sagt och det är godkänt av styrelsen. (Respondent 2)

Etiska koder

Här görs en kategorisering i positiva och negativa svar. Fyra respondenter svarade negativt på frågan medan två svarade klart ja till att det inom företaget fanns etiska koder att tillgå.

Ja, det vad vi har är just som vi har gemensamt då med den övriga koncernen. (Respondent 5)

Inte riktigt i den betäckningen, men vi diskuterade faktiskt senast igår just att vi måste sätta det här på papper. Så det är säkert på kommande. (Respondent 6)

Nå inte egentligen. Det har vi inte, nej. (Respondent 2)

Etikens prioritering

Att etiken är högt prioriterad inom deras företag ansåg samtliga respondenter och att den är viktiga, men ändå var det inte många som var väldigt insatta i ämnet. Den som enligt min mening var den mest engagerade i frågan kanske också hade det ärligste svaret på frågan. – ”Det är inte den högsta prioritet men det är inte heller den lägsta”. För att visa hur fel det kan bli ibland så löd ett svar så här.

– Personligen anser jag att det är viktigt men vi har inga problem. (Respondent 3)

Frågan löd i det stora hela så här: ” Vad betyder etiken för er som företag? Är den viktig? Är den högt eller lågt prioriterad?” Frågan gick dock över från etikens betydelse till att mest sammanfatta om etiken är viktig samt om det är högt eller lågt prioriterad inom företagen.

Personligen känner jag en stor tveksamhet till tillförlitligheten till dessa svar. Utifrån enskilda svar och genom paralleller till tidigare svar samt attityden hos de intervjuade kan man enligt mig fundera över om vissa respondenter enbart svarade på ett visst sätt för att de såg de svaren som mest lämpade. Vilket enligt mig är rätt så enkelt gjort, eftersom frågan i sig är ganska lätt att genomskåda. Att jag tycker att det blev fel för respondent 3 är att denna fråga inte gällde respondenternas personliga etik utan företagets. Dessutom framhåller han ett de har inga problem inom deras företag, vilket inte heller har någon betydelse för denna fråga och inte heller vad jag försökte få svar på. Det enda jag ville få fram med denna fråga är hur företagen ser på etiken, om det är något de sätter tid och värde på eller om de anser den som onyttig. Vilken linje de kör på är deras ensak.

Om man dock analyserar svaren och ser att samtliga företag ansåg att företagsetiken är viktig, kan man utifrån detta arbete konstatera att det är en positiv respons.

Kraven från intressenterna

På frågan om respondenterna märkt att kraven på etik har ökat från intressenternas sida blev svaren lite mer varierande. Som intressenter blev främst enbart personalen och kunderna framtagna i frågan eftersom de var de enda som samtliga företag hade gemensamt. Detta berodde på som jag redan tidigare nämnde att de alla var helt olika företagstyper.

Om vi först börjar med kunderna dvs. trycket utifrån så blev uppdelningen av svaren jämn. Tre företag svarade jakande, dvs. de kände ett större krav på etik från sina kunder medan de resterande tre svarade nekande.

Stora kunderna ja. Våra 2-3 största kunder så har nog liksom bland annat auditeringar om det här, att vad är era etiska värderingar och hur sköter ni er personal och vad har ni för verksamhet för att få er personal att må bra. (Respondent 5)

Man märker inte det så där direkt, men indirekt så tror jag nog. Internt så har jag nog svårt att se någon förändring. (Respondent 1)

Nej, jag skulle inte säga kanske på det sättet. Däremot så blir det ju med storleken på bolaget, de blir kanske mera medvetna om sina rättigheter och sånt och man får en annan problematik då det kommer mer folk in huset. På det sättet tror jag det blir viktigare, men däremot, förvånansvärt nog, så det största trycket kommer ju nog från sådana som kanske inte har någon orsak att sätta tryck på oss. (Respondent 2)

På frågan om de märkt en skillnad från personalens sida blev uppdelningen att en kunde se en skillnad medan de resterande fem inte såg någon attitydförändring hos personalen i denna fråga. Resultatet från denna fråga är det första som förvånat mig. Personligen hade jag trott att det skulle vara betydligt flera som svarade positivt på frågan.

Jo, det tycker jag nog att där har det skett en stor förändring de här sista åren. Men vi behöver ett tillägg där att vi har förnyat vår personal ganska mycket och många har gått i pension. Och det där i och med de här bytena så har det ju kommit in nytt blod så att säga, som har andra värderingar. Vi ser att de här gamla vi har kvar fortfarande så har väldigt svårt att applicera sig till det här nya tankesättet. (Respondent 5)

Jag tycker inte så speciellt vad gäller personalen. Kunderna ,okay till en viss del, men man redogör ju för miljöhänsyn och sånt. Nog finns det. Egentligen avspeglar, skulle jag säga, hela samhällets syn på det här. Att det

finns en större medvetenhet. Det är inte så att man upplever det som krav, som ett rop utifrån som man bara måste fylla utan utvecklingen inom företaget går i samma takt. (Respondent 6)

Jag skulle inte säga att de direkt skulle kräva mera eller någonting. Jag anser eller jag tycker att vi har haft det här på rätt bra nivå alltid så har vi aldrig riktigt haft nå problem på den här sidan, vilket betyder att utan problem så finns det inte någon som kräver nå mycket heller eller jag ser inte nå förändring på det här. (Respondent 3)

Företagsetik och framtiden

På frågan om de tror att företagsetik är något som vi kommer att se mera av i framtiden svarade de flesta positivt. Många tycktes även se fram emot ett större engagemang för detta ämne i framtiden och välkomnade ett steg mot ett mera etiskt företagande. Men sen fanns det även vissa tveksamheter. ”Jag tror nog att vi skall vara nöjda med som vi har det” var ett uttryck.

Kategorierna i denna fråga blir ja, nej och osäkra. Fyra av företagen svarade klart jakande på frågan, dvs. de tror att etiken är något som kommer att komma mer i framtiden. Två av dessa respondenter drog genast paralleller till den samhällsutveckling och företagsutveckling som råder idag. Som respondent fyra uttryckte sig: ”- nog tror jag det för att det har kommit in element som är rena lurendrejerier”. Respondent ett trodde absolut att etiken kommer att öka i framtiden eftersom det händer saker i samhället som inte skulle få hända. Och att det idag genom medier har en bredare och snabbare väg ut till allmänheten för att människor blir mera medvetna om vad som händer inom företagsvärlden.

De två respondenter som jag satt under kategorin osäkra hade helt olika förhållningssätt till frågan. Respondent 6 trodde visserligen inte att etiken kommer att minska i framtiden men vågade inte heller uttrycka sig om ifall det kommer att ske en ökning av ämnet. Respondent 3 ville uttrycka sig så att vi (åtminstone här i Finland) skall vara nöjda som vi har det. Men att det däremot är något helt annat om du går ut i världen påstod han.

Jo, jag tror definitivt det. Både med glädje och med sorg om jag får säga. Jag tycker nog att trenden ser så ut. (Respondent 5)

Absolut. Jag tror att, det är ju för att det händer saker som inte skulle få hända i samhället i stort. (Respondent 1)

Nå, inte tror jag att det minskar. Det tror jag inte. Om man tänker på USA så har det ju gått så långt att personalsammansättningen skall avspegla samhället. Det har ju inte kommit ännu i Finland, men nog tror jag att de här frågorna åtminstone kommer att vara med. Hur mycket de tillspetas eller förstärks det vågar jag inte uttala mig om. (Respondent 6)

Företagsetik som fördel

Denna fråga var kanske mitt arbetes viktigaste fråga och även den som mest relaterade och gav svar på arbetets frågeställning. Här ville jag få fram responsen till om företag som väljer en mera etisk väg kan anses ha en fördel.

Först ställdes frågan om de tror att intressenterna är intresserade av hur etiskt ett företag är. Responsen blev ett nästan enhälligt positivt svar, dvs. företagen trodde att intressenterna mer eller mindre brydde sig om hur etiskt ett företag. Några respondenter reflekterade även över att detta kan förvisso bero på vilka typer intressenterna består av.

Även i de fall där frågeställningen kom att gälla etik som en fördel blev responsen positiv. I samtliga fall trodde respondenterna att företag kan ha en fördel genom att vara etiska. I tre av intervjuerna gled samtalet in på om de trodde att intressenterna skulle vara villiga att betala mera för etiken, men där blev responsen negativ. Ingen av dessa tre trodde att någon intressent var villig att betala mera för en tjänst eller produkt enbart för etikens skull. Detta är ett svar som något förvånar mig. Själv har jag fått den uppfattningen att det finns personer som är villiga att betala för en produkt som det vet är etiskt framtagen. Denna frågeställning skulle kunna vara intressant att spinna vidare på.

Klart, nog är det en fördel att hålla klara etiska linjer. (Respondent 2)

Till de större aktörerna och en ny aktör så tror jag nod du har nytta av att visa också en etisk linje och vad dina värderingar är. Det tycker jag nog. Men framför allt så är det viktigt med sådana samarbetspartner som man har haft ett långt förhållande med och tiderna har förändrats där man då tydligt deklarerar att vad våra värderingar är. Där anser jag att det är ännu viktigare. (Respondent 5)

Då det gäller personalen så är det säkert en fördel, då det gäller att köpa in så är det en fördel men att sälja så vet jag inte om det är. (Respondent 3)

Tyvärr kom det sig inte att jag i mina intervjuer frågade på vilket sätt de trodde det var en fördel att vara etisk. Det skulle också varit intressant att få veta med tanke på att de tre tillfrågade respondenterna inte trodde att intressenterna i alla fall var villiga att betala mera för den.

8 SAMMANFATTNING

Som det framkommer i arbetets teoretiska del är etik ett gammalt ämne. Idag finns etiken med i många olika sammanhang, t.ex. i olika yrken och i företagsvärlden. Etiken studerar vad som är rätt och fel, gott och ont i livet och företagsetiken studerar vad som är rätt och fel, gott och ont i affärsverksamheten.

Termerna moral och etik används ofta med liknande betydelse och har också ursprungligen samma innebörd, men med tiden har det utvecklats en skillnad mellan dem. Detta var något jag ofta reflekterade över under mina intervjutillfällen. Personligen tror jag flera av respondenterna blandade samman de två orden.

Enligt stiftelsen Arbetsetik bidrar en etisk medvetenhet till att undvika moraliska felaktigheter. Denna anser att det är viktigt att företag har ett tydligt etiskt regelverk vilka de anställda kan återgå till. Stiftelsen menar även att många bolag tror att anställda är på det klara med vilka principer som gäller både externt och internt, men att erfarenheten visar att så sällan är fallet. Om man här drar en parallell till frågan om företagets värde som ställdes under mina intervjuer, kan man se att endast två av de sex tillfrågade företagen trodde att deras personal kände till företagets värden, vilket jag tycker kan tolkas som en bra personalkännedom.

Som jag skrev i inledningen var inte meningen med mitt arbete att utförligt och ur alla synvinklar belysa betydelsen av etik i ett företag. Det mest centrala skulle vara ifall etiken ansågs som viktig. Ur arbetets teoretiska del och då man studerat skrivet material om företagsetik får man den uppfattningen att etiken är viktig. Då man sen går vidare till arbetets empiriska del och ser vad företagen i nejden anser, ser man klart att de är av samma uppfattning. Om man ser hur tillfredsställande jag fått belyst arbetets frågeställning kan man väl konstatera att det är rätt så bristfälligt. Ganska snabbt fann jag att frågeställningen var lite för komplicerad för att jag som novis skulle kunna få fram ett tillfredsställande svar. Detta var orsaken till att jag fick koncentrera mig på endast en del och valde då att försöka belysa om etiken anses viktig eller oviktig, både i teori och i praktik. Som sagt kan man konstatera att arbetet inte till fullo besvarar frågeställningen,

men ändå tycker jag att man från intervjuerna kan få ett någorlunda tillfredsställande svar. Det vill säga att de företag jag varit i kontakt med klart anser att företagsetiken är viktig.

Det har varit intressant att skriva detta arbete och det mest intressanta är väl nog själva intervjuerna. Personligen trodde jag inte att företag här i nejden skulle ha en sådan stor kunskap om företagsetik som de ändå tycktes ha. Om man studerar teorin och på vilket sätt implementeringen av företagsetiken enligt den bör ske, kan man ändå se att den där inte drar jämnt med praktiken. Jag tror personligen inte det är många företag (åtminstone inte här i nejden) som så grundligt lagt en etisk plattform som det enligt teorin bör ske.

Ibland reflekterade jag över tillförlitligheten till svaren eller som jag tidigare skrev att det ibland kände som om vissa respondenter svarade med ett givet svar, ett svar som i det läget ansågs mest lämpat utan att kanske vara det mest rätta. Detta är inte något jag lagt energi på då jag analyserat svaren och det är inte heller något som direkt går att belysa. Det var nog mest en tanke hos mig. Eftersom det var första gången jag genomförde en kvalitativ undersökning så kan man säkert se många bister i mitt sätt att genomföra den. Under analysen av svaren lade jag själv märke till mycket som jag kunde och borde ha gjort annorlunda, t.ex. vikten av att alltid ställa frågorna på samma sätt vilket gör analysen lättare. Under själva intervjuernas gång kom det även upp intressanta frågeställningar som jag inte tänkt på och som jag senare tog upp vid andra intervjutillfällen. Detta var i och för sig intressant men för själva arbetet onödigt eftersom det inte gick att använda då inte alla respondenter svarat på just den senare påkomna frågan. Egentligen borde jag först haft en övning på några intervjuer innan jag gjorde de sex intervjuerna till arbetet.

Själv tycker jag att det finns mycket att önska då det gäller detta arbete. Som jag inledningsvis skrev fastnade jag för ämnet företagsetik på en gång och det mest intressanta för mig var att få fördjupa mig i ämnet. Då jag senare skulle få fram en fungerande frågeställning blev det svårare. Företagsetik är inte heller ett ämne som blivit studerat och belyst ur många synvinklar och inte heller fanns det direkt några resultat över företag som implementerat etik i sin verksamhet, så att jag utifrån det kunnat skriva ett helt teoretiskt arbete. Något jag dessutom lade märke till var att fanns mycket mera material om ämnet att tillgå från Sverige än från Finland och att Sverige hade hunnit mycket längre i diskussionen om företagsetik än vårt land. Jag kan inte undgå att i det sammanhanget reflektera över en del av svaren jag fick i några intervjuer, dvs. att vi här i Österbotten har

den här etiken med oss och att den finns naturligt i våra företag utan att vi behöver sätta till den på något sätt. Kanske kan man dra paralleller till hela landet och konstatera att i Finland är etik och moral viktiga nämnare i företagsvärlden utan att man desto mer tänker på det.

Egentligen var det ingen intervjufråga som kom med något stort överraskande svar. De flesta frågorna kunde härledas ur arbetets teoretiska del och de svar jag fick tycker jag stämde rätt så bra överens med teorin. Visst fanns det skillnader, men inga direkta genombrytande och omvälvande olikheter.

Eftersom företagsetiken var ett nytt ämne för mig har jag fått lära mig mycket under arbetets gång. Om detta kommer att vara till nytta för mig i framtiden har jag ingen aning om, men jag tror helt klart att mitt intresse för detta ämne kommer att fortgå.

KÄLLOR

- Aaltonen T & Junkkari L. 1999. Yrityksen arvot & etiikka. Juva: WSOY.
- Ahokallio T & Ollila M-R & Salmenkylä R. 2003. Det goda och det onda hos människan. Borgå: Söderström & co förlags ab.
- Bruzelius L & Skärvad P-H. 1995. Integrerad organisationslära. 7. Upplagan. Lund: Studentlitteratur.
- Brytting T. 1998. Företagsetik. 1. Upplagan. Arlöv: Elanders Berling.
- Brytting T & Egels N. 2004. Svensk företagsetisk forskning 1995-2001. Göteborg: Bokförlaget BAS.
- Bråkenhielm C R, Koskinen L, Arvidsson, Grenholm, Hamilton, Burenstam Linder, Nicolin, Persson, Rosengren, Röttorp, Ullenhag & Wadensjö. 1989. Etikens pris. Stockholm: Verbum.
- Colleste G. 1996. Inledning till etiken. Lund: Studentlitteratur.
- Corporate Social Responsibility. 2004. Hemsida. Tillgängligt: <http://www.csreurope.org>. Läst: 3.2.2004
- Edlund L. 1999. Metoder för etik. Oskarshamn: Primo.
- Ethics resource center. 2007. Hemsida. Tillgängligt. <http://www.ethics.org>. Läst 10.10.2007
- Gustafsson C. 1988. Om företag, moral och handling. Lund: Studentlitteratur.
- Hansson S-O .2002. Några etiska teorier. Pdf-register. Tillgängligt: http://infra.kth.se/~nmoller/Hansson_Etikkompendium.pdf. Läst: 9.2. 2004
- Hermerén G. 1989. Det goda företaget: Om etik och moral i företag. Arlöv: Berlings.
- Hjalmarson B. 2003. Medledarskap. Falun: Ekerlids.
- Knutson, C. 2000. Etik i praktiken. Lund: Studentlitteratur.
- Koskinen L. 1995. Vad är rätt? Handbok i etik. 2. upplagan. Falun: Scandbook.
- Kujala J & Kuvaja S. 2002. Välittävä Johtaminen. Sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä. Helsingfors: Talentum.
- Lindfelt L-L. 2004. Ethics as a Value Creating Strategy in Industrial Firms: A study of the Stora Enso business network. Åbo: Åbo Akademi.
- Möller, L. 1991. Etik i verkligheten. Uppsala: Cordia.

Philipson S. 2004. Etik och företagskultur: Att leda med värden. Lund: Studentlitteratur.

Proetica.2004. Hemsida. Tillgängligt: <http://www.proetica.se>. Läst: 2.2.2004

Repstad P. 1999. Närhet och distans. Kvalitativa metoder i samhällsvetenskap. Lund: Studentlitteratur.

Resolva. 2009. Hemsida. Tillgängligt. <http://www.resolva.se/tjanster.htm>. Läst: 07.10.2009

Ryberg L. 2003. Etik och livsfrågor. 3. Upplagan. Falköping: Elanders Gummessons.

Steiner G A. & Steiner J F. 1994. Business, Government and Society. A Managerial Perspective. 7. upplagan. Palatino: Waldman Graphics.

Stiftelsen Arbetsetik. 2004. Hemsida. Tillgängligt: <http://www.etik.com>. Läst 1.4.2004.

Troast J. 2005. Kvalitativa intervjuer. 3. upplagan. Lund: Studentlitteratur.

Wikipedia. 2009. Hemsida. Tillgängligt. <http://sv.wikipedia.org/wiki/Situationsetik> Läst: 24.09.2009

INTERVJUFRÅGOR:

- 1 Hur bekant är ni med begreppet företagsetik?
- 2 Har Ni fått någon skolning i företagsetik?
- 3 Anser Ni att etik och ekonomi går ihop?
- 4 Tycker Ni det är viktigt att företag har en etisk medvetenhet i sin verksamhet? Varför?
- 5 Tycker Ni att företag har ett ansvar gentemot sina intressenter, dvs. personalen, kunderna miljön, samhället de verkar i osv.
- 6 Har Ert företag några drivande värden? Känner personalen till dem och hur syns de i vardagen?
- 7 Har Ert företag någon etik på papper, dvs. några etiska koder?
- 8 Vad betyder etik för Er, dvs. företaget? Hur viktig är den? Är företagsetiks frågor högt eller lågt prioriterade hos er?
- 9 Har Ni märkt om kravet på ett mer etiskt ansvarstagande på er som företag har ökat från era intressenters sida?
- 10 Tror Ni företagsetik är något som kommer att få större roll inom företag i framtiden?
- 11 Tror Ni intressenterna är intresserade av hur etiskt ett företag är? Tror Ni att företagsetiken kan ha en fördel?