

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Ettevõtlusosakond

Kaisa Raadik

**JÄTKUSUUTLIKKUS JA ARENG  
ELUSTIILIETTEVÖTTES TAUR  
VARAHALDUSE OSAÜHING**

Lõputöö

Juhendaja: Ilona Kandelin, MBA

Pärnu 2021

Soovitan suunata kaitsmisele

(allkirjastatud digitaalselt)

Ilona Kandelin

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(allkirjastatud digitaalselt)

Margus Kõomägi

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

(allkirjastatud digitaalselt)

Kaisa Raadik

## SISUKORD

Sissejuhatus.....	4
1. Elustiiliettevõtlus ja kasvule orienteeritud ettevõtlus .....	7
1.1. Elustiiliettevõtluse teoreetiline käsitlus ja spetsiifika .....	7
1.2. Elustiiliettevõtja kui isiku roll ettevõtte arengus .....	12
1.3. Elustiiliettevõtte ja klassikalise kasvule orienteeritud ettevõtte võrdlus ning väikeettevõtete kasvuteooriad.....	19
2. Elustiiliettevõtte jätkusuutlikkuse ja arengu võimalikkus TAUR Varahalduse Osäühingus .....	26
2.1. Organisatsiooni ülevaade ja uuringu meetodika.....	26
2.2. Elustiiliettevõtte uuringu tulemuste analüüs .....	29
2.3. Järeldused ja ettepanekud ettevõttele.....	40
Kokkuvõte.....	49
Viidatud allikad .....	52
Lisad .....	57
Lisa 1. Individuaalintervjuu .....	58
Lisa 2. Poolstruktureeritud intervjuu arvuliste väärtuste hinnanguskaala .....	62
Lisa 3. Fookusgrupi intervjuu.....	63
Lisa 4. Persoonaprofiil – Taavi Raadik .....	65
Lisa 5. Persoonaprofiil – Urme Raadik .....	67
Lisa 6. TAUR OÜ müügitulu ja bilansimaht.....	68
Lisa 7. TAUR OÜ aruandeaasta kasum ja jaotamata kasum kokku.....	69
Lisa 8. TAUR OÜ osalus aastate lõikes sidusettevõtetes .....	70
SUMMARY .....	71

## SISSEJUHATUS

Teadlastel on suurenenud huvi mikro- ja väikeettevõtete vastu. Ollakse huvitatud, kuidas väikeste ettevõtete omanik-juht on turule sisenemiseks motiveeritud, ja nende hilisemast lähenemisest ettevõtlusele.

Maailm meie ümber muutub üha kiiremini ja üheks globaalseks arengutrendiks on järjest kiiremini arenev tehnoloogia. See toob kaasa muutuvad ärimudelid ja töö olemused. Üha suurenev konkurents nõuab pidevaid uuendusi ja lahendusi. Uute ärivõimaluste kasutuselevõtt nõuab võimet uuendustega kaasas käia, eelduseid ja oskusi neid ära tunda ning kasutada. (Haridus ja Teadusministeerium, 2019, lk 8) Teaduslikes uuringutes on toodud ja tõestatud, et elustiiliettevõtjatel on harva seatud oma ettevõttele kasvualaseid eesmärke või puudub nende ettevõttel tegelik kasv, eriti juhul, kui ettevõttes ei ole lisapersonali. Võrreldes teiste ettevõtjatega, erinevad elustiiliettevõtjad selle poolest, et nemad väärtustavad ja panustavad pigem perekonda, kogukonda ja elukvaliteeti, mitte ei sea eesmärki ettevõtte kasvule.

Kuigi Eesti ettevõtluskeskkonda hinnatakse usaldusväärseks, on selle rahvusvahelise konkurentsivõime areng aeglustunud. Lisaks on puudus kvalifitseeritud oskustööjõust ja innovatsioonist. Majanduskeskkonna muutused eeldavad muutusi juhtimises. (Haridus ja Teadusministeerium, 2019, lk 13–18) Probleemiks on, et elustiilile orienteeritud mikro- ja väikeettevõtted ei ole piisavad riigi majanduskasvu arenguks. Konkurentsivõime aeglustub, juhtimises on ebapiisavad muutused ja puudub innovatsioon. Lähtudes eelnevast, võib paralleelsele tuua Eesti ettevõtete arenguvõime ja juhtimise ebapiisavast arengust sõltuvalt elustiiliettevõtete laialdasest levikust.

TAUR Varahalduse osaühingus (edaspidi TAUR OÜ) tegeletakse elustiilile orienteeritud tunnetusliku ettevõtlusega, mis seab piirangud kasvamiseks ja arenguks. Tegemist on pereettevõttega, mis asutati 2002. aastal eesmärgiga oma elukvaliteeti tõsta. Praeguseni ei ole ettevõtet teadlikult juhitud ega uuritud. Kasvualased eesmärgid puuduvad või on

nõrgalt formaliseeritud ning ebaselged. Ettevõtjal puudub praeguseni teadmine, kas ettevõtte on orienteeritud stabiilsusele või kasvule. Ettevõtte tegutseb mugavustsoonis ning laienemises nähakse pigem liiga suuri riske. TAUR OÜ probleemiks on piirangud laienemisel, mis tuleneb elustiiliettevõtluse omapärast, lisaks puudub lisapersonal. Sellest tulenevalt on ettevõtlusalased riskid suured.

Töö eesmärgiks on uurida lähemalt elustiiliettevõtet TAUR OÜ ning esitada ettepanekud ettevõtte juhtkonnale arenguvõime tõstmiseks, et ettevõtte oleks jätkusuutlikum. See on ettevõttele kasulik, kuna nii suunatakse ettevõtlustegevus teadlikumaks, mis annab omakorda võimaluse ettevõtte kasvule. Jätkusuutlikkust saab defineerida kui püsima jäämist, lisaks eeldab jätkusuutlikkus tasakaalustatud majanduskasvu ehk arenguvõimelisust ja elujõulisust (Raivo Vetik *et al*, 2001, lk 8–9).

Püstitatud sai järgmised uurimisküsimused: millised on elustiiliettevõtte TAUR OÜ arenguvõime kitsaskohad ning kuidas parendada elustiilist lähtuvat ja tunnetuslikku ettevõtlustegevust rohkem kasvule suunatuks ja jätkusuutlikuks.

Lähtuvalt töö eesmärgist ja uurimisküsimustest on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

- Anda ülevaade elustiiliettevõtluse teoreetilisest käsitlusest ja spetsiifikast.
- Selgitada välja teaduslike allikate põhjal, milline roll on ettevõtte juhi isiksuseomadustel, haridustasemel ja riskivalmidusel äritegevuses, ning kuidas erinevad elustiiliettevõtjad kasvule orienteeritud ettevõtjatest.
- Võrrelda elustiili- ja kasvule orienteeritud ettevõtlust.
- Anda ülevaade uuringus osalenud ettevõtetest ja uurimismeetoditest.
- Viia läbi jätkusuutlikkuse uuring TAUR OÜs ja analüüsida saadud tulemusi.
- Teha uuringu tulemuste põhjal järeldused ja esitada ettepanekud TAUR OÜle arenguvõime tõstmiseks.

Uurimisülesannete lahendamise aluseks on kvalitatiivne meetod. Kvalitatiivselt uuritakse elustiiliettevõtluse ja elustiiliettevõtja teoreetilist käsitlust ning võrreldakse elustiiliettevõtlust ja kasvule orienteeritud ettevõtluse teooriat. Lõputöö empiirilises osas uuritakse kvalitatiivselt ettevõtjaid poolstruktureeritud intervjuude põhjal ja viiakse läbi veebiuuringud ning majandusaasta aruannete analüüs. Kvalitatiivsed uuringud selgitavad

ja annavad põhjalikuma teabe. Töös baseerutakse teaduslikel allikatel, mis käsitlevad elustiili- ja tunnetuslikku ettevõtlust.

Lõputöö koosneb kahest osast. Esimeses ehk töö teoreetilises osas antakse ülevaade elustiiliettevõtluse teoreetilisest käsitlusest ja spetsiifikast. Selgitatakse välja, millist rolli omavad ettevõtte juhi isiksuseomadused, haridustase ja riskivalmidus äritegevuses, ning kuidas erinevad elustiiliettevõtjad kasvule orienteeritud ettevõtjatest, samuti võrreldakse elustiiliettevõtlust ja kasvule orienteeritud ettevõtlust.

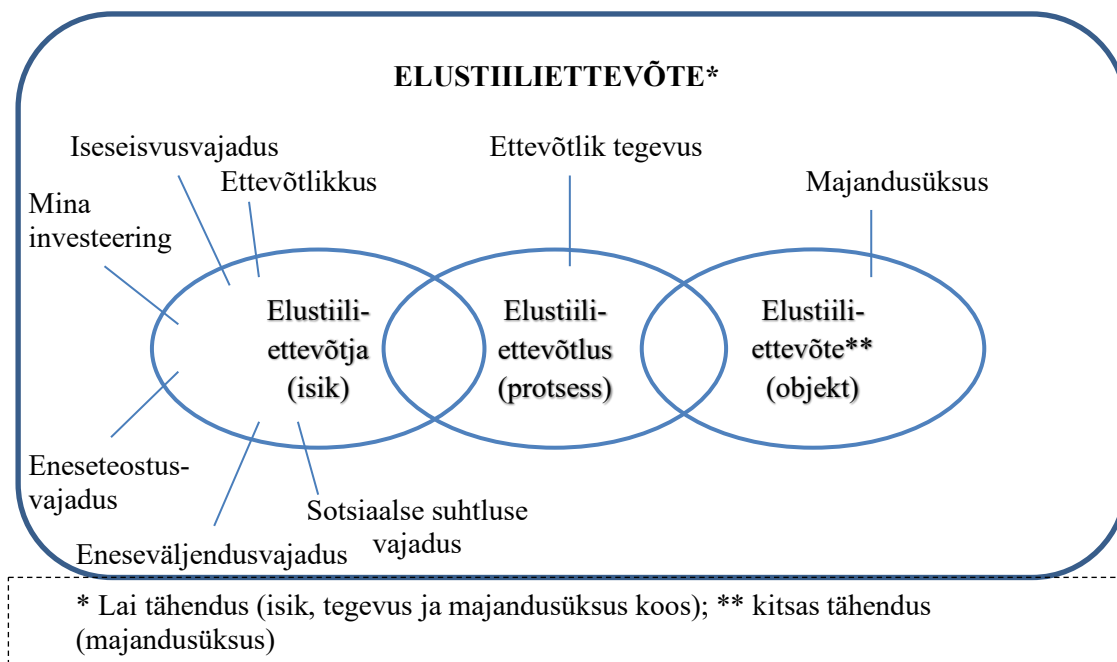
Empiirilises osas antakse ülevaade uuringus osalevast organisatsioonist ja uurimismeetoditest, viiakse läbi uuring TAUR OÜs, analüüsitakse saadud tulemusi ning tehakse uuringu põhjal järeldused ja ettepanekud suunamaks ettevõtte tegevus rohkem arengule ja kasvule.

# 1. ELUSTIILIETTEVÕTLUS JA KASVULE ORIENTEERITUD ETTEVÕTLUS

## 1.1. Elustiiliettevätluse teoreetiline käsitlus ja spetsiifika

Ettevõtte liigituse võimalikkus elustiiliettevätteks saab alguse ettevõtte loomise põhjustest. Elustiiliettevätluse peamine tunnus on, et ollakse orienteeritud elustiilist lähtuvatele eesmärkidele, mitte niivõrd ettevõtte kasvule. Ettevõtlusega alustamiseks on palju erinevaid motiive ja ambitsioone. Vajaduspõhise ettevõtlusega alustamise üheks tõukejõuks võib olla vajadus tagada endale sissetulek ja luua seetõttu töökoht. Võimalustepõhisel ettevõtlusega alustamisel nähakse kasumlikku ärivõimalust ja ettevõtlusega alustamise motiividest võib esikohal olla ambitsioon teenida kiiret kasumit. Selleks, et määratleda ettevõtlusega alustamist vajaduspõhiseks või võimalustepõhiseks tuleb kindlaks määrata ettevõtlusega alustamise motiivid ja nendest aru saada.

Ettevõtlus sõltub kultuurilistest, sotsiaalsetest ja elustiilifaktoritest (Ratten, 2020, lk 1). Nii nagu iga ettevõtte kohta, eksisteerib ka elustiiliettevättele kitsam ja laiem tähendus. Elustiilietteväte kitsamas tähenduses on elustiiliettevätlus kui protsess, elustiilietteväte kui objekt ja elustiiliettevätaja kui subjekt. Oluline on eristada elustiiliettevätet (objekt) ja elustiiliettevätjat (isik). Elustiiliettevätlus kui protsess toimub igas suuruses ja tüüpi organisatsioonides ning on selgelt eristatud konkreetsetest isikutest, kuid sõltub neist (Morris & Lewis, 1995, lk 32). Elustiiliettevätaja on subjekt ehk isik või isikud, kes loovad ettevõtte, omavad ja haldavad kogu ettevõtet või osa sellest, mida nad aitasid luua (Allardyce, 2015, lk 15), ning elustiilietteväte kitsamas tähenduses on majandusüksus. Elustiilietteväte laiemas tähenduses on kitsamast tähendusest tulenev kolmainsus, laiema tähenduse all saab rääkida nii isikust, protsessist kui ka majandusüksusest ehk objektist koos (vt joonis 1, lk 8).



**Joonis 1.** Elustiiliettevõtte laiem ja kitsam tähendus (autori süntees; aluseks Allardyce, 2015, lk 15–37 ning Kuura, 2004)

Elustiiliettevõtlus on protsess, näiteks innovatsiooni loomine on ettevõtlik protsess, mis sõltub ettevõtjast. Elustiiliettevõtte innovatsioon on pigem protsess ettevõtja motivatsioonist midagi ära teha. (Armstrong, Drnevich, 2009, lk 1) Ettevõtlusprotsess on mitmemõõtmeliste ja dünaamiliste tegurite ning asjaolude kompleks, mis tuleneb erinevate tegurite koosmõjust (Morrison, 2006, lk 194). Elustiiliettevõtluse protsessiks on ettevõtlik tegevus.

Elustiiliettevõtja on subjekt (isik või isikud), keda motiveerivad elukvaliteediga seotud tegurid rohkem kui ettevõtte kasvupotentsiaal. Neil on teatud isiksuseomadused, näiteks vajadus autonoomia, iseseisvuse, eneseteostuse ja -väljenduse järele. Elustiiliettevõtjatel on soov vabaduse, paindlikkuse ja sotsiaalse suhtluse järele. Neile omase tunnuseks saab välja tuua investeeringute tegemised iseendasse, nad on orienteeritud enda heaolu saavutamisesse. (Allardyce, 2015, lk 17)

Elustiiliettevõtte kitsamas tähenduses on majandusüksus. Iga ettevõtte on sündinud ettevõtlusest (Balachandran & Sakthivelan, 2013, lk 56). Kõiki ettevõtmisi ja ettevõtteid on alustatud algusest, mis tähendab, et iga suur ettevõtte on olnud kunagi väike. Seega on kõik ettevõtted olnud kunagi väikeettevõtted. On ettevõtteid, keda saadab kohe kiire kasv

ja areng, kuid vastukaaluks on olemas ettevõtteid, kes ei ole kunagi seadnud endale kasvualaseid eesmärke. (Gomez, 2008, lk 2)

Kuigi ettevõtja motiivid ja eesmärgid võivad olla ajas muutuvad, saab ettevõtlusega alustamisel ja ettevõtte loomisel eristada põhjuseid, mispärast ettevõtlusega tegelema hakatakse. Ettevõtlusega alustamisel saab eristada vajaduspõhist ettevõtlusega alustamist ja võimalustepõhist ettevõtlusega alustamist. Vajaduspõhise ettevõtlusega alustamine toimub siis, kui isikut sunnitakse ettevõtlusega alustama töö kaotamise tõttu või muude ühiskonna šokkide tagajärjel, näiteks majanduse üldise seisundi muudatused – tuleb endale tagada sissetulek ja tulenevalt vajadusest alustatakse ettevõtlusega. (Gomez, 2008, lk 10) Vajadusest tuleneva ettevõtlusega alustamise puhul võib ettevõtja näha ettevõtlusega alustamist ajutise tegevusena, sellisel juhul võivad tema kasvuambitsioonid ettevõttele olla väikesed (Cheung, 2014, lk 9). Seevastu võimalustepõhise ettevõtlusega alustamine toimub kindla valiku tagajärjel, mis tuleneb konkreetse ärivõimaluse leidmisel. (Gomez, 2008, lk 10) Võimalustepõhise ettevõtlusega alustamise tulemusel seatakse ettevõttele rohkem kasvualaseid eesmärke, kui vajadusest tuleneva ettevõtlusega alustamise korral, sest ettevõtja on leidnud ärivõimaluse ja teinud kindla valiku ettevõtlusega alustamiseks.

Võimalustepõhise ja vajaduspõhise ettevõtlusega alustamise väljaselgitamisel on eelduseks, et saab selgelt tuvastada, millisest peamisest motiivist ettevõtlusega alustati. Williams ja Williamsi (2011, lk 36–37) teostatud uuringus on kriitiliselt hinnatud sellist ettevõtlusega alustamise liigitust. Uuringus jõuti järeldusele, et tegelikkuses on tihti ettevõtlusega alustamine ajendatud mitmest motiivist ja need motiivid muutuvad aja jooksul. Selline järeldus muudab mõneti keeruliseks ettevõtlusega alustamise määratluse võimaluste- ja vajaduspõhiseks. Ettevõtlusega alustamine võib olla ajendatud nii vajadusest kui ka võimalusest. Võimaluste ja vajadustega seotud ettevõtlusega alustamise ja tegelemise motiivid võivad kattuda. (Hessels *et al.*, 2008, lk 326) Ettevõtlusega alustamisel ja tegelemisel on võimalik eristada majanduslikke ja mittemajanduslikke motiive. Majanduslikud motiivid tulenevad soovist teenida tulu, mittemajanduslikud tulenevad muudest ettevõtlusega tegelemisel saadavatest hüvedest. (Carter, 2011, lk 39) Vajaduspõhise ettevõtlusega alustamise käigus on võimalik leida ärivõimalus, seega võib ettevõtlusega alustamine tuleneda nii vajadusest kui ka võimalusest korraga.

Elustiiliettevõtete alla kuuluvad väikeettevõtted, sh füüsilisest isikust ettevõtjad (FIE-d) ja mikroettevõtted (Allardyce, 2015, lk 11). Väikese ja keskmise suurusega ettevõtete määratlemisel puudub kindel standard. Euroopas kasutatakse nende määratlemisel selliseid kriteeriume nagu töötajad, käive ja bilansimaht. Euroopa Komisjoni määruse nr 651/2014 lisa 1, artikkel 2 järgi kuuluvad mikroettevõtete alla ettevõtted, kus töötab vähem kui 10 inimest ja mille aasta bilansimaht ja/või aastakäive ei ületa 2 miljonit eurot. Väikeettevõtete alla kuuluvad ettevõtted, kus töötab vähem kui 50 inimest ning mille aastakäive ja/või aasta bilansimaht ei ületa 10 miljonit eurot, ning keskmise suurusega ettevõtetes töötab alla 250 inimese, aastakäive ei ületa 50 miljonit eurot ja/või aasta bilansimaht ei ületa 43 miljonit eurot. Mikro-, väike- ja keskmise suurusega ettevõtteid võib ühiselt nimetada väikesteks ja keskmise suurusega ettevõteteks (edaspidi VKE-d). (Euroopa Komisjon, 2014)

Erinevates ettevõtluse uuringutes on vaieldud VKE-de ja suurte ettevõtete erinevuste üle. Väidetakse, et mikro- ja väikeettevõtted ei ole kasvule orienteeritud ega strateegiliselt uuenduslikud. (Amstrong & Drnevich, 2009, lk 1) Tegelikult on ettevõtted oma elu jooksul erinevates arengufaasides. Teatud arengufaasis kiirema kasvu saavutamise tagajärjel on võimalik teenida suuremat majanduslikku tulu. Ettevõtja vaatenurgast võivad aga ettevõtte kasv ja ettevõtja enda isiklik elukvaliteet olla vastandlikud, sest kiirema kasvu saavutamine võib eeldada ettevõtja suuremat ajalist panust ja pingutust, lisaks suuremate investeeringute tegemist. Seega kiirema kasvu saavutamiseks võib ettevõtja isiklik elukvaliteet kannatada, vabu vahendeid tarbimiseks ja aega on vähem. (Peters *et al.*, 2009, lk 399) Ettevõtja võib lähtuda ettevõtlusega tegelemisel enda elukvaliteedist ja ettevõtte arengut seeläbi pidurdada.

1980. aastatel tehtud uuring arengumaade mikro- ja väikeettevõtete kohta kinnitas, et madalama sissetulekuga riikide ettevõtetes, kus töötab alla viie töötaja, puudub kasv. Kuigi keskkonnatingimused on arenenud maades paremad, eksisteerib muret tekitav probleem ka seal. (Gomez, 2008, lk 5–6) Mikroettevõtte kujunemine väikeettevõtteks ja sealt edasi on pigem erand. Beck *et al* (2003, lk 23) teostatud uuringus jõuti järeldusele, et suur mikro- ja väikeettevõtete sektor riigis on kiire majanduskasvu tunnus, aga mitte seda määrav tegur. Ettevõtetes, kus töötajaid on vähe, on suur roll omanikul ja juhil. Suure

võimuga omanik ja juht, kellel ei ole meeskonda enda ümber, lähtub peamiselt enda isiklikest standarditest ning ettevõtte kasvatamine ei ole seatud eesmärgiks.

Väikeettevõtted on olulised majanduskasvu jaoks, sest nad on kui tööhõive mootorid, mis kasvatavad võrdsust ning seeläbi on mikro- ja väikeettevõtete edendamine majandusele kasulik. Tõendid, et mikro- ja väikeettevõtted on majanduskasvu mootoriteks, ei ole piisavalt veenvad, sest suurem osa neist ei ole kasvule orienteeritud. Sellealased uuringud näitavad, et need ettevõtted jagunevad kahte kategooriasse. On väga väike grupp väikeettevõtteid, kes laiendavad oma ettevõtet, kuid enamik neist ei arenda ettevõtet teatud ulatusest kaugemale. (Gomez, 2008, lk 4) Teatud ulatuse saavutamine, millest ettevõtet edasi ei arendata, tekib olukorras, kus soovitud elukvaliteet on saavutatud.

Üks peamine põhjus, miks mikro- ja väikeettevõtted oma suurusklassist edasi ei arene, on see, et omanikud ei laienda oma ettevõtet (Afenyadu *et al.*, 1999, lk 18). Elustiili-ettevõtetel ei ole kasv eesmärgiks seatud ning omanikud ei pürgi ettevõtte laiendamise poole. Ettevõtlusega tegelemine on tunnetuslik ning ettevõtlik suhtumine ja kasvualased eesmärgid puuduvad. (Gomez, 2008, lk 10) Tegeletakse ettevõtlusega, aga puudub ettevõtlik hoiak ja eesmärgid (Afenyadu *et al.*, 1999, lk 18). Ettevõtliku hoiaku ja eesmärkide puudumine ning tunnetuslik tegutsemine on põhjus, miks ettevõtted ei laiene.

Põhjus, miks kasvu ei seata eesmärgiks, tuleneb sellest, et elustiili-ettevõtjad, kelle ettevõtted on nende peamiseks sissetulekuallikaks, investeerivad oma tulu muudesse leibkonna tegevustesse, näiteks laste haridusse ja kinnisvara omandamisesse (Afenyadu *et al.*, 1999, lk 18). See on mitteettevõtlik suhtumine, mis vähendab laienemisvõimalusi, kuna ei tegeleta ettevõttesse reinvesteeringuga (Afenyadu *et al.*, 1999, lk 46–47). 80% mikro- ja väikeettevõtetest ei kasva põhjusel, et neil ei ole võimalik osa oma väikesest kasumist kokku hoida ja reinvesteerida, ilma akumulatsioonita on võimatu laieneda (Gomez, 2008, lk 20). Ettevõttesse reinvesteering on oluline ettevõtte laienemiseks. Elustiili-ettevõtjad investeerivad esmalt iseendasse, seejärel alles ettevõttesse.

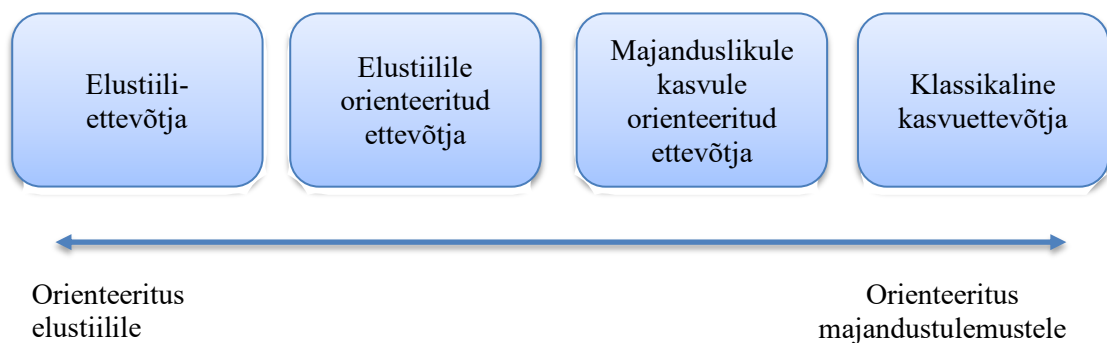
Elustiili-ettevõtte laiema tähenduse alla kuuluvad nii elustiili-ettevõtja, elustiili-ettevõtte kui ka elustiili-ettevõtlus. Ettevõtja kui subjekt, ettevõtte kui objekt ja ettevõtlus kui tegevus – kõik on omavahel tihedalt seotud ja sõltuvad üksteisest. Ettevõtlusega alustamise põhjuste järgi saab elustiili-ettevõtjat liigitada pigem vajaduspõhiseks ettevõtlusega

alustajaks kui võimalustepõhiseks ettevõtlusega alustajaks. Elustiiliettevõtja mittemajanduslikud motiivid ületavad majanduslikke motiive.

## 1.2. Elustiiliettevõtja kui isiku roll ettevõtte arengus

Üha rohkem pööratakse tähelepanu ettevõtja rollile ettevõtte arengus, sest ettevõtte olemus tuleneb ettevõtte juhust ja tema isiku tasandist. Ettevõtja tüüpide strateegilised käitumisviisid erinevad vastavalt nende seatud eesmärkidele. Elustiiliettevõtjad erinevad kasvule orienteeritud ettevõtjatest ettevõtlus- ja isikupädevuste poolest.

Elustiiliettevõtja liigitus on kokkuleppeline ja rääkida saab ettevõtja orienteeritusest elustiilile. See orienteeritus võib olla erinev. Näiteks puhas elustiiliettevõtja ja vastukaaluks klassikaline, ettevõtte kasvule orienteeritud ettevõtja ehk kasvuettevõtja on äärmuslikud variandid. Puhas elustiiliettevõtja on täielikult orienteeritud soovitud elustiilile ja puhas klassikaline kasvuettevõtja on täielikult orienteeritud ettevõtte majandustulemustele. Nende kahe äärmuse vahepeal on elustiilile orienteeritud ja majanduslikule kasvule orienteeritud ettevõtjad (vt joonis 2). (Koster *et al.*, 2010, lk 3) Selles töös kasutatakse puhta elustiiliettevõtja ja elustiilile orienteeritud ettevõtja kirjeldamiseks koos väljendit elustiiliettevõtja. Majanduslikule kasvule orienteeritud ettevõtja ja klassikalise kasvuettevõtja koos nimetamisel kasutatakse väljendit kasvuettevõtja.



**Joonis 2.** Elustiiliettevõtja ja klassikaline kasvuettevõtja (autori koostatud Koster *et al.*, 2010, lk 3 järgi)

Edukas ettevõtja omab isiklike omadustena ettevõtluspädevusi, mis on osa ettevõtja isiksusest ja need on tervikuna vaadeldavad isiksuseomadused ja kompetents (Masurel &

Snellenberg, 2017, lk 5). Ettevõtlusalased pädevused on saavutusvajadus, julgus riskida, ebaselguse tolereerimine, sisemine kontroll, eesmärkide seadmine ja emotsionaalne stabiilsus (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 6–7). Saavutusvajadus on inimese isiklik pühendumine mingi positsiooni saavutamiseks. Ettevõtlusel on omad riskid, pühendunud ettevõtjal on suurem võimalus saada edukaks. Ettevõtjal peab olema julgust riskida. Sallivus ebaselguse suhtes annab ettevõtjale võime hakkama saada soovimatute ja ebaselgete olukordadega. Sisemine kontroll ja emotsionaalne stabiilsus annavad isikule tasakaalu. Eesmärkide seadmise võime aitab püstitada realistlikke eesmärke, et neid täitma asuda. (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 6–7)

Elustiiliettevõtja kirjeldamiseks, tema rollist ettevõtte arengus ning võrdlusest kasvuettevõtjaga annab ülevaate järgnev tabel 1, lk 14. Masurel ja Snellenbergi (2017, lk 8–11) läbi viidud elustiiliettevõtjate uuringus, mille aluseks võeti ettevõtja kompetentsid, sai kinnitust, et elustiiliettevõtjate jaoks on sisemine kontroll tugevaim ettevõtlusalane kompetents. Sisemist kontrolli on võimalik saavutada sellega, et lisapersonali ettevõttesse ei kaasata või seda on minimaalselt. Mida suurem on personal, seda väiksem on sisemine kontroll ettevõtte üle. Elustiiliettevõtlus on asjakohane nähtus enamike ettevõtjate seas, kellel ei ole lisapersonali. Uuringu tulemusel selgus, et saavutusvajaduse, riskivalmiduse ja eesmärkide seadmise ettevõtlusalaste pädevuste poolest ei oma elustiiliettevõtjad suurt erinevust kasvule orienteeritud ettevõtjatest. Elustiiliettevõtjate ebakindluse talumisvõime ja emotsionaalne stabiilsus on veidi suurem, võrreldes kasvuettevõtjatega, mis tuleneb sellest, et nad võivad sõltuda vähem oma ärist ning isikliku elu ja ettevõtluse vahelise kesktee juhtimisest. Elustiiliettevõtjad ei erine ettevõtja kompetentside poolest oluliselt teistest ettevõtjatest.

**Tabel 1.** Elustiiliettevõtja tunnused

<b>Tunnused</b>	<b>Elustiiliettevõtja</b>	<b>Kasvuettevõtja</b>
Motiivid	Soov saavutada ihaldatud elustiil, eneseteostusvajadus; mittemajanduslikud motiivid	Ettevõtte väärtuse maksimeerimine, omanike rikkuse suurendamine ja ettevõtte kasumlikuks muutmine aktsionäridele; majanduslikud motiivid
Iseloomujooned	Ei erine oluliselt kasvuettevõtjatest, suurem suhtlemisoskus	Ei erine oluliselt elustiiliettevõtjatest
Kompetents	Ettevõtluspädevused, sisemine kontroll tugevaim, suurem ebakindluse talumise võime ja emotsionaalne stabiilsus	Ettevõtluspädevused; seavad ambitsioonikamaid eesmärke, võrreldes elustiiliettevõtjatega
Tegevusvaldkond	Tegeletakse valdkonnas, mille vastu on huvi ja kirg; teadmised ja oskused tulenevad varasemast töökogemusest, teadmistest ja hobidest	Ärikogemused, erialane taust
Sõltuvus	Ettevõtte ja isikliku elu kesktee juhtimine, oluline sõltumatus ja tegevusvabadus	Sõltuvad ärist
Seotus	Tihedalt seotud klientide, partneritega	Suurem koostöö ja meeskonnaroll
Ressursid	Hangitakse enda loodud võrgustikest, suur roll sugulastel, sõpradel, kogukonnal	Ressursse kasutatakse optimeeritumalt, ressursid on kättesaadavamad
Enesetäiendamine	Väiksem kasvuettevõtjatega võrreldes	Suurem elustiiliettevõtjatega võrreldes
Innovaatilisus	Vähem innovaatilised kasvuettevõtjatega võrreldes	Rohkem innovaatilised elustiiliettevõtjatega võrreldes
Strateegiad	Strateegiatega tegeletakse vähem kasvuettevõtjatega võrreldes, strateegiline käitumine sõltub elustiili motivatsioonist	Strateegiatega ja strateegilise juhtimisega tegeletakse rohkem, võrreldes elustiiliettevõtjatega

Allikad: Balachandran & Sakthivelan, 2013, lk 52; Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 2, 12–19; Marchant & Mottiar, 2011, lk 173, 181; Masurel & Snellenberg, 2017, lk 5, 8–11; Peters *et al.*, 2009, lk 397–398 ja Skokic & Morrison, 2011, lk 158 põhjal

Iseloomujoontest omavad elustiiliettevõtjad head suhtlemisoskust, sest ettevõtja on tavaliselt ettevõtte klientide ja partneritega ise tihedalt seotud ja sellest sõltub tema äriiline tegevus (Marchant & Mottiar, 2011, lk 181). Ressursse hangitakse enda loodud võrgustikust (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 17), näiteks kontaktide, tutvuste ja kogukonna kaudu. Professionaalsete ärikonsultantide abi kasutatakse vähem ning rohkem järgitakse nende inimeste soovitusi, keda juba teatakse ja usaldatakse. (Marcketti *et al.*, 2006, lk 255–256) Nende ettevõtete töötajateks ja kaasomanikeks on enamasti

pereliikmed ja sõbrad (Dobbs & Hamilton, 2007, lk 305). Elustiiliettevõtjate negatiivse küljena võib välja tuua selle, et lisaks vähestele kasvuambitsioonidele on neil väiksem huvi end täiendada ja läbida ettevõtluse koolitusi, võrreldes kasvuettevõtjatega. Oma ettevõtluse planeerimise ja strateegiatega tegeletakse vähem ja ei olda nii innovaatilised kui kasvuettevõtjad. (Skokic & Morrison, 2011, lk 158) Nende strateegiline käitumine sõltub elustiili motivatsioonidest (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 12). Üheks oluliseks ettevõtte arenguteguriks hinnatakse ettevõtja juhtimiskogemust ja -teadmisi. Juhtimisalase oskusteabe võivad nad olla saanud oma ettevõtjatest vanematelt, varasemast palgatööst sarnase tegevusalaga ettevõttes, omaenda varasemast juhtimiskogemusest, juhtimisalaselt nõustajalt või partneritelt. (Papadaki & Chami, 2002, lk 13)

Kasvuettevõtjaid võib iseloomustada kui ettevõtjaid, kes teatud aja jooksul suurendavad oma ettevõtet majanduslikult või töötajate arvuga märkimisväärselt (Terjesen *et al.*, 2015, lk 232). Nende motiivideks on ettevõtte väärtuse maksimeerimine, omanike rikkuse suurendamine ja ettevõtte kasumlikuks muutmine aktsionäridele (Peters *et al.*, 2009, lk 397–398). Elustiiliettevõtja motiiviks on enamjaolt ettevõtlusega alustamisel soov saavutada ihaldatud elustiil ja seetõttu on nende tegevus suunatud oma elukvaliteedi tõstmisele (Peters *et al.*, 2009, lk 397). Elukvaliteedi all mõistetakse heaolu, õnnelikkust, eluga rahulolu ja teisi subjektiivseid, ettevõtjast lähtuvaid näitajaid, mille kaudu annab ettevõtja hinnangu oma elule (Diener & Suh, 1997, lk 189). Ettevõtlusega alustamisel ei ole majanduslikud motiivid tema jaoks kõige suurema tähtsusega, see eristab teda kasumile orienteeritud ettevõtjast (Schwienbacher, 2007, lk 756). Kasumi teenimise kõrval või sellest isegi olulisem on elustiiliettevõtjale endale meelepärasel viisil eneseteostus. Ettevõtjate mittemajanduslikud eesmärgid on erinevad, näiteks soov stabiilsusele või endale meelepärase töökoha loomine ehk elustiilist kasu saamine. (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 2, 18–19) Elustiiliettevõtjate orienteeritus iseenda elukvaliteedi tõstmisele on põhjuseks, miks elustiiliettevõtted ei kasva suureks. Iseenda elustiilile orienteeritus on peamine erinevus, võrreldes kasvuettevõtjatega, kes on orienteeritud kasumi teenimisele ja laienemisele.

Elustiiliettevõtjaks hakkamine on seotud pigem emotsionaalsete kui ratsionaalsete kaalutlustega. Alustamisel ei teostata ratsionaalset majanduslikku kalkulatsiooni, kas äri

ennast ära tasub, sest kasumi teenimine ei ole seatud prioriteediks. (Badulescu & Badulescu, 2014, lk 232) Elustiiliettevõtja tegeleb enamasti ettevõtlusega valdkonnas, mille vastu tal on suur huvi ja kirg, sest peamine tema jaoks on, et ettevõtlusega tegelemine oleks meeldiv (Balachandran & Sakthivelan, 2013, lk 52). Enamjaolt on neil konkreetsed oskused oma ettevõtte valdkonnas, mis tulenevad varasemast töökogemusest, teadmistest ja hobidest. Samamoodi tegutsevad ka kasvuettevõtjad valdkonnas, kus neil on erialane taust, aga neil on enamjaolt suuremad ärikogemused kui elustiiliettevõtjatel (Marchant & Mottiar, 2011, lk 173).

Ettevõtte loomisel kujundavad elustiiliettevõtjad oma elustiili kombineerides töö ja hobid. Nende ettevõtte arenguvõimalused sõltuvad võimest luua ja pakkuda ainulaadseid tooteid ja teenuseid, mis vastaksid tänapäeva tarbija vajadustele ja suundumustele. See teeb võimalikuks end positsioneerida nišiturul. (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 12, 17) Kuna elustiiliettevõtja tegevus on suunatud tema soovitud elukvaliteedi saavutamisele, siis võib olla keeruline ettevõtjal oma ettevõtte edukust hinnata. Ettevõtte edukust hinnatakse subjektiivselt vaatenurgast, sest tema jaoks võib ettevõtte olla edukas, kui pakub talle isiklikku rahulolu ja ettevõtte tegevus on kooskõlas ettevõtja väärtustega. (Reijonen, 2008, lk 617–618)

Elustiiliettevõtja on enamasti ettevõtlusvormilt mikroettevõtja (sh füüsilisest isikust ettevõtja), kellel puudub personal ning on oma äris omanik-juhi rollis. (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 3) Elustiiliettevõtjate eesmärk ja suund ei ole arendada ettevõtet hilisema edasimüügi eesmärgil. Tema huvi on ühendada isiklikud eesmärgid võimega teenida elatist. Ta valib ärimudeli, et ise pikaajaliselt ja jätkusuutlikult tegutseda valdkonnas, mille vastu tal on huvi, kirg või erilised teadmised. Elustiiliettevõtjad ei ole huvitatud kaasama oma ettevõttesse nende ettevõtte kasvule ja kasumi teenimisele orienteeritud investoreid, sest neile on oluline nende sõltumatus ja tegevusvabadus (Balachandran & Sakthivelan, 2013, lk 52). Nende eesmärk on oma ettevõtet ise juhtida. Eeldatavale tasuvuse maksimeerimisele soovib elustiiliettevõtja maksimeerida ka oma „iseseisvust“ ja kontrolli säilimist välisinvestorite ees. Sellest tulenevalt kasvatatakse äri vastavalt sisemiste ressursside võimalustele. (Schwienbacher, 2007, lk 761–762) Finantsriskide võtmine sõltub ettevõtja valmisolekust aktsepteerida isiklikku finantsriski (Papadaki & Chami, 2002, lk 11). Omanik-juhi rollis oleval ettevõtjal on täielik kontroll

enda ettevõtte üle. Ettevõtja tegeleb endale tuttavas valdkonnas ning kontrolli ja sõltumatuse kaotamist ettevõtte üle välditakse.

Elustiiliettevõtja peamise loomusena võib välja tuua, et nad ei sea eesmärki ettevõtte laiendamisele. Mikro- ja väikeettevõtjad eelistavad riskide hajutamist mitme väikese sissetulekuallika näol. Kasv ei ole eesmärgiks ja kui ettevõtte on edukas, siis eelistatakse lississetulekut muudeks majapidamisvajadusteks või mitmekesistatakse riski veelgi uue ettevõtte näol. (Gomez, 2008, lk 20) Elustiiliettevõtjat iseloomustab asjaolu, et ta soovib ettevõtlusega tulu teenida sellisel määral, et temale ja ta perele oleks tagatud piisav sissetulek. Seejuures peab elustiiliettevõtja oluliseks piisava vaba aja ja sõltumatuse olemasolu. (Henderson, 2002, lk 49)

Mikroettevõtlusega tegelevad inimesed mitmekesistavad oma sissetulekuallikaid, millega nad üritavad vähendada sissetulekute kaotamise riski. Tegeletakse ühe ettevõtte kõrvalt lisaks muu tööga ning ei investeerita vaid ühte ettevõttesse või ettevõtmisesse. Selline hübriidettevõtlus võimaldab palgatöö kõrvalt tegeleda ka ettevõtlusega. (Mascherini & Bisello, 2017, lk 17) Tänu sellele jääb puudu spetsialiseerumisest, mis on vajalik suuremahulise ettevõtte arendamiseks (Gomez, 2008, lk 10–11). Inimestel, kellel on samaaegselt palgatöö või pakuvad nad ise teenust läbi oma ettevõtte, ei pruugi olla aega ega motivatsiooni investeerida enda ettevõtte kasvu (Papadaki & Chami, 2002, lk 12). Töö kõrvalt ettevõtlusega alustamise ajendiks on peamiselt iseenda huvide ja kirgede saavutamine parema elukvaliteedi nimel (Koster *et al.*, 2010, lk 13). Elustiiliettevõtjad tegelevad hübriidettevõtlusega, et vähendada sissetulekute kaotamise võimalust.

Teatud juhtudel saab elustiiliettevõtjat käsitleda ka kui riskikapitalisti. Riskikapitalistid investeerivad riski sisaldavatesse tehingutesse ning hindavad ettevõtja rolli ettevõtte arengus. Riskikapitalistid arvestavad investeringutel erinevate teguritega. Näiteks arvestatakse turu atraktiivsusega, strateegiatega, tehnoloogiatega, teostatakse ettevõtete analüüsil nüüdisväärtuse ja diskonteeritud rahavoogude tehnikaid, aga peamiseks aspektiks peetakse investeringute tegemisel juhtkonna rolli ehk ettevõtjate isikutasandit. Keskendutakse meeskonnale ja inimestele ettevõtte eesotsas, hinnatakse juhtide kvaliteeti ja kogemusi. (Gompers *et al.*, 2020, lk 170, 189–190) Investeerides ettevõtetesse, investeeritakse eeskätt inimestesse nende ettevõtete eesotsas.

Elustiiliettevõtjate isiklikud hüved hõlmavad muuhulgas sõltumatust ja otsustamisvabadust, mis on seotud nende ülemuseks olemisega (Boyd & Gumbert, viidatud Allardyce, 2015, lk 2 vahendusel). Oluliseks peetakse kontrolli oma ettevõtte üle, seega ei kaasata partnereid ega tehta otsuseid, mis piiraks elustiiliettevõtjate tegevus- ja otsustusvabadust (Marcketti *et al.*, 2006, lk 255–256). Ettevõtet finantseeritakse sisemise kasvu arvelt või võetakse laenu, samas hoidudes uute osanike kaasamisest. Elustiiliettevõtjad on altimad valima seiklusrikkamaid finantsstrateegiaid oota-ja-vaatastrateegia (*wait-and-see*) asemel. Näiteks valitakse suure tõenäosusega lihtsalt-tee-sedastrateegia (*just-do-it*), sest see vähendab ohtu kontrolli kaotamiseks. Ise tehes omad suuremat kontrolli, enda ressursse kasutatakse nii palju kui võimalik. Tõenäosus, et elustiiliettevõtja ehitab kiirelt elujõulise ja kasvule suunatud ettevõtte oma vahenditega ise ülesse on väiksem kui kasvuettevõtja või seeriaettevõtja puhul. Seeriaettevõtja on ettevõtja, kelle eesmärk on saavutada üks edulugu teise järel. Ta asutab uusi ettevõtteid ja kui ettevõtte edu ilmneb, müüb ta selle maha. (Schwienbacher, 2007, lk 755–756, 775)

Elustiiliettevõtja on kasvav nähtus. See võib tuleneda postmodernismi järjepidevusest, üksikisikud soovivad muutusi, milleks on individuaalsuse otsimine, ruumiliste ja ajaliste barjääride lõppu ning indiviidi tahet olla ainulaadne. (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 14–15) Need ettevõtjad viivad oma ettevõtted kokku enda isiklike huvidega rohkem, kui seovad neid kohalike ressurssidega või majanduslikule tõusule orienteeritud tegevustega. See aga ei välista elustiiliettevõtjate edukust ja kasumi teenimist majanduslikult, aga enne jõukust on neile oluline leida rahulolu iseendaga. (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 18–19) Rahulolu iseendaga ja enda elukvaliteet on elustiiliettevõtja jaoks peamine. Enda elukvaliteedi tõstmine hõlmab muuhulgas ka finantsvabaduse tekitamist, seega ei saa välistada elustiiliettevõtjate majandusliku kasumi teenimist.

Elustiiliettevõtjat saab eristada kasvuettevõtjast, kuigi nende isiksuseomadused on suhteliselt sarnased. Elustiiliettevõtjatel on veidi suurem sisemine kontroll ettevõtte üle. Nende jaoks on oluline suhtlemisoskus, sest palju suheldakse vahetult klientide ja partneritega. Oluline roll on tutvustel ja perekonnal, sest lihtsam on ressursse hankida keskkonnast, mida juba teatakse ja usaldatakse. Elustiiliettevõtjad suunavad oma ettevõtte tegevuse iseenda elukvaliteedi tõstmisele ja ihaldatud elustiili saavutamisele,

nad soovivad olla sõltumatud ja ise teha otsuseid. Ettevõtte edukust hindavad nad subjektiivselt sisemise rahulolu kaudu.

### **1.3. Elustiiliettevõtte ja klassikalise kasvule orienteeritud ettevõtte võrdlus ning väikeettevõtete kasvuteooriad**

Ettevõtlustüüpina saab eristada elustiiliettevõtlust ja klassikalist kasvule orienteeritud ettevõtlust. Klassikaline kasvule orienteeritud ettevõtlus on suunatud tulu ja kasumi teenimisele, kasvu tagamisele ning innovatsioonile (st uuenduslikkusele, saavutustele). Selleks, et uurida elustiiliettevõtte kasvu määravaid tegureid, tuleb selgelt piiritleda, milline on kasvule orienteeritud ettevõtluse ja stabiilsusele orienteeritud elustiiliettevõtluse erinevus, ning kas ja kuidas on võimalik elustiilile orienteeritud ettevõtlus suunata jätkusuutlikumaks.

Kasvule orienteeritud ettevõtlusega alustamise stiimuliks on enamjaolt innovatsioon ning peamiseks eesmärgiks on ettevõtte kasvatamine ja kasumi maksimeerimine, mis saavutatakse innovaatilise tegevuse ja ettevõttesse kasumi reinvesteeringuga, stabiilsusele orienteeritud elustiiliettevõtlusega alustamisel lähtutakse rohkem ettevõtjast endast ja tema motivatsioonist (vt tabel 2, lk 20). Motivatsioon on jõud, mis põhjustab üksikisiku käitumise kindlal viisil (Allardyce, 2015, lk 29). Üheks motiiviks ettevõtlusega alustamisel on oma elukvaliteedi tõstmine, elustiili parendamine ja igapäevaelu üle kontrolli saamine. Elustiiliettevõtjale on oluline, et ettevõtlusega tegelemisel tagaks ta endale rahuldust pakkuva sissetuleku. (Peters *et al.*, 2009, lk 395–399) Majanduskasv ja kasumi maksimeerimine jäetakse kõrvale. Seda võib nimetada eluviisist lähtuvaks motivatsiooniks ja väikeste ettevõtete puhul on see oluliseks ajendiks (Allardyce, 2015). Elustiiliettevõtjate jaoks on nende ettevõtetest olulisem nende isiklik elukvaliteet ja saadavad hüved.

**Tabel 2.** Kasvule orienteeritud klassikalise ettevõtluse ja stabiilsusele orienteeritud elustiiliettevõtluse võrdlus

<b>Tunnused</b>	<b>Kasvule orienteeritud klassikaline ettevõtlus</b>	<b>Stabiilsusele orienteeritud elustiiliettevõtlus</b>
Peamine asutamise stiimul	Innovatsioon	Elustiili, indiviidi motivatsioon
Peamine eesmärk	Kasv ja kasumi maksimeerimine	Elustiilist lähtuvad eesmärgid, isiklikud ja psühholoogilised hüved
Eesmärgi saavutamise peamine vahend	Reinvesteering, strateegiliselt uuenduslik	Kasum rahaks, ei ole strateegiliselt uuenduslik
Mastaap		Väike- ja keskmise suurusega ettevõtted
Orientatsioon	Ettevõtte kasvule orienteeritud	Ettevõtja elukvaliteedile orienteeritud
Töötasu	Pakuvad kõrgemat töötasu töötajatele	Pakuvad madalamat töötasu töötajatele
Juhtkonna roll tulemuslikkuses	Juhtkonnal otsene võimalus tulemuslikkust mõjutada puudub	Juhtkonnal otsene võimalus tulemuslikkust mõjutada. Juht otse ja isiklikult kaasatud ettevõtte tegevusse igapäevaselt
Ressursid	Ressursirikkamad	Ressursivaesemad
Ettevõtte faasid/väljakutsed	Suured ettevõtted esitavad oma juhtidele ainulaadseid väljakutseid	Väikesed ettevõtted läbivad loomise, ellujäämise, kasvu, laienemise ja küpsuse etappe
Strateegiad	Kasvustrateegia	Strateegia jääda väikeseks, ellujäämisstrateegia

Allikad: Allardyce, 2015 lk 15–37 ja Armstrong, Drnevich, 2009, lk 15–21 ning Marcketti *et al.*, 2006 lk 246 põhjal

Orientatsioon kasvule orienteeritud klassikalises ettevõtluses on suunatud, nagu ka kirjeldus ütleb, ettevõtte kasvule. Samas stabiilsusele orienteeritud elustiiliettevõtluse orientatsioon on suunatud ettevõtja enda elukvaliteedi tõstmisele. Kasvuettevõtjad on nõus tegema suuremaid ohverdusi enda isiklikus elus ettevõtte hüvanguks, elustiiliettevõtjad enda heaolu arvelt tehtavatest võimalustest loobuvad (Marcketti *et al.*, 2006, lk 246). Põhjus, miks kasvule orienteeritud klassikalise ettevõtluse mastap ei ole välja toodud (vt tabel 2) seisneb selles, et kõik ettevõtted on kuskilt alustanud ja iga ettevõtte on alguses väike (Gomez, 2008, lk 2). Seega mastaabilt võib kasvule orienteeritud ettevõtte olla nii mikroettevõtte, keda saadab kohe kiire kasv, kui ka suur ettevõtte, kes on juba suure kasvu saavutanud.

Selleks, et mõista elustiiliettevõtlust ja saavutada eesmärgipärane tegevus, tuleb esmalt meeltega tajumatud isiklikud väärtused muuta spetsiifilisteks eesmärkideks ja siduda eesmärgi saavutamise tegevuskavadega (Brunso, Scholderer, Grunert, 2004, lk 667). Elustiiliettevõtlusega tegelemise peamiseks eesmärgiks on isiklikud ja psühholoogilised hüved, mis tulenevad soovist täita elustiilist lähtuvaid eesmärke. Elustiiliettevõtjatel on harva seatud oma ettevõttele kasvualaseid eesmärke või nende ettevõtte puudub tegelik kasv, eriti juhul, kui ettevõttes puudub lisapersonal (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 2–4). Tänu sellele on väikesed stabiilsusele orienteeritud ettevõtted ressursivaesemad, kui suured kasvule orienteeritud ettevõtted, aga neil on otsene võimalus ettevõtte tulemuslikkust mõjutada, sest juht on otse ja isiklikult kaasatud ettevõtte tegevusse igapäevaselt. Samas puudub suurte kasvule orienteeritud ettevõtete juhtkonnal otsene võimalus tulemuslikkust mõjutada, kuna see tuleneb ettevõtte suurusest, töötajate arvust ja vastutusalade jaotumisest.

Omanike ja juhtide lahusus tekitab kasvuettevõtetes agentuurikonflikti, omanik-juhiga elustiiliettevõttes agentuurikonflikti ei eksisteeri. Konflikt tekib, kui organisatsiooni juhivad inimesed, kes ei ole ettevõtte tegelikud omanikud, sel juhul ei pruugi juhid omanike kasuks töötada. Agentuurikonflikti probleem võib esineda igas organisatsioonis, kus omanikuks ja juhiks ei ole sama isik. (Panda & Leepsa, 2017, lk 74–77) Aktsionäride ja juhtkonna huvide ühtlustamine mõjutab ettevõtte tulemuslikkust positiivselt (Ebenezer, 2017, lk 41).

Võrreldes kasvule orienteeritud ettevõtjatega, panustavad elustiiliettevõtjad pigem perekonda, kogukonda ja elukvaliteeti. Eesmärk ei seata ettevõtte kasvule. (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 2–4) Kuna siin on tegemist omaniku enda isiklike eesmärkide täitmisega, siis eesmärgi saavutamiseks soovitakse kasum võimalikult kiiresti muuta rahaks ning seetõttu ei ole ettevõtte strateegiliselt uuenduslik. Kasumi muutmine rahaks võimaldab seda investeerida teistesse ettevõtja leibkonna tegevustesse, mis näitab mitteettevõtlikku suhtumist ja vähendab laienemise võimalusi. (Gomez, 2008, lk 10)

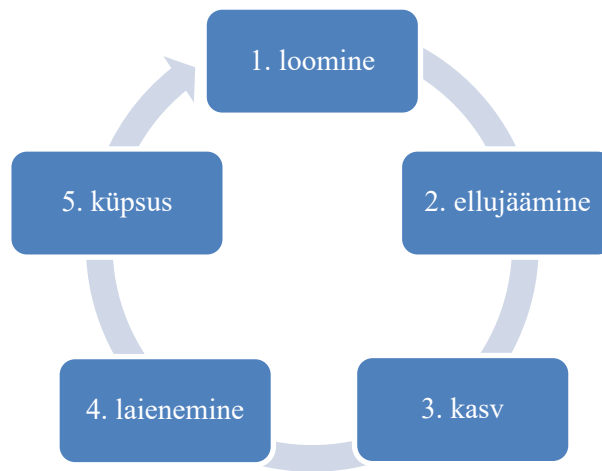
Vaadeldes ettevõtluse karakteristikuid, võib elustiili-, sotsiaalsete ja pereettevõtete puhul täheldada, et sageli on nad orienteeritud mittemajanduslikele motiividele (Morrison, 2006, lk 194). Schumpeter on kinnitanud, et enamik väikeste ettevõtete juhtidest ei oma tüüpilist ettevõtlusalast hoiakut (viidatud Peters *et al.*, 2009, lk 394 vahendusel).

Elustiilile orienteeritud lähenemine mõjutab nende eesmärke, käitumist ja jätkusuutlikkust. Motiividena võib nimetada pereelu ja töökohustuste tasakaalustamise, teenida elatist millestki, mida nauditakse teha, lisatulu teenimise võimalus, vabaduse ja paindlikkuse saavutamine, eneseväljenduse ja eneseteostuse vajaduse saavutamine jne. (Allardyce, 2015, lk 41) Kokkuvõtlikult on nende motiivid elustiilist ja indiviidist lähtuvad.

Väikestele ettevõtetele on omane jätkusuutlikus ja püsiv rahavoog. Nende jaoks on oluline ellujäämine. Väikeettevõtete kohta tehtud teaduslikes uuringutes on leitud, et nende strateegiateks on võimalikult hea kvaliteet, parem klienditeenindus ja üldkulude minimeerimine. Need kolm tegurit on väikeettevõtete konkurentsistrateegia aluseks. Ettevõtte juhid eelistavad lihtsat, vähem ressursimahukat strateegiat konkurentsi situatsioonis, tehes seda, mida juba tehakse, tõhusamalt ja paremini. Sisuliselt võib olla väikese ettevõtte strateegiaks tegevuse jätkamine, mille tulemusena ettevõtte kasvab suureks. Sellest tingitult võib väita, et väikeettevõtete strateegia on jääda väikeseks, sest tegeledes edukalt eelnimetatud strateegiate arendamisega, toimuks ettevõtte areng ja kasv. (Armstrong, Drnevich, 2009, lk 15–21)

Selleks, kuidas on võimalik elustiilile orienteeritud ettevõtlus suunata jätkusuutlikumaks, tuleb anda ülevaade väikeettevõtete kasvuteooriatest ja tuua välja kasvule orienteeritud ettevõtluse näitajad ning strateegiad. Kirjandus, mis käsitleb ettevõtte kasvu, jaguneb üldiselt kahte koolkonda. Esimeses koolkonnas on need, kes järgivad organisatsiooni elutsüklit (vt joonis 3, lk 23). Nemad näevad ettevõtte kasvu loomuliku nähtusena ja kinnitavad, et see tuleb ettevõtte elutsükli faasist. Mõjuka teooria kohaselt on kasv ettevõtte loomuliku arengu osa. Ettevõttele saab omistada viite kasvuetappi, milleks on loomine, ellujäämine, kasv, laienemine ja küpsus. (Churchill & Lewis, 1983) Oma elu jooksul on ettevõtte erinevates kasvuetappides ja arengufaasides. Teine koolkond näeb ettevõtte kasvu strateegiliste valikute ehk strateegilise ettevõtluse tulemusena. Mõlema koolkonna jaoks on olulised ettevõtja omadused, ressursid ja keskkonnavõimalused. Esimesed hindavad ettevõtte stardietapis kiire kasvu saavutamisel oluliseks omaniku võimet palgata uusi inimesi ja delegeerida vastutust. Peamine takistus kasvu saamisel ongi ettevõtja võimetus või tegevusetus uute inimeste palkamisel ja vastutuse delegeerimisel. (Papadaki & Chami, 2002, lk 3, 7) Ettevõtte kasv tuleneb ettevõtjast,

ressurssidest ja võimalustest. Oluline on teatud kasvu saavutamisel delegeerida vastutust ja kaasata inimesi.



**Joonis 3.** Organisatsiooni elutsükli faasid (autori koostatud Krasnyuk *et al.*, 2019, lk 2 ja Churchill & Lewis, 1983 järgi)

Väikeettevõtte kasvuteooriaid on erinevaid, antud töös toodi välja kolm. Esimene teooria on ressursipõhine. Penrose'i (1959, lk 17) ressursipõhise teooria kohaselt mõjutab ettevõtte kasvu ja laienemist tema ressursside ulatus. Ressursipõhise teooria järgi kasvavad kiiremini ettevõtted, kellel on juurdepääs suurematele ressurssidele. Ressursside all mõeldakse nii füüsilist, rahalist kui ka inimkapitali. Juhtide pädevused, ettevõtte inim- ja sotsiaalse kapitali ressursid mõjutavad strateegilises ettevõtluse võimet luua jätkusuutlikkust ja seeläbi kasvatada oma rikkust. (Obeng *et al.*, 2014, lk 502) Edukamad ettevõtted kasutavad lisaks oma jaotamata kasumile rohkem väliseid rahastamisallikaid. Põhjus, miks väikesed ettevõtted kasutavad vähem võõrfinantseerimist, seisneb selle kalliduses. Pankadelt rahastuse saamiseks on vajalikud isiklikud ja ettevõtte garantiid ning väikematele ettevõtetele on kehtestatud kõrgemad intressimäärad. (Papadaki & Chami, 2002, lk 19) Ressursid on igat tüüpi ettevõtete laienemise oluliseks osaks.

Teiseks teooriaks on Jovanovici „mürarikka“ valiku teooria. Selle teooria põhiselt jäävad ellu ja kasvavad mõjusad ettevõtted, vähetulusad ja võimetud ettevõtted ebaõnnestuvad. Toodud põhineb sellel, et erinevus ettevõtetes ei tulene mitte kapitali suurusest ja struktuurist, vaid tootlikkuse, tõhususe ja mõju suurusest. Ettevõtte suurus ja

kontseptsioon on seotud ettevõtte tasuvuse määraga. Suurtes ettevõtetes on suurem kontsentratsioon seotud suurema tulususega, kuid see ei kehti alati väikeste ettevõtete puhul. (Jovanovic, 1982, lk 649) Strateegilises ettevõtluses on ettevõtlik mõtteviis seotud võimaluste tähelepanelikkusega, nende võimaluste hindamisega ja ressursside jaotamisega lähtuvalt eeldatavast tulemuse saavutamisest. Need võimed kujunevad ettevõtja teadmistest ja oskustest ettevõtlustasandil ning on seotud tema varasemate kogemustega. (Obeng *et al.*, 2014, lk 502)

Kolmanda teooria lõi Storey 1994. aastal. Tema teooria koondab tegurid, mis on väikeste ettevõtete kasvu mõjutajateks. Tema raamistik jaotab tegurid kolme põhilisse kategooriasse, milleks on ettevõtja, ettevõtte ja ettevõtte strateegia. Ettevõtte kasvu arvestamisel tuleb mõista omanik-juhtide rolle, ettevõtte kontseptsiooni ja strateegilise planeerimise ning juhtimisprotsesside olemust. (Obeng *et al.*, 2014, lk 502) Oluline mõju ettevõtte kasvu tulemuslikkusele on ettevõtja strateegilistel valikutel. Tulemuslikkusele määrab mõju, kas omanik-juht kontrollib ettevõtte põhitegevusi või delegeerib need edasi, kas ettevõttes tegeletakse tehnoloogiliste uuenduste ja tegevuste vastuvõtmisega ning kas otsitakse uusi turge ja kasvukapitali. Need tegevused on määravad ettevõtte laienemisel, kasumlikkuse tekitamisel ja jätkusuutlikkuse saavutamisel. (Papadaki & Chami, 2002, lk 17)

Kasvule orienteeritud ettevõtlust peetakse elustiilile orienteeritud ettevõtluse vastandiks. Kasvule orienteeritud ettevõtluse eesmärgiks on saavutada kiire kasv. Kasvuettevõtja valib tihtipeale suure kasvupotentsiaaliga äriidee, et saavutada suur mastaap ja laiendada äri tegevust. (Henderson, 2002, lk 49) Kasvuettevõtjad ja kasvule orienteeritud ettevõtjad hindavad oma edukust ettevõtte suuruse ja kasvu järgi (Getz & Petersen, 2005, lk 238–239). Keskendutakse kasvu soodustavate ressursside hankimisele. Kasvule orienteeritud ettevõtted koonduvad pigem linnadesse, sest maapiirkondades on ressursid piiratud. Kasvule orienteeritud ettevõtted loovad rohkem töökohti, seega sissetulekuid ja suuremat maksubaasi ning rikkust. Lisaks on nad väärtuslikud kogukonnale, sest tegelevad filantroopiaga. (Henderson, 2002, lk 49, 55)

Kuna iga ettevõtte on kunagi algusfaasis, võib ka kasvule suunatud ettevõtlust alustada ettevõtja omanik-juhi rollis. Oluline on ettevõtte kasvu saavutamisel ja selle jätkusuutlikkusele suunamisel oma juhtimiskäitumise kohandamine. Operatiivse ja

strateegilise planeerimise osas tuleb muutuda ametlikumaks ja välja tuleb arendada kesktaseme juhtmeeskond ja juhatus. (Hofer & Charan, viidatud , Mazarrol *et al.*, 2007, lk 321–322 vahendusel) Ettevõtete kasvuvõime määravad ettevõtja pädevused, ettevõtlikkusele orienteeritus, strateegilise planeerimise oskus ning ressursside haldamise oskused (Mazarrol *et al.*, 2007, lk 322). Ettevõtte kasvul on oluline roll ettevõtjal, tema teadmistel, oskustel, varasematel kogemustel ning strateegilistel valikutel. Lisaks on ettevõtte kasvul tähtis ressursside ulatus.

Majanduskasv ettevõttes ei ole alati stabiilne nähtus, see tuleneb ettevõtte erinevatest arengufaasidest ja organisatsiooni elutsüklist. Ettevõtte kasvuprofiil on pidevas muutuses ja see ei pruugi toimuda alati lineaarse progressioonina, vaid on täis kõikumisi ja stagnatsiooniperioode (Dobbs & Hamilton, 2007, lk 315). Tasuvusnäitajate muutuste abil on võimalik tuvastada ettevõtte elutsükli etapp (vt tabel 3). Ettevõtte elutsükli etappide muutust ei määra valitud näitajate individuaalsed väärtused, vaid nende näitajate indeks ehk kasv või kahanemine (Koval *et al.*, 2017, lk 185).

**Tabel 3.** Ettevõtte elutsükli etapi tuvastamise maatriks tasuvusnäitajate abil

Kasumlikkuse muutuse indeks	Kasvu etapid			Languse etapid		
	Aeglane kasv	Kiire kasv	Stabiilsus	Aeglane langus	Kiire langus	Kriis
Aktiivne tegevus	↑	↑	↑	↓	↓	↓
Investeermistegevus	↓	↑	↑	↑	↓	↓
Finantseerimistegevus	↓	↓	↑	↑	↑	↓

Allikas: Koval *et al.*, 2017, lk 185)

Püsiv majanduslik kasv ettevõtetel on pigem haruldane nähtus. Uued ettevõtted võivad küll oma asutamise aastal jõudsalt kasvada, kuid see kasv lakkab ettevõtte piisava ulatuse saavutamisel. Ettevõtte kasvul on oluline roll ettevõtjal, tema valikutel ja omadustel ning kättesaadavate ressursside ulatusel.

## **2. ELUSTIILIETTEVÖTTE JÄTKUSUUTLIKKUSE JA ARENGU VÕIMALIKKUS TAUR VARAHALDUSE OSAÜHINGUS**

### **2.1. Organisatsiooni ülevaade ja uuringu meetodika**

TAUR OÜ on seotud erinevate sidusettevõtetega, kellel on oluline roll ettevõtte arengus. Uuringu piiratus seisneb selles, et sidusettevõtteid uuringusse ei kaasata, sest tegemist ei ole elustiiliettevõtetega. Lõputöö uuringu keskmeks on TAUR OÜ, milles uuritakse elustiiliettevõtte jätkusuutlikkust ja arengut. Empiirilise osa esimeses alapeatükis antakse ülevaade uuritavast ettevõttest ning elustiiliettevõtte jätkusuutlikkuse ja arengu uuringu meetodikast.

TAUR OÜ, registrikoodiga 10899579, on 2002. aastal loodud eraõiguslik juriidiline isik. Ettevõtte omanikuks on Taavi Raadik, juhatuse liikmeteks ja juhtideks abielupaar – Taavi Raadik (edaspidi T. Raadik) ning Urme Raadik (edaspidi U. Raadik). Äriühingu põhitegevusalaks on erinevate metsandus-, kinnisvara- ja juhtimisalaste konsultatsioonide ja nõustamisteenuse osutamine. Ettevõtte tegevusalaks on veel ka Imago paarisuhte teraapiate, psühholoogilise nõustamise ja sellealaste koolituste pakkumine. Teenust pakutakse nii ettevõtetele meeskonnatöö koolitusena kui ka individuaalklientidele personaalteraapiatena. (TAUR Varahalduse OÜ, 2019, lk 3) Imago koolitusi, teraapiaid ja seminare pakutakse eesmärgiga tõsta elukvaliteeti läbi suhete parendamise ja edendamise (T. Raadik, suuline vestlus, 10.02.2021). Imago on 1980. aastatel loodud paari- ja suhteteraapia vorm eesmärgiga luua kontakti ja ühendust inimeste vahel.

Täiendavalt tegeletakse enda kinnisvara üürile andmisega, omatakse ja hallatakse investeringuid börsil mittenoteeritud sidusettevõtetes, börsil noteeritud ettevõtetes ning idufirmades. Investeeringute osakaal ettevõttes on märkimisväärselt suur. 31.12.2019

seisuga kuuluvad sidusettevõtete alla Vestman Latvija SIA, Metsamaahalduse AS, Prokom OÜ, Vestman Mets AS, Thorgate Ventures I OÜ. (TAUR Varahalduse OÜ, 2019, lk 12) Kõigi sidusettevõtete omanikering taandub otse või kaudselt kolmele ettevõttele – Vestman Energia AS, Thorsten OÜ ja TAUR OÜ. Seega on nende ettevõtete taga peamiselt kolm eraisikut – Aivar Berzin, Taavi Raadik ja Toomas Uripea. (T. Raadik, suuline vestlus, 14.03.2021)

Lõputöö uuringus keskendutakse ettevõtte sisekeskonnale, millest saadi sisend töö eesmärgi täitmiseks. Peamiselt koguti andmeid intervjuu ja dokumendianalüüsi meetodi kaudu, milleks kasutati kvalitatiivset uurimisviisi. Andmete kogumine hõlmas poolstruktureeritud intervjuusid, dokumendianalüüsina majandusaasta aruannete analüüsi ja veebiuuringut ettevõtjate persoonade konstrueerimiseks. Poolstruktureeritud intervjuude vastuste ja hinnanguskaala põhjal langetati otsused ettevõtjate hoiakute ja väärtuste kohta kvalitatiivselt. Individuaalses poolstruktureeritud intervjuus (vt lisa 1) kasutati 7.–13. küsimuse vastamisel hinnanguskaalana vastusevariantide nummerdamist tähtsuse järjekorras, kus väiksem number tähendas ebaolulisust ja numbri suurenedes kasvas vastuse olulisus (vt lisa 2).

Uurimismeetodid on kokkuvõtvalt välja toodud järgnevas tabelis 4, lk 28. Intervjuude küsimustike loomisel võeti aluseks Allardyce 2015. aasta elustiiliettevõtluse lähenemise, Badulescu & Badulescu 2014. aasta Euroopa elustiiliettevõtjate olemasolu tõendatus turismisektoris ja Getz & Petersen 2005. aasta majanduskasvule ja kasumile orienteeritud ettevõtluse uuringud. Erinevate intervjuude läbiviimisel saadud kvalitatiivsed andmed andsid sisukamat informatsiooni ja võimaluse informatsiooni juurde küsida. Fookusgrupi intervjuu (vt lisa 3) toimus ettevõtte omanik-juhtidega. Intervjuu tulemusel saadi ülevaade ettevõtetest ja sellest, kuidas toimub ettevõtlusprotsess ja tegevused ettevõtte sees. Intervjuu tulemusel on võimalik selgitada ettevõtjate ettevõtlusega alustamise põhjused ja tegevuse eesmärgistatust kasvu osas. Fookusgrupi intervjuu viidi läbi korraga mõlema ettevõtte juhiga. Individuaalsed poolstruktureeritud intervjuud (vt lisa 1) andsid sisendi persoonade kui ettevõtjaprofiilide konstrueerimiseks. Personade konstrueerimine võimaldas hinnata ettevõtjat kui ettevõtte juhti, tema keskendumist tulevikule ning kuidas hangitakse ressursse ettevõtlustegevuseks.

**Tabel 4.** Uurimismeetodid

Uurimismeetod	Infoallikas, st üldkogum ja/või valim	Aeg	Tulemus
Fookusgrupi poolstruktureeritud intervjuu (vt lisa 3)	Taavi Raadik, Urme Raadik	märts 2021	Ülevaade ettevõttest, ettevõtlusprotsess ja ettevõtjate tegevuse eesmärgistatus kasvu osas
Poolstruktureeritud intervjuu (vt lisa 1)	Taavi Raadik	märts 2021	Sisend ettevõtjaprofiili loomiseks
Poolstruktureeritud intervjuu (vt lisa 1)	Urme Raadik	märts 2021	
Dokumendianalüüs	Majandusaasta-aruanded 2002–2019	märts 2021	Ettevõtte senine areng ja kasvupotentsiaal 2002.–2019. aastal
Veebiuuring	Taavi Raadik google.com	märts 2021	Täiendav informatsioon Taavi Raadiku ettevõtjaprofiili koostamiseks
Veebiuuring	Urme Raadik google.com urmeraadik.ee	märts 2021	Täiendav informatsioon Urme Raadiku ettevõtjaprofiili koostamiseks
Ettevõtjaprofiili kaardistamine (vt lisa 4)	Taavi Raadik, intervjuud, eelnev veebiuuring	märts 2021	Taavi Raadiku ettevõtjaprofiil mõistmaks ettevõtja isiksust ja ettevõtja isiku olulisust ettevõtte tasandil ja arengus
Ettevõtjaprofiili kaardistamine (vt lisa 5)	Urme Raadik, intervjuud, eelnev veebiuuring	märts 2021	Urme Raadiku ettevõtjaprofiil mõistmaks ettevõtja isiksust ja ettevõtja isiku olulisust ettevõtte tasandil ja arengus

Lisaks analüüsiti organisatsiooni dokumentide, mille tulemusena oli võimalik selgitada ettevõttes toimunut ja hetkel toimuvat. Dokumendianalüüsis kasutati ettevõtte 2002.–2019. majandusaastate aruandeid. Periood valiti ettevõtte alustamisaastast kuni uurimise hetkeks viimase majandusaasta aruande olemasolu põhjal, sest kõigi olemasolevate majandusaasta aruannete analüüs annab parema pildi ettevõttest ja selle arengust. Majandusaasta aruannete põhjal sai teada käibe, bilansimahu ja kui palju töötajaid on ettevõttes olnud läbi aegade. Aruannete põhjal oli võimaik analüüsida ettevõtte arengufaase, rahaliste ressursside ulatust ning väliste rahastamisallikate olemasolu. Need näitajad on olulised ettevõtte kasvu ja jätkusuutlikkuse saavutamisel. Ettevõtjaprofiili kaardistamise meetod aitas mõista ettevõtja isiksust ja ettevõtja isiku olulisust ettevõtte tasandil ja arengus. Ettevõtjaprofiil ehk persoona konstrueeriti kahele ettevõtte juhile intervjuude ja veebiuuringu põhjal. Veebiuuringus uuriti inimesega seotud teavet internetist – google.com, urmeraadik.ee ja muu kättesaadava avaliku info kaudu ettevõtjatest. Pärast intervjuusid analüüsi ja persoonade konstrueerimist selgus, millist

rolli omavad ettevõtte juhi isiksuseomadused, haridustase ja riskivalmidus äritegevuses, selle jätkusuutlikkuses ja arengus.

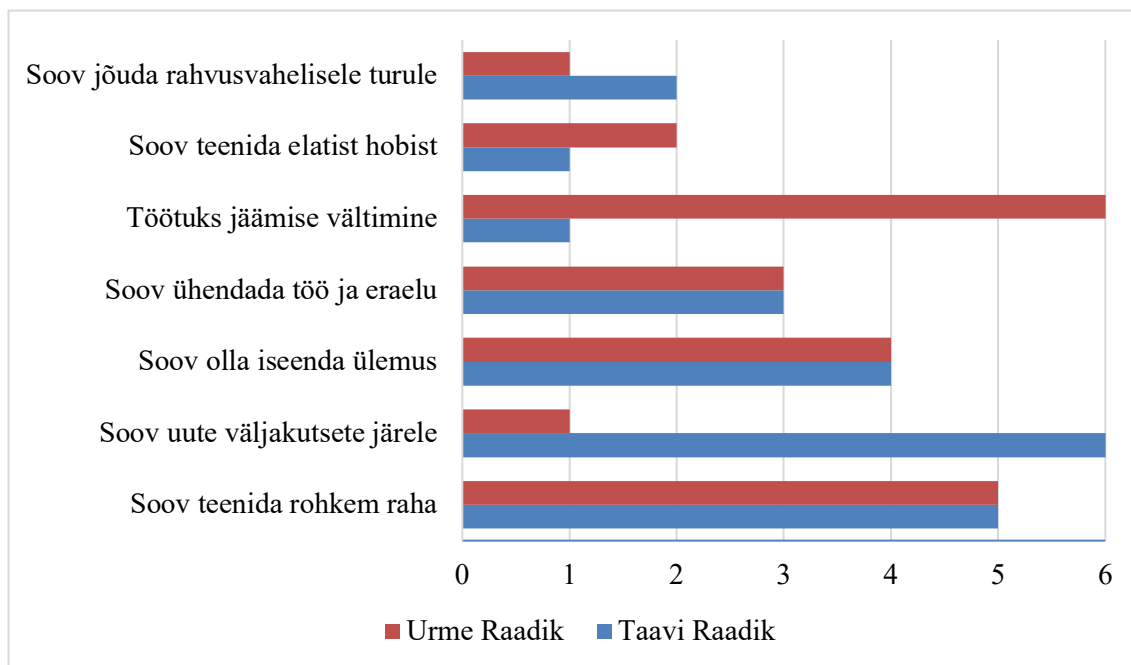
## **2.2. Elustiiliettevõtte uuringu tulemuste analüüs**

TAUR OÜ kui elustiiliettevõtte uuringu põhirõhk oli asetatud poolstruktureeritud intervjuudele ja dokumendianalüüsile. Intervjuude eesmärk oli välja selgitada, millisel määral tegeletakse osäühingus elustiiliettevõtlusega ja kuidas hindavad ettevõtjad iseennast, et määratleda nende vastavus elustiiliettevõtjaga. Uuringut alustati fookusgrupi intervjuuga, seejärel viidi läbi eraldi intervjuud ettevõttega seotud isikutega, peale mida konstrueeriti persoonad, kuhu saadi informatsiooni intervjuudest ja veebiuuringust, edasi toimus majandusaasta aruannete analüüs.

Saamaks paremat ülevaadet TAUR OÜst, on oluline tuua välja ettevõtte kitsamas ja laiemas tähenduses. TAUR OÜ kitsamas tähenduses on T. Raadik kui ettevõtja, tegevus organisatsioonis kui protsess ning TAUR OÜ kui majandusüksus. Ettevõtte laiemas tähenduses võib TAUR OÜ all mõista nii isikut, tegevust kui ka majandusüksust, kitsamas tähenduses on TAUR OÜ vaid majandusüksus. Fookusgrupi poolstruktureeritud intervjuus selgus, et kuigi juriidiliselt on ettevõtja T. Raadik, võib olulise isikuna tema kõrval välja tuua ka U. Raadiku. T. Raadik on loonud ettevõtte, omab ja haldab seda, U. Raadik aitab seda hallata ja olulisemaid otsuseid tehakse koos. Vaatamata sellele, et juriidiliselt on ettevõttel üks omanik, T. Raadik, tunneb autor vajadust uurida ka teist juhatuse liiget U. Raadikut, sest ettevõtte on nende abielu ühisvara ja selles tegutsetakse koos. Seetõttu antud töös mõistetakse ettevõtjate all koos abielupaari T. Raadik ja U. Raadik.

Fookusgrupi ja eraldi intervjuude analüüsil selgus, et ettevõtlusega alustamise põhjused olid peamiselt vajaduspõhised, aga selles nähti ka võimalust. Individuaalsete intervjuude analüüsis tuli välja, et ettevõtlusega alustamise motiive hindasid ettevõtjad sarnaselt (vt joonis 4, lk 30). Motiive, mis mõlema ettevõtja hinnangul ei käinud nende kohta, joonisel ei kajastata. Skaalana kasutati küsimuse vastamisel vastusevariantide nummerdamist, kus suurem number näitas suuremat motiivi ettevõtja jaoks. Mõlemad ettevõtjad hindavad üheks kõrgemaks motiiviks soovi teenida rohkem raha. T. Raadik peab sellest veidi suuremaks uusi väljakutseid, U. Raadik leiab ettevõtlusega alustamise peamiseks

motiiviks soovi vältida töötuks jäämist. Veidi vähem, aga siiski olulisteks motiivideks peetakse ka soovi olla iseenda ülemus ning eraelu ja töö ühendamist. Kuigi peamine motiiv on ettevõtjatel erinev, võib öelda, et põhiliselt nende motiivid kattuvad.



**Joonis 4.** Ettevõtlusega alustamise motiivid (Skaala: 1=ei käi minu kohta; 2=pisut käib minu kohta; 3=mõnevõrra käib minu kohta; 4=käib minu kohta; 5=käib väga minu kohta; 6=peamine põhjus)

T. Raadik alustas ettevõtlusega palgatöö kõrvalt, sest oli arusaadav, et senine palgatöö oli sellisel kujul end ammendanud ja ei pakkunud enam nii suurt rahuldust. Kui Metsamaahalduse AS-i oleva palgatöö kõrvale lisandusid teised ettevõtted, kes soovisid T. Raadiku teadmisi ja teenust, nähti võimalust koondada kõik enda pakutavad teabeteenused ja tehtav töö kokku, lõpetada palgatööl olemine ja pakkuda juhtimisteenust enda ettevõttega. Ettevõtlusega alustamisel sai T. Raadik soovitusi ja toetust varasemast töökogemusest ja äripartneritelt. Algselt töötasid kõik äripartnerid koos samades ettevõtetes, 2002. aastal asutasid nad endale eraldi ettevõtted üheaegselt – TAUR OÜ, tänane Vestman Energia AS ja Thorsten OÜ. Eesmärgiks oli kasvatada oma tulu ja tõsta elukvaliteeti, seega olid esindatud nii majanduslikud (raha teenimine) kui ka mittemajanduslikud motiivid (enda elukvaliteedi tõstmine). Intervjuude tulemusel selgus, et ettevõtte kasvulaseid eesmärke ei püstitatud.

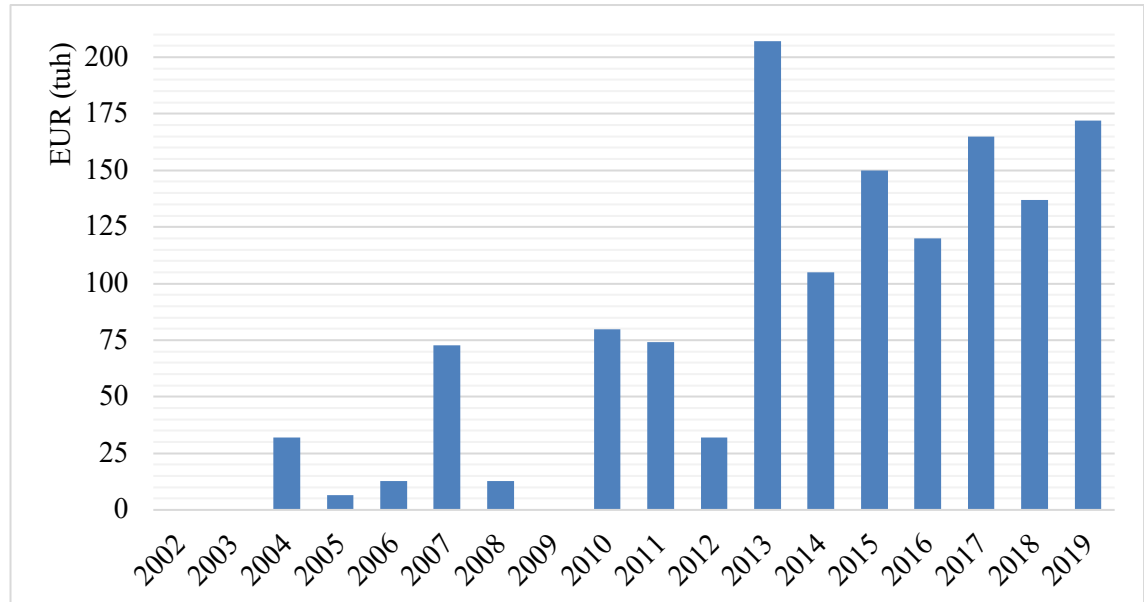
U. Raadiku kaasatus ettevõttesse toimus 2010. aastal ja põhjuseks oli tema koondamine. Midagi oli vaja teha ja peale mõnda aega töötuna olemist asus ta tööle TAUR OÜsse töölepinguga projektijuhiks ning kinnisvaraobjektide arendajana, mis oli osaliselt teenuse pakkumine sidusettevõtetele. Samal ajal alustas ta enda psühholoogiaalase täiendamise. Algselt tegi ta seda iseendale, sest peale koondamist tundis suurt masendust, kuid peagi leidis ta sellest enda uue kutsumuse ja võimaluse. 2011. aastal asus ta ettevõtte juhatuse liikmeks T. Raadiku kõrvale. Tänapäevaks on toonud U. Raadiku arendatav suund ettevõttes TAUR OÜ ettevõtjate hinnangul 15–20%-lise käibekasvu, mis on tõusuteel.

Intervjuude tulemusel selgus, et TAUR OÜs puuduvad töölepinguga palgalised töötajad. Ettevõttes töötab kaks juhatuse liiget juhatuse liikme lepingu alusel. Üks juhatuse liikmetest on äriregistri andmete kohaselt 100% osanik, kuigi õiguslikult kuulub ettevõtte abieluvara hulka ja abieluvarana on kaudselt ettevõtte osalus 50% T. Raadik ja 50% U. Raadik. Raamatupidamise korraldamiseks ja mõningate muude asjaajamisteenuste jaoks on ettevõttel lepingulised partnerid. 2019. majandusaasta aruande järgi ületasid seisuga 31.12.2019 ettevõtte varad kokku 17,1 miljonit eurot, müügitulu oli üle 140 000 euro ja keskmine töötajate arv 2019. aastal oli kaks. Parameetrite järgi saab ettevõtte liigitada Euroopa mõistes mikroettevõtteks. Euroopa mõistes on mikroettevõtted need äriühingud, kus töötab vähem kui 10 inimest ja mille aasta bilansimaht ja/või aastakäive ei ületa 2 miljonit eurot (Euroopa Komisjon, 2014). Kuigi bilansimaht TAUR OÜs ületab 2 miljonit eurot, siis aastakäive seda ei ületa. Võttes arvesse, et ettevõtte suuruse määratlemisel kindel standard puudub ja Eesti on osa Euroopast, võib TAUR OÜ liigitada mikroettevõtteks Euroopa mõistes.

Hindamaks kasvu ettevõttes analüüsiti 2002.–2019. majandusaasta aruannete baasil müügitulu, bilansimahu (vt lisa 6) ja aruandeaasta kasumit ning kokku jaotamata kasumit (vt lisa 7). Finantsiliselt uuriti puhaskasumit, milles on lisaks põhitegevuse näitajatele kaasatud ka sidusettevõtete tulemused. Alates 2011. aastast on majandusaasta aruannetel rahaühikuks euro, enne seda Eesti kroon (EEK). Analüüsimiseks korrigeeris töö autor rahaühikud ühtsele määrale (euro) Eesti Panga ametliku keskkursiga 1 EUR = 15,6466 EEK (Eesti Pank, 2010). Ettevõtte müügitulus ja bilansimahus on aastate lõikes toimunud mõningaid langusi, aga selgelt on näha müügitulu ja varade kasvu tõusujoonena (vt lisa

6). Viimase kuue aasta jooksul on müügitulu stabiilselt kasvanud. 2012. aasta varade vähenemine oli tingitud asjaolust, et müüdi oma osalused kolmes sidusettevõttes vähendamaks enda laenukoormust ja tekitamaks ressursi teisteks investeeringuteks. Kõige suuremad kõikumised on olnud läbi aastate ettevõtte aruandeaasta kasumis (vt lisa 7), 2018. aasta lõpetati lausa kahjumiga. Kahjumi põhjuseks oli tol ajal veel tütarettevõttena tegutseva Vestman Latvija SIA negatiivse omakapitali nõuetekohaseks viimine. Aastate lõikes aruandeaastate kasumi kõikumisi ühtlustab, kui vaadata kogu jaotamata kasumit aastate lõikes (vt lisa 7).

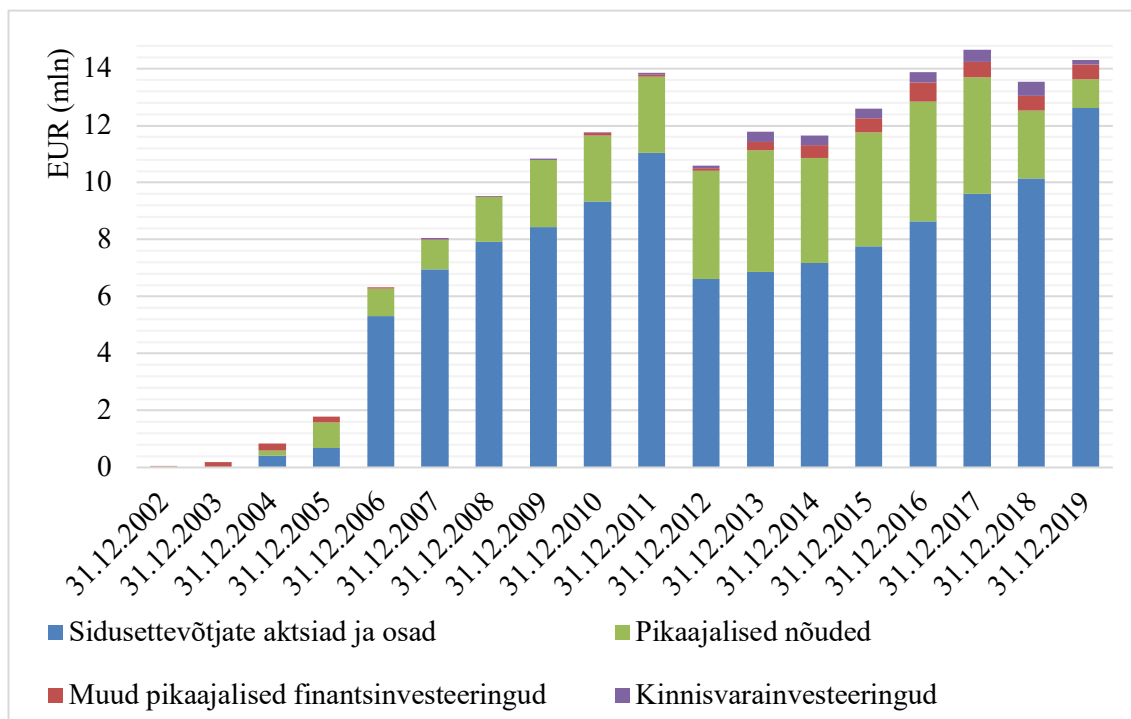
Majandusaasta aruanne analüüsil selgus, et viimasel neljal aastal on palgakulud muutumata. Palgakuludeks on neil aastatel 31 200 eurot aastas ja see jaotub kahe töötaja vahel. Dividende on makstud osanikule, jaotades need võrdselt aastate 2002–2019 peale, keskmiselt 76 592 eurot aastas, mis näitab, et ettevõtte tulu investeeritakse iseendasse (vt joonis 5). Intervjuude tulemusel selgus, et T. Raadik ei oma eraisikuliselt investeeringuid, olemas on kinnisvara näol elumaja, milles elatakse. Muud investeeringud käivad ettevõtte kaudu, tänu millele autori hinnangul tegeletakse maksude optimeerimisega.



**Joonis 5.** Makstud dividendid aastatel 2002–2019 (Allikas: autori koostatud TAUR Varahalduse osaühing 2002.–2019. majandusaasta aruannete põhjal)

Majandusaasta aruannete ja intervjuude analüüsi põhjal selgus, et pikaajaliste finantsinvesteeringute alla kuuluvad investeeringud tütar- ja sidusettevõtetesse, mille

osalused läbi aastate on toodud lisas 8, muud pikaajalised finantsinvesteeringud ja pikaajaliste nõuete all kajastatakse antud laenud, mille jaoks on olemas laenuportfell. Kinnisvarainvesteeringuid kajastatakse eraldi. Ettevõttes tegeletakse suures osas investeeringutega (vt joonis 6), olemas on investeerimisportfell.



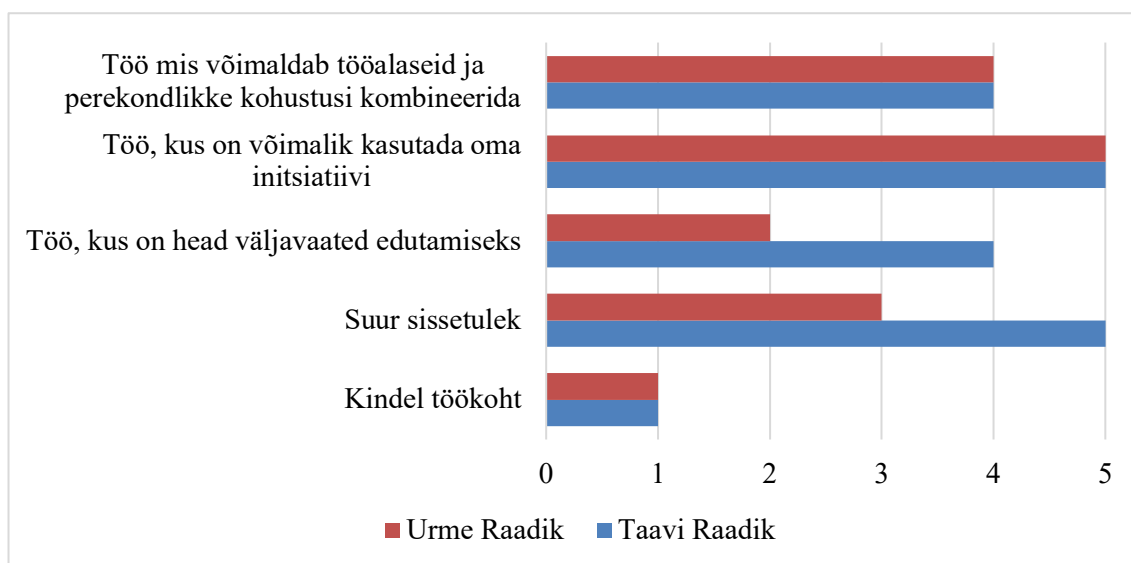
**Joonis 6.** Pikaajalised finantsinvesteeringud ja kinnisvarainvesteeringud aastatel 2002–2019 (Allikas: autori koostatud TAUR Varahalduse osaühing 2002.–2019. majandusaasta aruannete põhjal)

Kõige suurema osa moodustavad investeeringud tütar- ja sidusettevõtetesse ja kõige väiksema osa moodustavad kinnisvarainvesteeringud ning muud pikaajalised finantsinvesteeringud. Muude pikaajaliste finantsinvesteeringute all on investeerimisväärtpaberid börsil noteeritud ettevõtetesse ja idufirmadesse. Analüüsi käigus selgus, et ettevõtte suuremad investeeringud on kontsentreeritud peamiselt Vestman Grupi ettevõtete alla. Kuigi T. Raadik on nende ettevõtetega tihedalt seotud ning on tekitanud enda mõjususe, võib see tekitada riski, et ühe kontserni ebaedu korral tuuakse ka enda isiklikule ettevõttele ebaedu. Investeeritavates ettevõtetes ei ole kõigis omanikeks ja juhtideks samad isikud. Sidusettevõtete aktsionäride ja osanike ning

juhtkonna huvid on ühtlustatud, näiteks Vestman Mets AS juhataja kaasatakse alati aktsionäride hulka.

Majandusaasta aruannete analüüsi tulemusel selgus, et põhitegevusala kõrvalt tegeletakse suurel osal investeringutega ja kinnitust sai see, et tegemist on lisaks põhi- ja lisategevusaladele haldusettevõttega. Kuigi ettevõtte finantsnäitajates on olnud mõningaid kõikumisi, on finantsnäitajad kasvutrendis ja kasv algas koheselt peale alustamist. Ettevõtte on peale ühte kahjumiga lõpetatud aruandeaastat (s.o 2018) suutnud lõpetada kõik teised aastad kasumiga.

Elustiiliettevõtjatel on suur roll ettevõtte arengus. Mõistmaks ettevõtjate orientatsiooni, on oluline uurida ettevõtjaid eraldi, selle jaoks konstrueeriti intervjuude ja veebiuuringute põhjal ettevõtjate persoonad. Endale töö valikul peavad ettevõtjad tähtsaimaks töökohta, kus oleks võimalik kasutada oma initsiatiivi (vt joonis 7). T. Raadik hindab sama oluliseks enda jaoks piisava sissetuleku suurust. U. Raadik seda nii kõrgeks ei pea, täpsustades, et tema abikaasa on võimaldanud temal tegeleda endale rahuldust pakkuvate tegevustega nii, et rahanumbreid lugema ei peaks.



**Joonis 7.** Erinevate asjaolude tähtsus töö valikul (Skaala: 1=üldse ei ole tähtis, 2=ei ole tähtis, 3=ei ühte ega teist, 4=on tähtis, 5=on väga tähtis)

TAUR OÜga on igapäevaselt seotud kaks ettevõtjat. T. Raadik on alates 1996. aastast juhtinud erinevaid ettevõtteid. Alates 1999. aastast on ta kuulunud ja kuulub siiani erinevate ettevõtete juhatusse ja nõukogusse. Praegu on ta 12 erineva ettevõtte juhatuse

liige, kahe ettevõtte nõukogu liige ja sealjuures ühe ettevõtte nõukogu esimees. Enamik neist ettevõtetest tegelevad metsanduses, aga on ka näiteks filmitööstuse ettevõtte (vt lisa 4). T. Raadiku abikaasa U. Raadik on üle 10 aasta töötanud Vestman Kinnisvara AS-is, olles seal haldusteenuse juhiks (vt lisa 5). Vestman Kinnisvara AS-i müümisel lõppes tema töö ja ta eeldas, et kõik ettevõtted tahavad teda endale palgata. See ei olnud nii ja tuli leida uusi võimalusi. Praegu on ta TAUR OÜ juhatuse liige, omades tegelikkuses abieluvara kaudu 50% ettevõttest. Lisaks on ta veel ühe ettevõtte 50%-line osanik ja juhatuse liige ning ühe mittetulundusühingu juhatuse liige. T. Raadiku ja U. Raadiku omadused ettevõtjatena on toodud alljärgnevas tabelis 5.

**Tabel 5.** T. Raadiku ja U. Raadiku omadused ettevõtjatena

<b>Tunnus</b>	<b>Taavi Raadik ettevõtjana</b>	<b>Urme Raadik ettevõtjana</b>
Motiivid	Eneseteostusvajadus, soov saavutada ihaldatud elustiil ja iseenda ülemuseks olemine	Enda elumissiooni elluviimine
Iseloomujooned	Riskivalmidus, saavutusvajadus, sihikindlus, hea suhtlemisoskus, empaatia	Ausus, empaatiavõime, sihikindlus, hea suhtlemisoskus
Kompetents	Suur sisemine kontroll enda ettevõttes, ajaga suurenev ebakindluse tekkimine finantsriskide võtmisel	Sisemine kontroll ettevõttes
Tegevusvaldkond	Tegeleb valdkonnas, mille vastu on huvi; teadmised ja oskused on tulenenud õpingutest ja teadmistest, varasemast töökogemusest	Tegeleb valdkonnas, mille vastu on huvi; teadmised ja oskused on tulenenud õpingutest ja teadmistest, varasemast töökogemusest
Sõltuvus	Oluline sõltumatus, veidi probleemne ettevõtte ja isikliku elu kesktee juhtimine	Oluline sõltumatus, veidi probleemne ettevõtte ja isikliku elu kesktee juhtimine
Seotus	Tihedalt seotud klientide, partneritega	Tihedalt seotud klientidega
Ressursid	Hangib enda loodud võrgustikest	Hangib enda või abikaasa loodud võrgustikest
Enese-täiendamine	Täiendab end pidevalt	Täiendab end pidevalt
Innovaatilisus	Innovaatilisus ettevõttes seisneb tema pakutavas teenuses, tema teenus on tema nägu; ei pea enda ettevõtlust väga innovaatiliseks	Innovaatilisus ettevõttes seisneb tema pakutavas teenuses, tema teenus on tema nägu; ei pea enda tegevust kui sellist innovaatiliseks
Strateegiad	Ei tegele strateegiatega; strateegiad on pigem ettevõtja peas, suurt rolli mängivad juhused ja tunnetuslik pool	Ei tegele strateegiatega

Allikad: Autori koostatud T. Raadik ja U. Raadik, intervjuu, 14.03.2021; T. Raadik, intervjuu 16.03.2021; U. Raadik, intervjuu 16.03.2021 ning persoonade (vt lisa 4 ja lisa 5) põhjal

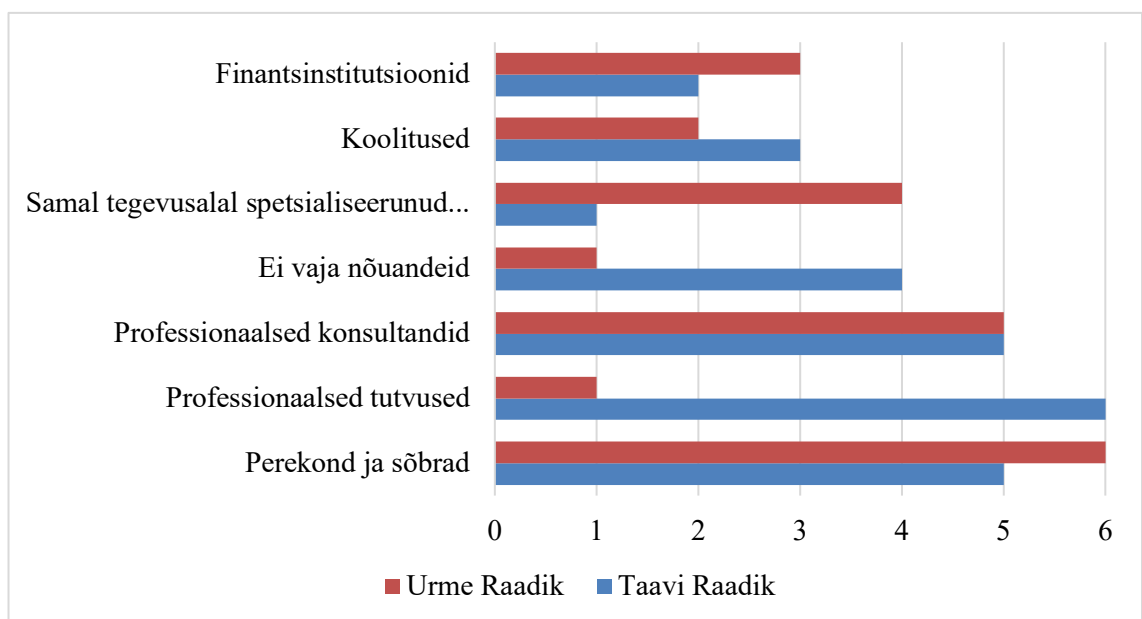
Intervjuude, veebiuuringu ja persooni konstrueerimise ning analüüside tulemusel sai selgeks, et T. Raadikul on kõrge eneseteostusvajadus. Ta julgeb riskida, oskab leida võimalusi ning mõtleb analüütiliselt. Tal ei ole praegu võimet ja valmidust delegeerida otsuste tegemist teistele, ta on sihikindel ja soovib hoida sisemist täielikku kontrolli enda ettevõtte üle. Teistes ettevõtetes on ta osa ja juhib neid TAUR OÜ kaudu. Nii on see kujunenud sellepärast, et säiliks kontroll ja oma aja peremeheks olemine. Nende ettevõtete tootlikkus mõjutab otseselt TAUR OÜ edukust. T. Raadiku eesmärk on kasvatada oma tulu ning elada hästi. Tema jaoks on oluline sõltumatus. Praegu on ta rahul enda eluga ja majandusliku olukorraga. Ettevõtte edukust hindab ta enda jaoks rahuldavaks ja edukaks.

Intervjuude analüüsil selgus, et U. Raadiku motiiviks ettevõtlusega tegelemisel on enda elumissiooni elluviimine ja seda just pereettevõtte kaudu, kus kogu tulu jääb perekonda. Ta on tänulik selle eest, et saab teha seda, mis talle meeldib ja olla toeks oma abikaasale. Iseloomujoontena on tal tugev sihikindlus, ausus ja empaatiavõime. Talle meeldib omada kontrolli ettevõttes, aga tal on võime ja valmidus delegeerida otsuste tegemist teistele, eeskätt ettevõtlusalaste otsuste tegemist abikaasale T. Raadikule.

Uuringu tulemusel selgus, et enda tegevusvaldkond on valitud selle põhjal, mille vastu on huvi, mida on õpitud ja kus alal töötatud. See on ka põhjus, miks ettevõttel on kaks suuremat teenusepakkumise poolt. Pakutakse teenuseid ärijuhtimise ja metsanduse vallas ning teenuseid nõustamiste, teraapiate ja ka meeskonnatöökoolituste vallas. Metsandus on T. Raadiku kirg, U. Raadiku kireks on Imago, heategevus ja maailma paremaks muutmine. Kõige aluseks on U. Raadiku jaoks inimsuhted. Tema hinnangul on eduka ettevõtte aluseks turvalised, mõistvad ja hoolivad inimsuhted. Mõlemad ettevõtjad hoiavad end kursis oma valdkondadega igapäevaselt ja täiendavad end nendel aladel. Lisaks tegeletakse enesetäiendusega ja T. Raadik harib end ka ettevõtlusalaste koolitustega.

Intervjuude analüüsil selgus, et ressursse äritegevuseks hangitakse enda loodud võrgustikest, äripartnerid ja perekond mängivad suurt rolli. Enda ettevõttesse kaasas T. Raadik abikaasa U. Raadiku ja kaudselt on ettevõttega seotud ka nende vanim tütar. Vanima tütre seotus TAUR OÜga on enda ettevõtte kaudu. Ressursside all hinnatakse oluliseks ajaressurssi, teadmisi ja finantsressurssi. Praegu on nad rahul ettevõtte

rahavoogudega, vajadusel on olemas laenuvõimekus. Seda kinnitavad nii intervjuude kui ka majandusaasta aruannete analüüsid. Äri kasvatamisel on osa olnud ka välistel ressurssidel, vajadusel on kaasatud laenu. Individuaalsete intervjuude käigus uuriti, kes on ettevõtjate nõuandjad ettevõtlusega tegelemisel (vt joonis 8). Teadmisi ettevõtlusega tegelemisel hangib T. Raadik peamiselt professionaalsete tutvuste ja konsultantide kaudu. Suurt rolli omab ka perekond ja sõbrad. U. Raadik peamised nõuandjad ettevõtluses on perekond ja sõbrad ning samuti professionaalsed konsultandid. Nõuandjatena kasutatakse nüüd vähem koolitusi ja finantsinstitutsioone, mis intervjuude analüüsi tulemusel olid suuremas osakaalus äri algusfaasis.



**Joonis 8.** Nõuandjad ettevõtlusega tegelemisel (Skaala: 1=ei käi minu kohta; 2=pisut käib minu kohta; 3=mõnevõrra käib minu kohta; 4=käib minu kohta; 5=käib väga minu kohta; 6=peamine nõuandeallikas)

Intervjuud näitasid, et ettevõtlusega tegelemisel pakub T. Raadikule suurimat rahulolu positiivsete finantsnäitajate olemasolu. Keerulisemaks peab ta seda, et muutub ajaga riskikartlikumaks. Kriitiliseks peetakse ajanappust, mille tõttu ei ole võimalik TAUR OÜd arendada nii, nagu sooviks. Mõlemal ettevõtjal on veidi probleemne isikliku elu ja ettevõtte vahelise kesktee juhtimine, sest õhtust, öist ja nädalavahetustel töötamist tuleb ette tihti. Lisaks mureseb T. Raadik tööprobleemide pärast ka väljaspool tööaega. Enda katsumuseks peab T. Raadik õigete investeerimisobjektide ning rahapaigutuse riskivahekorra leidmist. T. Raadik: „Katsumuseks on õigete investeerimisobjektide

leidmine. Ma ei leia neid kergelt, hetkel need lihtsalt tulevad. Pean leidma pakututest õiged ülesse ja see on keeruline. Tunnen, et kohati vajan täiendust leidmaks õige tasakaal investeerimisobjektide riskide ja tulususe vahel“. Tegutsetakse tunnetuslikult ja juhuste läbi. U. Raadik tunneb end ebakindlalt finantsaspektidega seonduvas ja hindab ettevõtte kriitiliseks aspektiks väliskeskkonnast tulenevaid katsumusi ja majanduse mõju, sest tunneb suurt rolli ettevõtte tegevusel ja jätkusuutlikkusel just väliskeskkonnal.

Intervjuude käigus uuriti, kuidas tegeletakse ettevõttes strateegilise planeerimisega. Analüüsi tulemusel selgus, et ettevõtte strateegiate loomisega ei tegele. Pigem on strateegiad ettevõtjate peas. Vaadatakse, kui palju on raha, kui palju investeerimisvõimalusi, tehakse analüüsid ja kalkulatsioonid ning otsused. Sisetunne mängib suurt rolli ja otseselt strateegilise planeerimisega ei tegeleta. Investeeringutel arvestatakse äriideedega, teostatakse finantsanalüüse, aga suurimat rolli omavad meeskonnad, kuhu investeeritakse. U. Raadiku sõnul on tema väga halb rahaplaneerija ja ettevõtte finantsjuhtimisega tegeleb abikaasa. U. Raadik usaldab, on toeks ja annab nõu, kui seda küsitakse.

Intervjuude põhjal selgus, et ettevõtjad on tihedalt seotud klientide ja partnerite ja sidusettevõtetega. T. Raadik: „Igapäevaselt tegelen ma sidusettevõtetega, mitte TAUR OÜga. Olen neist enamuses nõukogus või juhatuse liikmena seotud. Suurem osa minu tööajast kuulub nendele ettevõtetele“. Peamised kliendid on Metsamaahalduse AS, Vestman Mets AS, Vestman Forest Fund AS ja Eesti Puidumüügikeskus. Metsamaahalduse AS ja Vestman Mets AS kuuluvad lisaks ka sidusettevõtete hulka. Neljast olulisest püsikliendist kolm kuuluvad Vestman Grupi ettevõtete alla ja T. Raadik on nende ettevõtetega seotud juhatuse liikmena või nõukogu esimehena. Analüüside tulemusel selgus, et need ettevõtted on olulised TAUR OÜ tegevuse jätkusuutlikkuseks.

Intervjuude käigus uuriti, millist rolli omab innovaatus ettevõtjate tegevuses. Analüüsi tulemusel võib öelda, et ettevõtjad ei pea enda ettevõtet ja tegevust innovaatiliseks. Samas on nende teenus innovaativne selles osas, et see on nii-öelda nende nägu. Ettevõtjad hindavad innovaatiliseks seda, et nende ettevõtlusega seotud tegevusse ja pakutavatesse teenustesse lisatakse nende olemus. T. Raadik hindab innovaatuset ettevõtte investeerimisobjektide seisukohast. Peamiselt investeeritakse IT-arendusse ja selle

innovaatilisusesse. Lisaks TAUR OÜ investeeringutele hindavad kõrgelt seda ka sidusettevõtteid, kes investeerivad samuti IT-arendusse ja innovaatilisusesse.

T. Raadik ja U. Raadik on hea näide pereettevõttest, kus igaüks tegeleb sellega, mis talle meeldib ja mida ta oskab, teineteist täiendatakse. Ettevõtjad kinnitavad, et kuigi ei ole loodud süsteeme suurema ja mitmekesisema ettevõtte vajaduste rahuldamiseks, oleks see võimalik. Nad ei pea seda vajalikuks, sest kontrolli kaotada ei taheta, lisatööjõudu palgata ei ole vaja ja ettevõtte omanikeringi laiendada ei soovita. Viimase põhjusena toodi välja see, et sel juhul ei jääks raha perekonda. Ettevõtte on nende vara ja kuna tegemist on varahaldusettevõttega, paikneb seal suur osa just varade näol. Osanike lisandumisega tekiks uutel osanikel ligipääs nende varadele ja see on ettevõtjate jaoks kindlasti välistatud. Ettevõtte arendamine, kasv ja sealt saadava tulu peamine eesmärk on perele piisava sissetuleku tagamine ja elukvaliteedi tõstmine.

Intervjuude ja majandusaasta aruannete analüüsimise käigus selgus, et TAUR OÜ tegevus omab tunnuseid ka kasvule orienteeritud ettevõtlusega tegelemisest, näiteks kasumi reinvesteering. Ettevõtjate jaoks on oluline püsiv rahavoog. Majanduslikule kasvule orienteerituse ja ettevõtte elutsükli etapi tuvastamiseks analüüsiti kasumlikkuse muutuse indeksit viimaste aastate kohta (vt tabel 6). Indeks on muutunud positiivselt 2018. ja 2019. aastal aktiivses äritegevuses ja investeerimistegevuses. Finantseerimistegevuses on indeks langenud. Konkurentsieelis saavutatakse teenustesse iseenda olemuse lisamisega. Igast kliendist lähtutakse individuaalselt ja suhestutakse temaga. Klientide vajadusi rahuldatakse parimal võimalikul moel. Fokuseeritakse end kliendirahulolule. Üldkulusid minimeeritakse sellega, et palju tehakse ära ise, lisatööjõudu ei palgata.

**Tabel 6.** TAUR OÜ elutsükli etapi tuvastamise maatriks tasuvusnäitajate abil

	Muutus	
	2018	2019
Kasumlikkuse muutuse indeks		
Kokku rahavood äritegevusest	↑	↑
Kokku rahavood investeerimistegevusest	↑	↑
Kokku rahavood finantseerimistegevusest	↓	↓

Kokkuvõtvalt selgus uuringust, et ettevõtlusega alustamine toimus pigem vajaduspõhiselt, aga rolli mängis mõningal määral ka võimalustepõhine alustamine.

Kõrgelt hinnatud ühine motiiv ettevõtlusega tegelemisel on tagada endale piisav sissetulek ning hea elukvaliteet. Mõningatele kõikumistele vaatamata on ettevõtte finantsnäitajad kasvutrendis. Ettevõtte laiendamist töötajate kaasamisega ettevõtjad ei soovi, sest neile on oluline omada täielikku kontrolli enda ettevõtte üle.

### 2.3. Järeldused ja ettepanekud ettevõttele

Lähtuvalt tehtud uuringust ja selle tulemustest saab teha peamised järeldused. Uuringu tulemusel tuli selgelt välja, et U. Raadikul on ettevõttes suur roll ja tema kui isiku uurimine ettevõttes oli õigustatud. Ettevõtte ei vaja äriregistris osanikeringi laiendamist U. Raadiku kaasamisega, sest õiguslikult kuulub ettevõtte abieluvara hulka ja lisaks on U. Raadik ettevõtte juhatuse liige. Ettevõtte eduloos on oma roll mõlemal isikul, nad täiendavad teineteist ja otsuseid võetakse vastu ühiselt. TAUR OÜ elustiiliettevõtte tunnuste kinnitus on toodud alljärgnevas tabelis 7.

**Tabel 7.** TAUR OÜ peamised tunnused elustiiliettevõtte

<b>Tunnused</b>	<b>Elustiiliettevõtte TAUR OÜ tunnus</b>
Alustamine	Vajaduspõhine kombineeritult võimalustega, elustiili ja indiviidi motivatsioon
Peamine eesmärk	Elustiilist lähtuvad eesmärgid, enda elukvaliteedi tõstmine
Ettevõtte valdkond	Tegeletakse valdkonnas, mille vastu on suur huvi ja kirg
Ressursside hankimine	Kontaktide ja tutvuste kaudu
Orientatsioon	Ettevõtjate elukvaliteedile orienteeritud
Juhtkonna roll tulemuslikkuses	Juhtkonnal otsene võimalus tulemuslikkust mõjutada
Ettevõtjad	Tihedalt seotud klientidega, oluline sõltumatus ja tegevusvabadus
Ettevõtjate ettevõtluspädevused	Saavutusvajadus, julgus riskida, ebaselguse tolereerimine, sisemine kontroll, eesmärkide saavutamine ja emotsionaalne stabiilsus
Strateegia	Mitte kaotada täielikku kontrolli enda ettevõtte üle

Ettevõtte alustamisel saab analüüsida erinevaid põhjuseid. Nii nagu ütleb teooria, et vajaduspõhise ettevõtlusega alustamine toimub, kui isikut sunnitakse ettevõtlusega alustama töö kaotamise või muude ühiskonna šokkide tagajärjel (Gomez, 2008, lk 10), nii peab see paika ka TAUR OÜs. Mõlemad ettevõttega seotud isikud on alustanud ettevõtlusega vajaduspõhiselt, samas on leitud ka võimalusi. Alustamisel on lähtunud pigem ettevõtjatest endist ja nende motivatsioonist, mitte innovatsioonist, ettevõtte kasvatamisest ja kasumi teenimise eesmärgist. Teooria kohaselt viitab see elustiiliettevõtlusele (Allardyce, 2015, lk 29). Peamiste motiividena ettevõtlusega

alustamisel saab ära tuua selle, et mõlemad ettevõttega seotud isikud olid kaotamas või kaotasid senise palgatöö, samas T. Raadik leidis ka võimaluse hakata pakkuma enda erinevaid teenuseid teistele ettevõtetele enda ettevõtte kaudu. Seega võis olla ettevõtlusega tegelemine ajendatud mitmest motiivist, nii majanduslikest kui ka mittemajanduslikest, mis kindlasti on aja jooksul muutunud. Praegu ei näe ettevõtjad seda vajadusena, pigem võimalusena. See näitab, et Williams ja Williamsi (2011, lk 36–37) teostatud uuringu järeldus, et ettevõtlusega tegelemine on ajendatud mitmest motiivist, mis on aja jooksul muutuvad, peab paika.

Elustiiliettevõtjate motiiviks on ettevõtlusega alustamisel soov saavutada ihaldatud elustiil (Peters *et al.*, 2009, lk 397), majanduslikud motiivid ei ole alustamisel suurima tähtsusega (Schwienbacher, 2007, lk 756). Kuigi võib öelda, et ettevõtjad alustasid ettevõtlusega vajaduspõhiselt, tuleb kindlalt välja, et ettevõtlusega tegelemisel on nende motiiviks iseenda elukvaliteedi tõstmine. Praegu ollakse rahul saavutatuga, endale meelepärane elukvaliteet, heaolu ja rahulolu iseendaga on saavutatud. Eneseteostus- ja saavutusvajadus on ettevõtte arendamise ambitsiooniks. Kasumi teenimine on ettevõtjatele oluline, aga veelgi olulisem on eneseteostus. Teooria kohaselt viitab see elustiiliettevõtjate olemusele (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 2, 18–19).

Ettevõtjaks hakkamine oli seotud pigem emotsionaalsete kui ratsionaalsete kaalutlustega. Alustati ja tegeletakse valdkonnas, mille vastu on suur huvi ja kirg. See viitab elustiiliettevõtja teooriale (Badulescu & Badulescu, 2014, lk 52, 232). Oskused on tulenenud varasemast töökogemusest, teadmistest ja hobidest, mis viitab elustiiliettevõtlusele (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 12, 17). Ettevõtte edukuse hindamisel tehakse seda subjektiivselt. Ettevõtjate jaoks on nende ettevõtte edukas, sest pakub neile isiklikku rahulolu. Teooria kohaselt subjektiivne ettevõtte edukuse hindamine on omane elustiiliettevõtjatele (Reijonen, 2008, lk 617–618).

Teoorias käsitletakse elustiiliettevõtjate motiveeritust rohkem elukvaliteediga seotud väärtustest kui ettevõtte kasvupotentsiaal (Allardyce, 2015, lk 17). TAUR OÜ on orientatsioonilt elustiiliettevõtte, sest ettevõtjaid motiveerib nende hea elukvaliteet rohkem kui ettevõtte kasvupotentsiaal. Võrreldes teoreetilist elustiiliettevõtjate tunnuste tabelit (vt tabel 1, lk 14) ja ettevõtjatele konstrueeritud tabeleid (vt tabel 5, lk 35), kattuvad need peaaegu täielikult teoorias öelduga. Selle tulemusel saab kinnitust, et T. Raadik ja

U. Raadik on elustiiliettevõtjad. Nende jaoks on oluline sisemine kontroll enda ettevõtte üle, omanikeringi laiendamine ja kontrolli kaotamine ei ole nende jaoks võimalus. Personali ettevõttes peale nende ei eksisteeri või on kaasatud inimesed teiste ettevõtete kaudu. Probleemne on oma isikliku elu ja ettevõtluse vahelise kesktee juhtimine, sest nende elu on suures osas ettevõtlusega tegelemine ning ei ole selgelt piiritletud isiklikku elu ja tööd. Sisemise kontrolli tähtsus ettevõttes ja selle tõttu teiste isikute mitte kaasamine ning isikliku elu ja ettevõtluse vahelise kesktee juhtimine annavad kinnitust teooriast tulenevale, et tegemist on elustiiliettevõttega (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 8–11).

Teoreetiliste allikate kohaselt omab edukas ettevõtja ettevõtluspädevusi, milleks on teatud isiksuseomadused ja kompetents. Nende alla kuuluvad saavutusvajadus, julgus riskida, ebaselguse tolereerimine, sisemine kontroll, eesmärkide saavutamine ja emotsionaalne stabiilsus. (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 5–7) TAUR OÜ ettevõtjad omavad eelnimetatud ettevõtluspädevusi. Nad täiendavad teineteist ja kõik ettevõtluspädevused on väga hästi saavutatud. T. Raadik tugevamalt esile kerkivad ettevõtluspädevused on saavutusvajadus, julgus riskida, ebaselguse tolereerimine, sisemine kontroll ja eesmärkide saavutamine. U. Raadik ei oma oluliselt julgust riskida, mis tuleneb ka sellest, et tal ei ole vajadust olnud suurelt riskida. Tugevalt tuleb esile tema emotsionaalne stabiilsus ja eesmärkide saavutamine.

Iseloomujoontena omavad T. Raadik ja U. Raadik head suhtlemisoskust, sest nende teenuste pakkumine on seotud suhtlemisega. Nad on tihedalt seotud klientide ja partneritega ning sellest sõltub nende äriiline tegevus. Teooria kohaselt viitavad sellised iseloomujooned ja tunnused elustiiliettevõtjate tunnustele (Marchant & Mottiar, 2011, lk 181). Teooria põhjal hangivad elustiiliettevõtjad ressursse enda loodud võrgustikest (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 17). T. Raadik ja U. Raadik hangivad ressursse kontaktide ja tutvuste kaudu. Koostöös ollakse inimestega, keda teatakse ja usaldatakse. Kasutatakse ka professionaalsete ärikonsultantide abi, kuid needki on tulnud suuresti tutvustega. Elustiiliettevõtjate teooria kohaselt on elustiiliettevõtete töötajateks ja kaasomanikeks enamjaolt pereliikmed ja sõbrad (Dobbs & Hamilton, 2007, lk 305). TAUR OÜ töötajateks on abielupaar ise, kaastaud on olnud ka vanim tütar.

Elustiiliettevõtjatele on oluline sõltumatus ja tegevusvabadus. Nad ei ole huvitatud kaasama oma ettevõttesse väliseid investoreid, kelle läbi võidakse kaotada kontroll. Teooria kohaselt on see omane elustiiliettevõtjatele (Schwienbacher, 2007, lk 761–762). T. Raadik ja U. Raadik investeerivad ühte ettevõttesse, TAUR OÜsse ja selle kaudu toimuvad investeeringud teistesse ettevõtetesse ja ettevõtmistesse, et mitmekesistada sissetulekuallikaid ettevõttele ja vähendada sissetulekute kaotamise riski. Teooria kohaselt viitab see elustiiliettevõtlusele (Mascherini & Bisello, 2017, lk 17). Pakkudes teenuseid läbi oma ettevõtte, ei ole piisavalt aega tegelemaks iseenda ettevõtte arendamisega, mis kinnitab elustiiliettevõtluse teooriat (Papadaki & Chami, 2002, lk 12).

Kokkuvõtvalt võib ettevõtjate põhjal öelda, et T. Raadik ja U. Raadik on klassikalised elustiiliettevõtjad. Elustiiliettevõtjatena on nad kiirelt ehitanud endale elujõulise ja pigem kasvule suunatud ettevõtte. Teooria kohaselt on see pigem vähem tõenäoline, võrreldes kasvuettevõtjate või seeriaettevõtjatega (Schwienbacher, 2007, lk 755–756, 775). Elustiiliettevõtjaks olemise roll ei ole välistanud nende edukust ja kasumi teenimist majanduslikult, kuigi enne jõukuse saavutamist oli neile oluline leida rahulolu iseendaga. Teooria kohaselt kinnitab see elustiiliettevõtjateks olemist (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 18–19).

TAUR OÜ tegevuse eesmärgiks on ettevõtjate isiklikud ja psühholoogilised hüved, ettevõtte juhid on isiklikult kaasatud ettevõtte tegevusse ning mõjutavad ettevõtte tulemuslikkust otseselt. Teooria kohaselt viitab see elustiiliettevõtlusele (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 2–4). Elustiiliettevõtlus TAUR OÜs on protsess, mis on selgelt eristatud ettevõtjatest, aga sõltub neist. Innovatsioon luuakse just enda teenuse pakkumisse ja tegevusse iseendast sõltuvalt ja enda motivatsioonist. See on kooskõlas teooriaga, mis ütleb, et elustiiliettevõtte innovatsioon on protsess ettevõtja motivatsioonist midagi ära teha (Armstrong, Drnevich, 2009, lk 1). Teooria kohaselt on üheks oluliseks ettevõtte arenguteguriks ettevõtjate juhtimiskogemused ja -teadmised (Papadaki & Chami, 2002, lk 13). Mõlemad ettevõtjad on enne ettevõtlusega alustamist töötanud juhtivatel positsioonidel ning juhtimisalast oskusteavet on saanud ka nõustajatelt ja äripartneritelt.

Teoreetiliste allikatele tuginedes on elustiiliettevõtjad pigem väikeettevõtted, sh ka füüsilisest isikust ettevõtjad ja mikroettevõtted (Allardyce, 2015, lk 11). Teooria kohaselt

on elustiiliettevõtjad enamasti ettevõtlusvormilt mikroettevõtjad, kellel puudub lisapersonal ning oma äris ollakse omanik-juhi rollis (Masurel & Snellenberg, 2017, lk 3). Kuna ettevõtte suuruse määratlemisel kindel standard puudub, saab Euroopa mõistes ettevõtlusvormi järgi liigitada TAUR OÜ mikroettevõtteks. Lisaks on tegemist ettevõttega, kus puudub lisapersonal.

Vaatamata ettevõtte ebastabiilsele aruandeaasta kasumi/kahjumi trendile võib tulenevalt müügikäibe ja varade tõusust öelda, et ettevõtte on kasvufaasis. Selle kinnitamist takistab ebastabiilne ja suuresti varieeruv aruandeaasta kasum, mida stabiliseerib kokku jaotamata kasum aastate lõikes. Selle järgi võib öelda, et ettevõtte on kasvutrendis. Mõjuka teooria kohaselt on kasv ettevõtte loomulik osa ning ettevõtte kasvuetappideks on loomine, ellujäämine, kasv, laienemine ja küpsus (Churchill & Lewis, 1983). Vaadeldes teoreetilist ettevõtte elutsükli etapi tuvastamise maatriksit tasuvusnäitajate abil (vt tabel 3, lk 25) ja TAUR OÜ ettevõtte elutsükli tuvastamise maatriksit tasuvusnäitajate abil (vt tabel 6, lk 39), võib kinnitada, et 2018. ja 2019. aasta kasumlikkuse muutuse indeksiga on ettevõtte kiires kasvuetapis. Teooria kohaselt võib TAUR OÜ liigitada hetkel kasvuetapi ja majanduslike näitajate poolest kasvule orienteeritud ettevõtte hulka. Teorias on välja toodud, et ettevõtetes, kus töötab alla viie töötaja, on muret tekitav olukord ettevõtte kasvumises (Gomez, 2008, lk 5–6). TAUR OÜ näitel sellega nõustuda ei saa, kuigi väikeettevõttest kasvamine keskmise suurusega ettevõtteks on praegu ebatõenäoline, sest omanikel ei ole soovi lisapersonali palgata ja vastutust delegeerida väljapoole. Teooria kohaselt hinnatakse oluliseks omanike võimet palgata uusi töötajaid ja delegeerida vastutust. Peamine takistus kasvu saavutamisel ja laienemisel on teooria kohaselt omanike võimetus delegeerida vastutust. (Papadaki & Chami, 2002, lk 3, 7) Kinnitust ettevõtte orienteeritusest kasvule annab majanduslikult ettevõtte märkimisväärne suurenemine, sest teooria kohaselt on kasvuettevõtted, kes teatud aja jooksul suurenevad majanduslikult või töötajate arvu järgi märkimisväärselt (Terjesen *et al.*, 2015, lk 232).

Dividendide väljamaksmisega investeeritakse tulu iseendasse ja enda elukvaliteeti. Teoreetilistele allikatele toetudes võib seda pidada mitteettevõtlikuks suhtumiseks, mis vähendab laienemisvõimalusi, kuna ei tegeleta ettevõttesse reinvesteeringisega (Afenyadu *et al.*, 1999, lk 46–47). Selle teoreetilise väite pöörab ümber asjaolu, et TAUR OÜl on olemas investeerimisportfell ja ettevõttesse reinvesteeringisega tegeletakse. Kasum ei ole

väike ja lisaks dividendimaksetele on võimalik seda ka reinvesteerida. Ettevõtet finantseeritakse sisemise kasvu või laenude võtmise teel, seejuures hoidutakse uute osanike kaasamisest. Teooria järgi on selline finantseerimine omane elustiiliettevõttele (Schwienbacher, 2007, lk 755–756, 775).

TAUR OÜs ei seata eesmärki ettevõtte laiendamisele, tulu teenimisel suunatakse osa ettevõtjate isiklikeks hüvedeks. Makstakse dividende, et tõsta elukvaliteeti ja perele oleks tagatud hea sissetulek. Teooria kohaselt viitab see elustiiliettevõttele (Henderson, 2002, lk 49). Samas märkimisväärne osa TAUR OÜ tulust suunatakse investeringutesse, millega mitmekesistatakse riski, see on kasumi reinvesteerimine. Teooria kohaselt riski mitmekesistamine viitab elustiiliettevõttele (Gomez, 2008, lk 20), kasumi reinvesteerimine on rohkem omane kasvuettevõttele (Allardyce, 2015, lk 29). TAUR OÜ investeerib riski sisaldavatesse tehingutesse ning investeringud on märkimisväärselt suured, keskendutakse kasvuettevõtetele. Investeeringute valimisel on üks olulisemaid aspekte juhtkond nendes ettevõtetes, kuhu investeeritakse. Teooria järgi võib sellist käitumist omistada riskikapitalistidele (Gompers *et al.*, 2020, lk 170, 189–190). Riskikapitalisti roll ning kasumi reinvesteerimine, seejuures ka oma ettevõtte väärtuse maksimeerimisele keskendumine viitab kasvuettevõttele. Investeeringutega kasvuettevõtetesse tekib agentuurikonflikt juhtudel, kui ettevõtte tegelikud omanikud ja juhatus ei koosne samadest isikutest. Sel juhul ei pruugi juhatus omanike kasuks töötada. Teooria kohaselt võib agentuurikonflikt tekkida igas organisatsioonis, kus omanikud ja juhid ei ole samad isikud (Panda & Leepsa, 2017, lk 74–77). Positiivselt mõjutab aktsionäride ja osanike ning juhtkonna huvide ühtlustamine (Ebenzer, 2017, lk 41).

Elustiiliettevõtjate strateegiline käitumine sõltub elustiili motivatsioonist (Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 12). Kuigi ettevõttes ei tegeleta strateegilise planeerimisega otseselt, tulenevad strateegiad soovist areneda ja saavutada üha rohkem. Jätksuutlikkus ja areng tuleneb soovist veelgi parendada enda elukvaliteeti ja heaolu. TAUR OÜ arendab oma teenuseid ja suhestub kliendiga. Tegeletakse olemasolevate teenuste parendamisega, mitte uute lisandumisega. Teenuste arendamine on nende käibe suurenemise põhjuseks. Teooria kohaselt viitab see sellele, et tehakse seda, mida juba tehakse tõhusamalt ja paremini ehk strateegiaks on tegevuse jätkamine ning see on üks elustiiliettevõtjate tunnustest (Armstrong, Drnevich, 2009, lk 15–21).

Mõistmaks ettevõtte senist edu ja leidmaks uusi võimalusi arenemisel, tuleb analüüsi käigus tulenenud teadmised muuta järeldusteks just väikeettevõtete kasvuteooriatest lähtuvalt. Esimese, Jovanovici „mürarikka“ valiku teooria kohaselt jäävad ellu ja kasvavad mõjusad ettevõtted, erinevus tuleneb tootlikkusest, tõhususest ja mõju suuruselt (Jovanovic, 1982, lk 649). T. Raadik on kasvanud oma mõju paljudes teistes ettevõtetes, mis on olulised tema enda ettevõtte toimimiseks, seeläbi on tal olnud suurem võimalus kasvatada oma ettevõtte finantsnäitajaid.

Teise, Penrose'i ressursipõhise väikeettevõtte kasvuteooria kohaselt mõjutab ettevõtte kasvu ressursside ulatus (Penrose, 1959, lk 17). See teooria aitab selgitada TAUR OÜ senist kasvu ja arengut. Rahale on olnud ligipääs ja see on saavutatud varasema töö käigus saavutatud tutvuste ja omandatud pädevuste kaudu. Kasutatud on lisaks oma jaotamata kasumile väliseid rahastamisallikaid, mis pärinevad tuttavatelt ettevõtetelt. Teooria kohaselt kasutavad edukamad ettevõtted lisaks enda tulule ka võõrfinantseerimist (Papadaki & Chami, 2002, lk 19).

Kolmanda, Storey väikeettevõtte kasvuteooria järgi jaotatakse ettevõtte edu tegurid kolme kategooriasse – ettevõtja, ettevõtte ja ettevõtte strateegia. Kasvu arvestamisel tuleb teooriast lähtuvalt arvestada kõigi kolme teguri olemust. (Obeng *et al.*, 2014, lk 502) TAUR OÜ kasvu arvestamisel on võimalik mõista ettevõtjate rolle, nad on väga suunatud enda elukvaliteedi tõstmisesse, seega ka ettevõtte finantsnäitajate kasvatamisesse. Lisaks on võimalik mõista ettevõtte kontseptsiooni, milleks on varahaldusettevõtte ja mis suuresti tegeleb varade haldamisega ja investeringute tegemisega. Teenusepakkumise pool moodustab investeerimise poolest väga väikese osa. Viimasena saab mõista ettevõtte strateegilise planeerimise ja juhtimise olemust. Kuigi strateegilise juhtimise ja planeerimisega ei tegeleta, on ettevõtlik mõtteviis oluline osa võimaluste märkamisest ja leidmisest. Ettevõtlik mõtteviis on kujunenud T. Raadiku ettevõtlustasandi teadmistest ja oskustest ning tema varsemast kogemusest. Teooria kohaselt kujuneb ettevõtlik mõtteviis just nende mainitud tegurite koosmõjul (Obeng *et al.*, 2014, lk 502).

Teooria järgi määrab ettevõtte tulemuslikkuse, laienemise ja jätkusuutlikkuse saavutamise juhi strateegilised valikud (Papadaki & Chami, 2002, lk 17). TAUR OÜ ettevõtet ja sealset tegevust kontrollib omanik-juht teise juhi kaasabiga. Delegeerimise valmidus puudub. Ettevõtte ei tegele tehnoloogiliste uuendustega, aga tegeleb uuenduslike

tegevuste vastuvõtmisega. Uusi turge ja kasvupotentsiaali otsitakse vaid investeringute näol. Selle tulemusel ei ole tulemuslikkus, laienemise ja jätkusuutlikkuse saavutamine võimaldatud parimal võimalikul viisil.

Kokkuvõtvalt on TAUR OÜ elustiiliettevõtte, T. Raadik ja U. Raadik on elustiiliettevõtjad ja orienteeritud ollakse elustiiliettevõtlusele, kuigi majanduslikult võib ettevõtte liigitada ka kasvule orienteeritud ettevõtteks. Finantsiline kasv annab kinnitust, et tegemist ei ole klassikalise elustiiliettevõttega. Ettevõtte juhtkond on pädev ettevõtte juhtimises, nad on orienteeritud ettevõtlikkusele ja haldavad ressursse hästi. Teooria kohaselt on need ettevõtte kasvuvõimet määravad pädevused, lisaks toob teooria veel välja strateegilise planeerimise. Tulenevalt uuringust, selle analüüsist ja järeldustest toob autor elustiiliettevõtte TAUR OÜ juhtkonnale alljärgnevas tabelis 8 ettepanekud ettevõtte arenguvõime tõstmiseks, et suunata ettevõtte veel rohkem kasvule ja jätkusuutlikkusele.

**Tabel 8.** Ettepanekud TAUR OÜle

<b>Tunnus</b>	<b>Ettepanek</b>
Strateegiad	Keskenduda rohkem strateegilisele planeerimisele ja ettevõtlustegevuse teadlikumaks muutmisele
Personal	Kaasata lisapersonali, näiteks terapeudid, koolitajad
Investeeringud	Kaasata investeerimisalane nõustaja börsil noteeritud ettevõtete finantsinstrumentide soetamiseks
Ressursid	Keskenduda kasvu soodustavate ressursside hankimisele

Ettepanek ettevõttele on rohkem keskenduda strateegilisele planeerimisele ja ettevõtlustegevuse teadlikumaks muutmisele, seeläbi on võimalik suunata ettevõtte rohkem jätkusuutlikkusele. Tulenevalt elustiiliettevõtte omapärasest ning TAUR OÜ haldusettevõtte rollist ei pea töö autor mõistlikuks ettevõtet laiendada suureks omanikeriingi laiendamise teel. Ettevõtjate strateegia võib olla selle koha pealt jääda väikeseks. Küll aga lisapersonali kaasamise soovitus autori põhjendus on, et sellega ei pruugi veel täielikku kontrolli oma ettevõtte üle kaotada. Investeeringute tunnetuslikku aspekti on võimalik maandada, kaasates investeerimisnõustaja ning keskendudes rohkem kasvu soodustavate ressursside hankimisele. Investeerimisnõustaja kaasamine aitab ületada T. Raadiku katsumust õigete investeerimisobjektide leidmisel. Soovituste ja ettepanekute eesmärk ei ole suunata TAUR OÜ täielikult kasvuettevõtteks, vaid tulenevalt jätkusuutlikkuse definitsioonist (vt lk 5, lõik 2) suunata ettevõtte rohkem arenguvõimelisusele, elujõulisusele ja kasvule, seejuures ettevõtjatena jäädes

orienteerituks elustiiliettevõtlusele, aga ettevõtte majanduslikust kontekstist jätkata kasvuettevõttele omapäraste tunnustega.

## KOKKUVÕTE

Elustiiliettevõtted, eesotsas elustiiliettevõtjatega on kasvav nähtus. Elustiiliettevõtete laialdase leviku probleem seisneb selles, et nad ei ole piisavad riigi majanduskasvu arenguks, sest elustiiliettevõtjad seavad harva oma ettevõttele kasvulaseid eesmärke või puudub nende ettevõttes tegelik kasv, seda eriti juhul, kui ettevõttes ei ole lisapersonali. Ettevõtte kasvust rohkem väärtustatakse perekonda, kogukonda ja iseenda elukvaliteeti.

Lõputöö eesmärk on esitada ettepanekud TAUR Varahalduse OÜ juhtkonnale ettevõtte arenguvõime tõstmiseks, et suunata ettevõtte jätkusuutlikkusele. See on vajalik suunamiseks ettevõtlustegevuse teadlikumaks ja elujõulisemaks. Selle põhjal sõnastati järgmised uurimisküsimused: millised on TAUR Varahalduse OÜ arenguvõime kitsaskohad ning kuidas viia elustiili- ja tunnetuslik ettevõtlustegevus kasvule suunatuks ja jätkusuutlikuks.

Elustiiliettevõtja liigitus on kokkuleppeline ja rääkida saab ettevõtja orienteeritusest elustiilile. See orienteeritus võib olla erinev, sest elustiilile keskendunud ettevõtte võib areneda ja kasvada, olenemata seejuures kasvuettevõtja. Kasvu tingimise põhjuseks võib siinkohal olla ettevõtja eesmärk paremale elukvaliteedile.

Elustiiliettevõtete all mõistetakse väikeettevõtteid, sh füüsilisest isikust ettevõtjaid ja mikroettevõtteid. Elustiiliettevõtluse peamine tunnus on ettevõtja orienteeritus enda elustiilist lähtuvatele eesmärkidele, mitte niivõrd kasvule. Elustiiliettevõtja eesmärk on tagada iseendale parem elukvaliteet – heaolu, õnnelikkus, eluga rahulolu jne. Klassikaline kasvule orienteeritud ettevõtluse peamine eesmärk on aga tulu ja kasumi, ettevõtte väärtuse maksimeerimine ja omanike rikkuse suurendamine.

Elustiilile orienteeritud ettevõtluse jätkusuutlikkusele suunamiseks tuleb lähtuda väikeettevõtete kasvuteooriatest. Kirjandus, mis käsitleb ettevõtte kasvu, jaguneb üldiselt kahte koolkonda. Esimesse koolkonda kuuluvad need, kes järgivad organisatsiooni

elutsükli, teise koolkonda need, kes näevad ettevõtte kasvu strateegilise ettevõtluse tulemusena. Majanduskasv ettevõttes ei ole alati stabiilne, sest see tuleneb ettevõtte arengufaasidest ja organisatsiooni elutsüklist.

Lõputöö raames tehtud uuring keskendus TAUR Varahalduse osaühingule kui elustiiliettevõttele. Lõputöös vaadeldi lähemalt ettevõtte jätkusuutlikkust ja arengut, selleks keskenduti ettevõtte sisekeskkonnale. Andmete kogumine hõlmas poolstruktureeritud intervjuusid, veebiuuringut ettevõtjate isiklike konstruktsioonide konstrueerimiseks ja dokumendianalüüsina majandusaastaruannete analüüsi. Uuringu eesmärkide saavutamiseks analüüsiti protsesse ettevõtte sees, ettevõtjaid ja nende tegevuse eesmärgistatust kasvu osas.

Uuring näitas, et TAUR Varahalduse OÜ ei ole klassikaline elustiiliettevõtte, sest majanduslikult on ettevõttes kohati liiga suured kasvud. Tegemist on varahaldusettevõttega, kus töötavad abikaasad teenuste pakkujatena. Ettevõtjatel on väga suur roll ettevõtte arengus ning nad täiendavad teineteist. Elustiiliettevõtjatena on nad kiirelt ehitanud endale elujõulise ja kasvule suunatud ettevõtte. Ettevõtte kasv on tulnud isiklike hüvede saavutamise soovist ning soovitud elustiilile orienteeritusest. Ettevõtjaid motiveerib nende hea elukvaliteet rohkem kui ettevõtte kasvupotentsiaal. Eneseteostus- ja saavutusvajadus on praegu ettevõtte arendamise ambitsiooniks.

Seega võib järeldada, et peamised kitsaskohad ettevõtte arengus on seotud elustiiliettevõtluse omapäraga. Lõputöös esitatud ettepanekud võimaldaksid suunata ettevõtte rohkem kasvule ja jätkusuutlikkusele. Peamised ettepanekud ettevõtte arenguvõime tõstmiseks lähtuvalt uuringu tulemustest on:

- keskenduda rohkem strateegilisele planeerimisele ja ettevõtlustegevuse teadlikumaks muutmisele;
- kaasata lisapersonali;
- kaasata investeerimisnõustaja börsil noteeritud ettevõtete finantsinstrumentide soetamiseks;
- keskenduda kasvu soodustavate ressursside hankimisele.

Edasisteks uuringuteks teeb lõputöö autor ettepaneku kõrvutada elustiiliettevõtet ja -ettevõtjat kasvuettevõtte ja -ettevõtja või klassikalise elustiiliettevõtjaga. See tooks

veelgi rohkem esile elustiili- ja kasvuettevõtja erinevused. Lisaks TAUR OÜ näitel oleks võinud uurida ka sidusettevõtteid, et kinnitada nende kaudu vaadeldud ettevõtte jätkusuutlikkust, sest siinse uuringu piiratus seisneb sidusettevõtete kaasamata jätmises.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Afenyadu, D., King, K., McGrath, S., Oketch, H., Rogerson, C., & Visser, K. (1999). Learning to Compete: Education, Training & Enterprise in Ghana, Kenya & South Africa. *Education Research Paper* No. 42.  
<https://pdfs.semanticscholar.org/9c34/586c6ae70aaf8a552f50910877a64310bf4a.pdf>
- Allardyce, S. (2015). A continuum approach to lifestyle entrepreneurship. *Robert Gordon University, PhD thesis*. <https://rgu-repository.worktribe.com/output/248701/a-continuum-approach-to-lifestyle-entrepreneurship>
- Armstrong, C. E., Drnevich P. L. (2009). Small Business Strategies: Refining Strategic Management Theory for the Entrepreneurial and Small Business Contexts. Atlanta Competitive Advantage Conference Paper.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1348632](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1348632)
- Badulescu, A., & Badulescu, D. (2014). Is There Evidence Of A European Lifestyle Entrepreneur In Tourism?. *The Annals of the University of Oradea. Economic Science*, 229–242.
- Balachandran, V., Sakthivelan, M. S. (2013). Impact Of Information Technology On Entrepreneurship (e-Entrepreneurship). *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(2), 51–56.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2003). Small and Medium Enterprises, Growth, and Poverty: Cross-Country Evidence. *World Bank Policy Research Working Paper* 3178
- Brunso, K., Scholderer, J., Grunert, K. (2004). Closing the gap between values and behavior—a means–end theory of lifestyle. *Journal of Business Research*, 57, 665–670. DOI: 10.1016/S0148-2963(02)00310-7

- Carter, S. (2011). The Rewards of Entrepreneurship: Exploring the Incomes, Wealth, and Economic Well-Being of Entrepreneurial Households. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 39–55. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2010.00422.x
- Cheung, O. L. (2014). Are we seeing 'necessity' or 'opportunity' entrepreneurs at large?. *Research in Business and Economics Journal*, 9, 1–26.
- Churchill, C. N., & Lewis, V. L. (1983). “Growing Concerns: The Five Stages of Small Business Growth” *Harvard Business Review*, 3, 30–50.
- Development Impact & You. (n.d.). *I want to know the people I'm working with by visualising their key characteristics. Personas*. Practical tools to trigger & support social innovation. <https://diytoolkit.org/tools/personas/>
- Diener, E., & Suh, E. (1997). Measuring quality of life: Economic, social, and subjective indicators. *Social Indicators Research*, 40, 189–216. DOI: 10.1023/A:1006859511756
- Dobbs, M., Hamilton, R. T. (2007). Small business growth: recent evidence and new directions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(5), 296–322. DOI: 10.1108/13552550710780885
- Ebenezer, A. B. (2017). Board Monitoring Intensity and Firm Performance Nexus: The Moderating Effect of Agency Conflict. *Journal of Public Policy and Administration*, 1(1), 35–43. DOI: 10.11648/j.jpaa.20170101.14
- Eesti Pank. (2010). *Eesti krooni päevakursid EUR/EEK 1.1.2010-31.12.2010*. <https://statistika.eestipank.ee/#/et/p/VALUUTA>
- Eurofound. (2015). *Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies*, Publications Office of the European Union: Luxembourg. [https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef\\_publication/field\\_ef\\_document/ef1507en.pdf](https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1507en.pdf)
- Euroopa Komisjoni määrus. (2014). *Euroopa Liidu Teataja L 187/1; Euroopa Liidu Teataja* 17.06.2014, 651/2014 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014R0651&from=EN#d1e47-70-1>
- European Social Survey. (2004). *Euroopa Sotsiaaluuring 2004* (küsimustik). Tallinn: Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste Instituut.
- European Social Survey. (2006). *Euroopa Sotsiaaluuring 2006* (küsimustik). Tallinn: Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste Instituut.

- Getz, D., Petersen, T. (2005). Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality industry. *Hospitality Management*, 24, 219–242. DOI: 10.1016/j.ijhm.2004.06.007
- Gomez, G. M. (2008). Do micro-enterprises promote equity or growth?. *ISS Staff Group 3: Human Resources and Local Development*. hdl.handle.net/1765/32612
- Gomez-Velasco, M., & Saleilles, S. (2007) The local embeddedness of lifestyle entrepreneur: an exploratory study. *Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research, February 2007, Montpellier, France* (pp. 1–20). HAL: halshs-00519257
- Gompers, P. A., Gornall, W., Kaplan, S.N., Strebulaev I. A. (2020). How do venture capitalists make decisions? *Journal of Financial Economics*, 135(1), 169–190. DOI: 10.1016/j.jfineco.2019.06.011
- Haridus ja Teadusministeerium. (2019). *Eesti teadus- ja arendustegevuse, innovatsiooni ning ettevõtlike arengukava 2021–2035 koostamise ettepanek* (versioon 30.05.2019). <https://eelnoud.valitsus.ee/main#opiqR6If>
- Hessels, J., Van Gelderen, M., Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339. DOI: 10.1007/s11187-008-9134-x
- Henderson, J. (2002). Building the Rural Economy With High-Growth Entrepreneurs. *Federal Reserve Bank of Kansas City*, 87(Q III), 45–70
- Jovanovic, B. (1982). Selection and the evolution of industry. *Econometrica*, 50(3), 649–670.
- Koval, V., Prymush, Y., Popova, V. (2017). The influence of the enterprise life cycle on the efficiency of investment. *Baltic Journal of Economic Studies*, 3(5), 183–187. DOI: 10.30525/2256-0742/2017-3-5-183-187
- Koster, S., Markantoni, M., Strijker, D. (2010). Side activity entrepreneur: Lifestyle or economic oriented. *Agglomeration, Clusters and Entrepreneurship*, 132–156. DOI: 10.4337/9781783472635.00013
- Krasyuk, I., Kirillova, T., Bakharev, V., Lyamin B. (2019). Life cycle management in Network retail enterprise based on introduction of innovations. *IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng.*, 497. DOI: 10.1088/1757-899X/497/1/012125

- Kuura, A. Entrepreneurship in Transition Economies: Some Selected Issues. In International Scientific Conference “Development of Economy: Theory and Practice” Proceedings of the Conference, Kaunas, Lithuania, September 20 – October 2, 2004 (CD-ROM)
- Marchant, B., & Mottiar, Z. (2011). Understanding lifestyle entrepreneurs and digging beneath the issue of profits: Profiling surf tourism lifestyle entrepreneurs in Ireland. *Tourism Planning & Development*, 8(2), 171–183. DOI: 10.1080/21568316.2011.573917
- Marcketti, S. B., Niehm, L. S., Fuloria, R. (2006). An Exploratory Study of Lifestyle Entrepreneurship and Its Relationship to Life Quality. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34(3), 241–259. DOI: 10.1177/1077727X05283632
- Masurel, E., Snellenberg, R. (2017). Does the lifestyle entrepreneur exist? An analysis of lifestyle entrepreneurs compared with other entrepreneurs on the basis of the development of entrepreneurial competences. *School of Business and Economics*. [https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/40835458/2017\\_1\\_2.pdf](https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/40835458/2017_1_2.pdf)
- Mazzarol, T., Reboud, S., Soutar, G. N. (2007). Strategic planning in growth oriented small firms. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(4), 320–345. DOI: 10.1108/13552550910967912
- Morris, M., Lewis, P. (1995). The determinants of entrepreneurial activity: implications for marketing. *European Journal of Marketing*, 29(7), 31–48. DOI 10.1108/03090569510094991
- Morrison, A. (2006). A Contextualisation of Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 12(4), 192–209. DOI: 10.1108/13552550610679159
- Obeng, B. A., Robson, P., Haugh H. (2014). Strategic entrepreneurship and small firm growth in Ghana. *International Small Business Journal*, 32(5), 501–524. DOI: 10.1177/0266242612463946
- Panda, B., Leepsa, N. M. (2017). Agency theory: Review of Theory and Evidence on Problems and Perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, 10(1), 74–95. DOI: 10.1177/0974686217701467
- Papadaki, E., Chami, B. (2002). *Growth Determinants of Micro-Businesses in Canada*. Small Business Policy Branch Industry Canada.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.135.4005&rep=rep1&type=pdf>

- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Peters, M., Frehse, J., Buhalis, D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry. *PASOS*, 7(3), 393–405.  
<https://www.redalyc.org/pdf/881/88111636005.pdf>
- Pruitt, J., & Adlin, T. (2006). *The Persona Lifecycle – Keeping People in Mind Throughout Product design*. San Francisco: Elsevier Inc.
- Ratten, V. (2020). Cultural, lifestyle, and social entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. DOI: 10.1080/08276331.2020.1789933
- Reijonen, H. (2008). Understanding the small business owner: what they really aim at and how this relates to firm performance: A case study in North Karelia, Eastern Finland. *Management Research News*, 31(8), 616–629. DOI: 10.1108/01409170810892172
- Schwiebacher, A. (2007). A theoretical analysis of optimal financing strategies for different types of capital-constrained entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 22(6), 753–781. DOI: /10.1016/j.jbusvent.2006.07.003
- Skokic, V., Morrison, A. (2011). Conceptions of Tourism Lifestyle Entrepreneurship: Transition Economy Context. *Tourism Planning & Development*, 8(2), 157–169. DOI: 10.1080/21568316.2011.573915
- TAUR Varahalduse OÜ. (2002). Majandusaasta aruanne 31.12.2002
- TAUR Varahalduse OÜ. (2003). Majandusaasta aruanne 31.12.2003
- TAUR Varahalduse OÜ. (2004). Majandusaasta aruanne 31.12.2004
- TAUR Varahalduse OÜ. (2005). Majandusaasta aruanne 31.12.2005
- TAUR Varahalduse OÜ. (2006). Majandusaasta aruanne 31.12.2006
- TAUR Varahalduse OÜ. (2007). Majandusaasta aruanne 31.12.2007
- TAUR Varahalduse OÜ. (2008). Majandusaasta aruanne 31.12.2008
- TAUR Varahalduse OÜ. (2009). Majandusaasta aruanne 31.12.2009
- TAUR Varahalduse OÜ. (2010). Majandusaasta aruanne 31.12.2010
- TAUR Varahalduse OÜ. (2011). Majandusaasta aruanne 31.12.2011
- TAUR Varahalduse OÜ. (2012). Majandusaasta aruanne 31.12.2012

- TAUR Varahalduse OÜ. (2013). Majandusaasta aruanne 31.12.2013
- TAUR Varahalduse OÜ. (2014). Majandusaasta aruanne 31.12.2014
- TAUR Varahalduse OÜ. (2015). Majandusaasta aruanne 31.12.2015
- TAUR Varahalduse OÜ. (2016). Majandusaasta aruanne 31.12.2016
- TAUR Varahalduse OÜ. (2017). Majandusaasta aruanne 31.12.2017
- TAUR Varahalduse OÜ. (2018). Majandusaasta aruanne 31.12.2018
- TAUR Varahalduse OÜ. (2019). Majandusaasta aruanne 31.12.2019
- Terjesen, S., Bosma, N., Stam, E. (2015). Advancing public policy for high-growth, female, and social entrepreneurs. *Public Administration Review*, 76(2), 230–239. DOI: 10.1111/puar.12472.
- Vetik, R., Aarelaid, A., Ainsaar, M., Allaste, A., Hakman, T., Hansson, L., Helemäe, J., Kazjulja, M., Keller, M., Kivirähk, J., Kolga, V., Kõlves, K., Lagerspetz, M., Leino, M., Oja, A., Palo, E., Raig, I., Raik, K., Randla, T., Rikmann, E., ... Võõrmann, R. (2001). *Kas Eesti on sotsiaalselt jätkusuutlik? Eesti inimarengu aruanne* <http://lin2.tlu.ee/~teap/nhdr/2001/EIA2001Eesti.pdf>
- Williams, N., & Williams, C.C. (2014). Beyond necessity versus opportunity entrepreneurship: some lessons from English deprived urban neighbourhoods. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1), 23–40. DOI: 10.1007/s11365-011-0190-3

## Lisa 1. Individuaalintervjuu

Küsimus	Teoreetiline alus
1. Milline on Teie leibkonna põhiline sissetulekuallikas?	Euroopa Sotsiaaluuring 2004, lk 40; Gomez, 2008, lk 20; Mascherini & Bisello, 2017, lk 17
2. Kuidas hindate ja millised on järgnevad tunnused Teie kohta ettevõtlusega tegelemisel? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motiivid ettevõtlusega tegelemisel.</li> <li>• Milliseid enda iseloomujooni hindate kõrgelt ettevõtlusega tegelemisel?</li> <li>• Milline on Teie ettevõtlusalane kompetents?</li> <li>• Mille põhjal valisite enda ettevõtlusega tegelemise tegevusvaldkonna?</li> <li>• Milliseid ressursse vajate ettevõtlusega tegelemisel ja kust neid hangite?</li> <li>• Kuidas hindate ja milliseks peate enda ettevõtlusega tegelemisel innovaativsus?</li> </ul>	Balachandran & Sakthivelan, 2013, lk 52; Gomez-Velasco & Saleilles, 2007, lk 12–19; Marchant & Mottiar, 2011, lk 181; Masurel & Snellenberg, 2017, lk 8–11; Peters <i>et al.</i> , 2009, lk 397; Skokic & Morrison, 2011, lk 158
3. Kui palju inimesi allub Teile TAUR Varahalduse OÜ-s?	Allardyce, 2015, lk 11; Euroopa Sotsiaaluuring 2004, lk 60
4. Kas säästate täna või olete säästnud varem selleks, et vanemas eas mugavalt ära elada?	Afenyadu <i>et al.</i> , 1999, lk 18, 46–47; Euroopa Sotsiaaluuring 2006, lk 33; Gomez, 2008, lk 10, 20
5. Kui vastasite eelmisele küsimusele jah, siis milliseid sääste kasutate (pangahoiused, investeerimisväärtpaberid, investeeringud pensionisammastesse, kinnisvara jne).	
6. Kas Teie ettevõtte tegeleb investeeringutega, mil viisil?	
7. Palun vastake, mis motiividel alustasite ettevõtlusega 6-palliskaalal (1=ei käi minu kohta; 2=pisut käib minu kohta; 3=mõnevõrra käib minu kohta; 4=käib minu kohta; 5=käib väga minu kohta; 6=peamine põhjus) <ol style="list-style-type: none"> <li>Soov teenida rohkem raha.</li> <li>Soov uute väljakutsete järele.</li> <li>Soov olla iseenda ülemus.</li> <li>Soov ühendada töö ja eraelu.</li> <li>Töötuks jäämise vältimine.</li> <li>Soov teenida elatist hobist.</li> <li>Pere traditsioon ettevõtlusega tegelemisel.</li> <li>Soov ebarahuldavast tööst eemalduda.</li> <li>Soov jõuda rahvusvahelisele turule.</li> <li>See oli ainus võimalus enda alal edasi tegutseda.</li> <li>Uue toote või teenuse turule toomise avastamine.</li> <li>Võimaluse leidmine alltöövõtjana tegutsemisel.</li> </ol>	Allardyce, 2015, lk 41; Armstrong, Drnevich, 2009, lk 1; Badulescu & Badulescu, 2014, lk 234; Koster <i>et al.</i> , 2010, lk 3

## Lisa 1 järg

Küsimus	Teoreetiline alus
<p>8. Palun vastake, millised olid Teie peamised nõuandeallikad ettevõtlusega tegelemise alustamisel 6-palliskaalal (1=ei käi minu kohta; 2=pisut käib minu kohta; 3=mõnevõrra käib minu kohta; 4=käib minu kohta; 5=käib väga minu kohta; 6=peamine nõuandeallikas)</p> <p>a) Perekond ja sõbrad  b) Professionaalsed tutvused  c) Professionaalsed konsultandid  d) Ei vaja nõuandeid  e) Puudub võimalus ja juurdepääs asjakohastele nõuannetele  f) Samal tegevusalal spetsialiseerunud organisatsioonid  g) Koolitused  h) Finantsinstitutsioonid</p>	<p>Badulescu &amp; Badulescu, 2014, lk 237; Gomez-Velasco &amp; Saleilles, 2007, lk 17; Marcketti <i>et al</i>, 2006, lk 255–256; Penrose, 1959, lk 17</p>
<p>9. Palun vastake, millised on Teie peamised nõuandeallikad ettevõtlusega tegelemisel täna 6-palliskaalal (1=ei käi minu kohta; 2=pisut käib minu kohta; 3=mõnevõrra käib minu kohta; 4=käib minu kohta; 5=käib väga minu kohta; 6=peamine nõuandeallikas)</p> <p>a) Perekond ja sõbrad  b) Professionaalsed tutvused  c) Professionaalsed konsultandid  d) Ei vaja nõuandeid  e) Puudub võimalus ja juurdepääs asjakohastele nõuannetele  f) Samal tegevusalal spetsialiseerunud organisatsioonid  g) Koolitused  h) Finantsinstitutsioonid</p>	
<p>10. Palun vastake järgmistele küsimustele 7-palliskaalal (1=mitte kunagi; 2=vähem kui kord kuus; 3=kord kuus; 4=mitu korda kuus; 5=kord nädalas; 6=mitu korda nädalas; 7=iga päev)</p> <p>a) Kui sageli esineb Teie ja Teie abikaasa vahel lahkarvamusi tööle kuluvas ajas?  b) Kui sageli tuleb Teie abikaasa töös ette õhtust või öist töötamist?  c) Kui sageli tuleb Teie töös ette õhtust või öist töötamist?  d) Kui sageli tuleb Teie abikaasal töötada nädalavahetusel?  e) Kui sageli tuleb Teil töötada nädalavahetustel?  f) Kui tihti muretsete tööprobleemide pärast väljaspool tööaega?  g) Kui tihti olete peale tööd liiga väsinud selleks, et tunda rõõmu asjadest, mida tahaksite kodus teha?  h) Kui tihti leiate, et teie töö ei võimalda pühendada piisavalt aega oma elukaaslele ja perekonnale?</p>	<p>Euroopa Sotsiaaluuring 2004, lk 50, 61–62; Peters <i>et al.</i>, 2009, lk 399</p>

## Lisa 1 järg

Küsimus	Teoreetiline alus
<p>11. Palun vastake 5-palliskaalal, kui tähtis on Teie töö valikul järgnevad asjaolud (1=üldse ei ole tähtis; 2=ei ole tähtis; 3=ei ühte ega teist; 4=on tähtis; 5=on väga tähtis)</p> <p>a) Kindel töökoht  b) Suur sissetulek  c) Töö, kus on head väljavaated edutamiseks.  d) Töö, kus on võimalik kasutada oma initsiatiivi.  e) Töö, mis võimaldab töölaseid ja perekondlikke kohustusi kombineerida.</p>	<p>Armstrong, Drnevich, 2009, lk 1; Euroopa Sotsiaaluuring 2004, lk 66; Koster <i>et al.</i>, 2010, lk 3</p>
<p>12. Hinnake palun 6-palliskaalal, kui võrd Teie moodi on järgnevad kirjeldused (1=pole üldse minu moodi; 2=pole minu moodi; 3= pisut minu moodi; 4= mõnevõrra minu moodi; 5= minu moodi; 6= väga minu moodi)</p> <p>a) Teile on oluline tulla välja uudsete ideedega ja olla loov. Teile meeldib teha asju omal, ainulaadsel viisil.  b) Teie jaoks on oluline olla rikas. Te tahate, et teil oleks palju raha ja kalleid asju.  c) Te peate oluliseks, et kõiki inimesi maailmas koheldaks võrdselt. Teie arvates peaksid kõigil inimestel olema elus võrdsed võimalused.  d) Teie jaoks on oluline näidata teistele oma oskusi ja võimeid. Te soovite, et inimesed imetleksid seda, mida teete.  e) Teile on oluline elada turvalises ümbruses. Te väldite kõike mis teid ohustab.  f) Teile meeldivad üllatused ja otsite uusi tegevusi. Teie jaoks on oluline elu jooksul tegeleda paljude erinevate asjadega.  g) Te usute, et inimesed peaksid tegema seda, mida neil kästakse. Te arvate, et reeglitest tuleb kinni pidada ka siis, kui keegi neid ei jälgi.  h) Teie jaoks on oluline ära kuulata endast erinevate inimeste arvamusi. Isegi, kui te nende inimestega nõus ei ole, tahate te nendest siiski aru saada.  i) Teie jaoks on oluline olla tagasihoidlik ja vähenõudlik. Te püüate endale mitte tähelepanu tõmmata.  j) Teile on oluline mõnusalt aega veeta ja endale midagi erilist lubada.  k) Teie jaoks on oluline ise oma tegevuste üle otsustada. Teile meeldib olla vaba ja teistest mitte sõltuda.  l) Teie jaoks on väga oluline aidata inimesi enda ümber. Te tahate hoolt kanda nende heaolu eest.  m) Teile on tähtis olla edukas ja loodate, et inimesed tunnustavad teie saavutusi.  n) Te otsite seiklusi ja teile meeldib riskeerida. Te tahate elada põnevat elu.  o) Teile on oluline, et teised inimesed kuuletusid teile ja teeksid seda, mida te neile ütlete.</p>	<p>Euroopa Sotsiaaluuring 2004, lk 68–70 ja Euroopa Sotsiaaluuring 2006, lk 33</p>

## Lisa 1 järg

Küsimus	Teoreetiline alus
<p>p) Teie jaoks on oluline olla ustav oma sõpradele, te soovite pühenduda oma lähedastele inimestele.</p> <p>q) Teile on oluline teha asju, mis teile naudingut pakuvad.</p> <p>r) Teil on kõrge enesehinnang.</p> <p>s) Te üldiselt planeerite oma tulevikku nii palju, kui see on võimalik.</p> <p>t) Te muretsete, et teie sissetulek vanemas eas oleks piisav ja pingutate, et tagada teie heaolu ka hilisemas elus.</p>	
<p>13. Hinnake palun 5-palliskaalal, kui võrd olete nõus järgnevate väidetega (1=ei ole üldse nõus; 2=ei ole nõus; 3=ei ole nõus ega ole vastu; 4=olen nõus; 5=olen täiesti nõus)</p> <p>a) Te tunnete, et olete vaba otsustama selle üle, kuidas oma elu elate.</p> <p>b) Oma igapäevaelus on teil harva aega tegeleda asjadega, mida tõeliselt naudite.</p> <p>c) Oma igapäevaelus on teil vähe võimalusi näidata, kui võimekas te olete.</p> <p>d) Teile meeldib õppida uusi asju.</p> <p>e) Enamikel päevadel tunnete, et olete midagi saavutanud.</p> <p>f) Teile meeldib tulevikku ette planeerida ja selleks ettevalmistusi teha.</p> <p>g) Kui teie elus lähevad asjad viltu, läheb teil kaua aega, et naasta tavapärasesse olukorda.</p> <p>h) Olete füüsiliselt aktiivne.</p> <p>i) Te olete rahul oma praeguse materiaalse olukorraga.</p>	<p>Euroopa Sotsiaaluuring 2004, lk 68–70 ja Euroopa Sotsiaaluuring 2006, lk 36</p>

Märkus: Poolstruktureeritud intervjuu, vastavalt vajadusele saab esitada lisaküsimusi ja täpsustusi.

Allikas: autori koostatud

## Lisa 2. Poolstruktureeritud intervjuu arvuliste väärtuste hinnanguskaala

Arvuline väärtus	Tõlgendus				
	7.–9. küsimus	10. küsimus	11. küsimus	12. küsimus	13. küsimus
1	vastusevariant ei käi vastaja kohta	mitte kunagi	üldse ei ole tähtis	pole üldse minu moodi	ei ole üldse nõus
2	pisut käib vastaja kohta	vähem kui kord kuus	ei ole tähtis	pole minu moodi	ei ole nõus
3	mõnevõrra käib vastaja kohta	kord kuus	ei ühte ega teist	pisut minu moodi	ei ole nõus ega vastu
4	käib vastaja kohta	mitu korda kuus	on tähtis	mõnevõrra minu moodi	olen nõus
5	käib väga vastaja kohta	kord nädalas	on väga tähtis	minu moodi	olen täiesti nõus
6	peamine põhjus või nõuandallikas	korda nädalas		väga minu moodi	
7		iga päev			

Allikas: Autori koostatud lisa 1, lk 58–61 põhjal

### Lisa 3. Fookusgrupi intervjuu

Küsimus	Teoreetiline alus
1. Kirjeldage enda ettevõtet, sh tüüp, vanus, päritolu, omandiõigus, pereliikmete osalus, millega ettevõtte tegeleb.	Allardyce, 2015, lk 11; Getz & Petersen, 2005, lk 224; Gomez, 2008, lk 5–6
2. Milline on Teie roll ettevõttes (tegevused ja vastutusalad ettevõttes)?	Getz & Petersen, 2005, lk 226; Morris & Lewis, 1995, lk 32; Peters <i>et al.</i> , 2009, lk 399
3. Milline on teiste perekonnaliikmete kaasatus ettevõttesse?	Allardyce, 2015, lk 11; Dobbs & Hamilton, 2007, lk 305; Getz & Petersen, 2005, lk 224
4. Kes on Teie palgalisteks töötajateks?	
5. Milline on Teie haridus ja varasem töökogemus?	Getz & Petersen, 2005, lk 224; Obeng <i>et al.</i> , 2014, lk 502; Papadaki & Chami, 2002, lk 13
6. Kuidas ja miks Te selles ettevõttes alustasite?	Afenyadu <i>et al.</i> , 1999, lk 18;
7. Mis olid peamised põhjused, mis ajendasid Teid ettevõtlusega alustama?	Allardyce, 2015 lk 17, 172; Armstrong, Drnevich, 2009, lk 1;
8. Mis olid ja on Teie ettevõtlusega seotud eesmärgid?	Badulescu & Badulescu, 2014, lk 232; Carter, 2011, lk 39; Cheung, 2014, lk 9; Gomez, 2008, lk 2, 10; Hessels <i>et al.</i> , 2008, lk 326; Morrison, 2006, lk 194; Peters <i>et al.</i> , 2009, lk 395-399; Williams & Williams, 2011, lk 36–37;
9. Millised aspektid ettevõtlusega tegelemisel pakuvad Teile suurimat rahulolu?	Allardyce, 2015 lk 172; Armstrong & Drnevich, 2009, lk 1; Getz & Petersen, 2005, lk 224; Obeng <i>et al.</i> , 2014, lk 502
10. Millised aspektid ettevõtlusega tegelemisel on Teie jaoks keerulisemad?	
11. Millised tegureid peate kriitiliseks äri edukal toimimisel?	
12. Millised on ja kuidas hindate ettevõtte sees eksisteerivaid katsumusi?	
13. Kuidas hindate oma ettevõtte edukust?	Reijonen, 2008, lk 617–618
14. Kes on Teie peamised kliendid?	Allardyce, 2015 lk 172; Armstrong, Drnevich, 2009, lk 15–21; Mazzarol <i>et al.</i> , 2007, lk 332–335
15. Mis on Teie teenusepakkumise põhielemendid?	
16. Milliseid meetmeid kasutate klientide vajaduste mõistmiseks ja kuidas määratlete klientide rahulolu?	
17. Kas Te olete seotud mõne teie ettevõtte toimimiseks vajaliku teise ettevõttega ja palun kirjeldage oma kogemusi nende ettevõtetega?	Afenyadu <i>et al.</i> , 1999, lk 18; Allardyce, 2015 lk 172
18. Kas ja milliste ettevõtetega Te veel seotud olete?	
19. Kuidas hindate ettevõtte juhtimiseks vajalike inimeste kvaliteeti ja mitmekesisust ettevõtte kasvuvõimalustest lähtuvalt?	Churchill & Lewis, 1983; Obeng <i>et al.</i> , 2014, lk 502; Penrose, 1959, lk 17
20. Kas tänasel päeval on olemas süsteemid, mis võimaldaksid suurema ja mitmekesisema ettevõtte vajadusi rahuldada?	Churchill & Lewis, 1983; Mazzarol <i>et al.</i> , 2007, lk 322; Penrose, 1959, lk 17
21. Kas Teil on võime ja valmidus delegeerida otsuste tegemine teistele?	Churchill & Lewis, 1983; Papadaki & Chami, 2002, lk 3, 7

### Lisa 3 järg

Küsimus	Teoreetiline alus
22. Kas Teil on piisavalt raha ja laenuvõimekust ning võimet riskida kõige olemasolevaga ettevõtte kiire kasvu nimel?	Churchill & Lewis, 1983; Peters <i>et al.</i> , 2009, lk 399
23. Kas ja kuidas tegeletakse ettevõttes strateegilise planeerimisega?	Obeng <i>et al.</i> , 2014, lk 502; Papadaki & Chami, 2002, lk 17
24. Kas ettevõttel on: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ametlikult kirja pandud äriplaan?</li> <li>• põhjalike uuringute tulemusel välja töötatud turundusplaan?</li> <li>• kehtestatud info— ja juhtimissüsteemid?</li> <li>• standardiseeritud ja väga hästi välja töötatud operatsioonisüsteemid?</li> </ul>	Churchill & Lewis, 1983; Mazzarol <i>et al.</i> , 2007, lk 320–321; Obeng <i>et al.</i> , 2014, lk 502
25. Kuivõrd tegeletakse promotsiooni ja brändi identifitseerimisega?	
26. Millised on põhjused, miks ettevõtte omanikering ei võiks laieneda kaugemale perekonnast?	Afenyadu <i>et al.</i> , 1999, lk 18; Balachandran & Sakthivelan, 2013, lk 52; Getz & Petersen, 2005, lk 224; Gomez, 2008, lk 4, 10; Marcketti <i>et al.</i> , 2006, lk 246, 255–256

Märkus: Poolstruktureeritud intervjuu, vastavalt vajadusele saab esitada lisaküsimusi ja täpsustusi.

Allikas: autori koostatud

#### Lisa 4. Persoonaprofiil – Taavi Raadik



„Kes palju teeb, see palju jõuab“

Nimi	Taavi Raadik
Vanus	50
Haridus	Kõrgharidus 1986 – 1990 Kaarepere Sovhoostehnikum, metsandus 1990 – 1996 Eesti Põllumajandus Ülikool, metsandus/ magister 2001 – lõpetamata Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž, ärijuhtimine
Elukoht	Pärnumaa
Varasem töökogemus	1990 – 1991 Rapla Metsamajand, Kuusiku Metskond, Palamulla vahtkonna metsavaht 1991 – 1993 Kuusiku Metskond metsnik 1993 – 1996 Laiksaare Metskond abimetsaülem 1996 – 1999 Maa ja Talu (hilisem Vestman Kinnisvara) Pärnu regiooni juhataja 1999 – 2000 Vestman Kinnisvara AS juhatuse liige 2000 – 2003 Metsamaahalduse AS juhatuse liige 2000 – 2011 Vestman Varahaldus AS juhatuse liige 2002 – 2006 Vestman Energia AS nõukogu liige 2003 – 2014 Metsamaahalduse AS nõukogu liige 2004 – 2005 Põlluvara AS juhatuse liige 2004 – 2005 Vestman Kinnisvaraarendus AS juhatuse liige 2005 – 2011 Prokom OÜ juhatuse liige 2005 – 2011 Piibeleht Arendus OÜ nõukogu liige 2006 – 2011 Suurpea Varahalduse OÜ juhatuse liige 2006 – 2012 Calitar Consult OÜ juhatuse liige 2006 – 2012 Conmar Consulting OÜ juhatuse liige 2007 – 2010 Lahemaa SPA Halduse OÜ juhatuse liige 2007 – 2012 Tulundusühistu Mahyd-Leti juhatuse liige 2007 – 2013 Vestman Tööstuspargid OÜ juhatuse liige 2008 – 2009 Vestman Kinnisvara juhatuse liige 2010 – 2013 Vestman Maavarad OÜ juhatuse liige 2013 – 2016 Vestman Bioenergy AS nõukogu liige 2015 – 2015 RK Rebroc OÜ juhatuse liige

## Lisa 4 järg

Praegune töökogemus	2002 – ... TAUR Varahalduse OÜ juhatuse liige 2010 – ... Pihuvere Kruus OÜ juhatuse liige 2012 – ... Ühinenud Metsaomanikud MTÜ juhatuse liige 2013 – ... Eesti Puidumüügikeskus TÜH juhatuse liige 2013 – ... Kasekeskus OÜ juhatuse liige 2014 – ... Metsamaahalduse AS juhatuse liige 2016 – ... Vestman Forest Fund AS juhatuse liige 2016 – ... Erametsaühing Eesti Metsaomanikud MTÜ juhatuse liige 2016 – ... Vestman Mets AS juhatuse liige 2017 – ... Forek OÜ juhatuse liige 2018 – ... Haapsalu linn Kooli tn 1 KÜ juhatuse liige 2018 – ... LandCredit AS nõukogu liige 2020 – ... HTK Company OÜ juhatuse liige 2020 – ... Imepilt AS nõukogu esimees
Esmased motivaatorid	Vajaduspõhine alustamine, motiveeritud äripartneritest ja uutest väljakutsetest, sõltumatus
Orientatsioon	Finantsilisele kasvule orienteeritud
Tegevusvaldkond (roll ettevõttes)	Metsanduse ja konsultatsioonide pool, investeringud, finants, ettevõtte analüüsid, juhtimine, jätkusuutlikkus
Olulised tunnused	Hindab täna motivaatorina iseenda aja planeerimist ja ülemuseks olemist. Hindab väga head elu ja hüvesid. Rahul enda elu ja materiaalse olukorraga.
Vähemolulised tunnused	Hindab oluliselt perekonda, inimsuhteid. Hindab kõrgelt suurt sissetulekut ja oma initsiatiivi kasutamist tööl. Peab väga oluliseks tegeleda asjadega, mis talle naudingut pakuvad, inimeste kuulamist. On rahul enda praeguse materiaalse olukorraga ja tunneb, et on vaba otsustama selle üle, kuidas oma elu elab. Julgeb riskida ka ebakindlates olukordades, analüütiline, võimaluste leidja, väärtustab väga head elu, sõltumatus vajadus, abivalmis.

Märkus: Vastavalt vajadusele saab tabelisse ridu juurde luua.

Allikad: autori koostatud Development Impact & You, s.a. ja Pruitt & Adlin, 2006, lk 34–36 põhjal

## Lisa 5. Persoonaprofiil – Urme Raadik



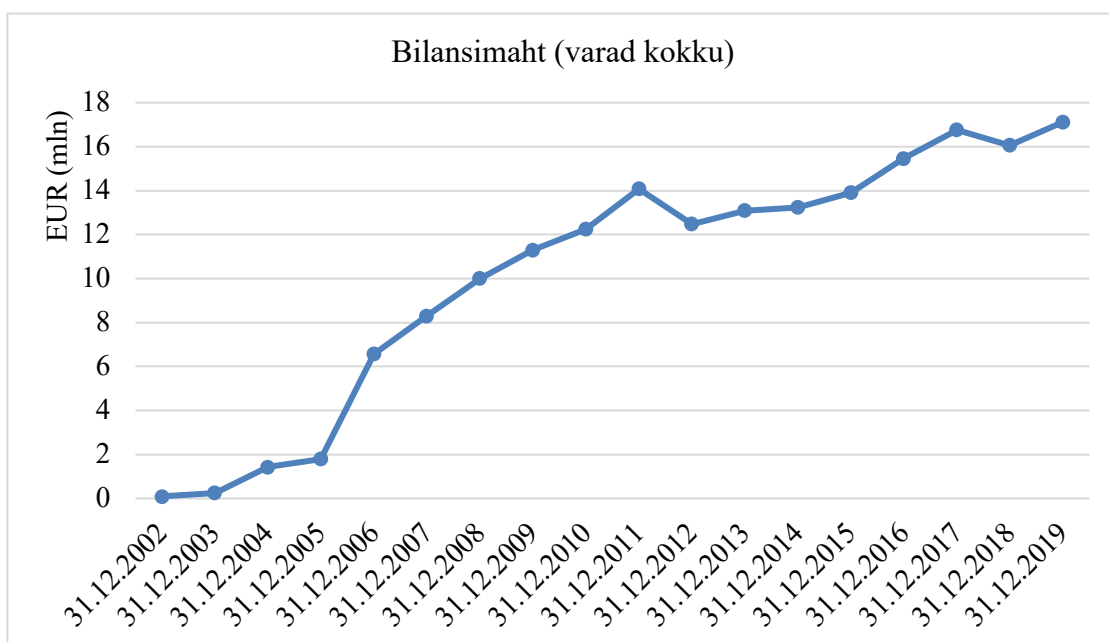
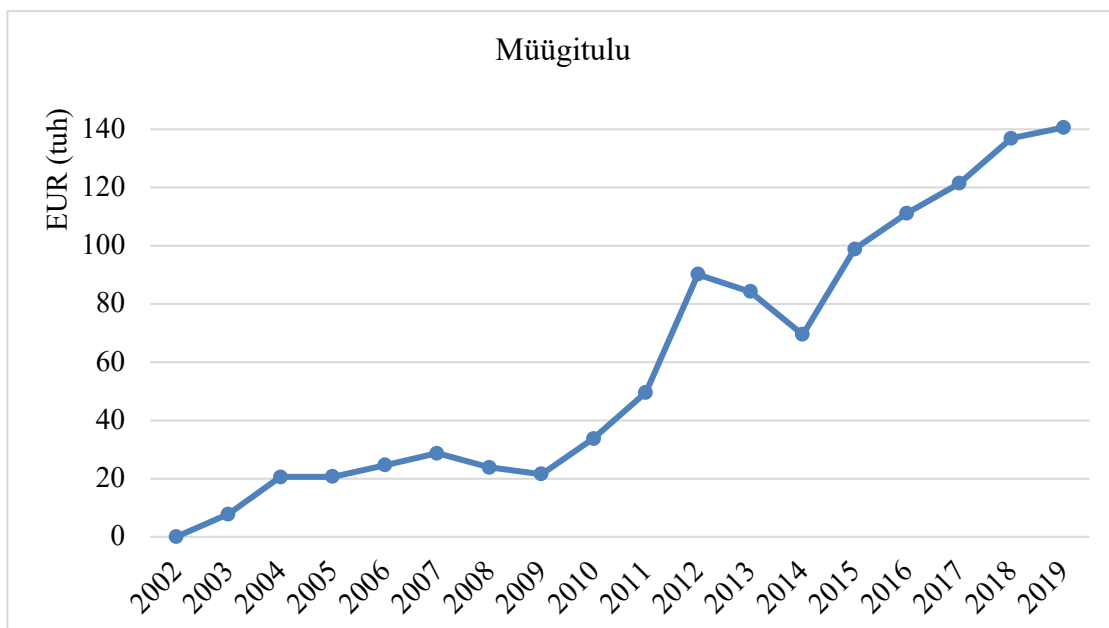
„Usun alati headusesse ja püüan seda eneses kanda“

Nimi	Urme Raadik
Vanus	49
Haridus	Kõrgharidus 1988 – 1992 Luua Metsatehnikum, metsamajanduse eriala 1988 – lõpetamata Tartu Ülikool, õigusteaduskond 2001 – 2006 Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž, ärijuhtimine 2010 – 2014 Transpersonaalse Psühholoogia ja Hüpnoteeraapia Erakool Teadlik Mina, psühholoogia/hüpnoteeraapia 2012 – 2014 Imago Relationship International Imago väljaõpe
Elukoht	Pärnumaa
Varasem töökogemus	1997 – 1999 Maa & Talu (hilisem Vestman Kinnisvara) maakler 1999 – 2007 Vestman Kinnisvara Lääne regiooni juhataja 2000 – 2001 Vestman Kinnisvara juhatuse liige 2007 – 2009 Vestman Teenused vahendusteenuse juht 2010 – 2011 TAUR Varahalduse OÜ projektijuht 2011 – ... TAUR Varahalduse OÜ juhatuse liige
Esmased motivaatorid	Vajaduspõhine alustamine, motiveeritud abikaasast ja uutest väljakutsetest, enda elumissiooni elluviimine
Orientatsioon	Stabiilsusele orienteeritud
Tegevusvaldkond	Teraapiate ja nõustamiste pool, kinnisvara, ettevõtte juhtimine ja jätkusuutlikkus
Olulised tunnused	Hindab täna motivaatorina iseenda aja planeerimist. Tegeleb persoonibrändi kujundamisega, peab blogi.
Vähemolulised tunnused	Hindab oluliselt perekonda, inimsuhteid. Õpib elama oma elu ilma hinnanguid andmata ja uskudes, et kõik inimesed on oma olemuselt head. Valib eristada inimesi ning nende tegusid. Õpib iga päev, minut ja sekund uudishimuga kõike seda, mis tema teele on õppetunniks saadetud. Talle meeldib uskuda, et igal keerulisel ja raskel õppetunnil elus on oma „kuld“. Riskikartlik, peab oluliseks turvalisust, aus, kohusetundlik, sõltumatuse vajadus, abivalmis, kõrge enesehinnanguga, planeerib enda tulevikku.

Märkus: Vastavalt vajadusele saab tabelisse ridu juurde luua.

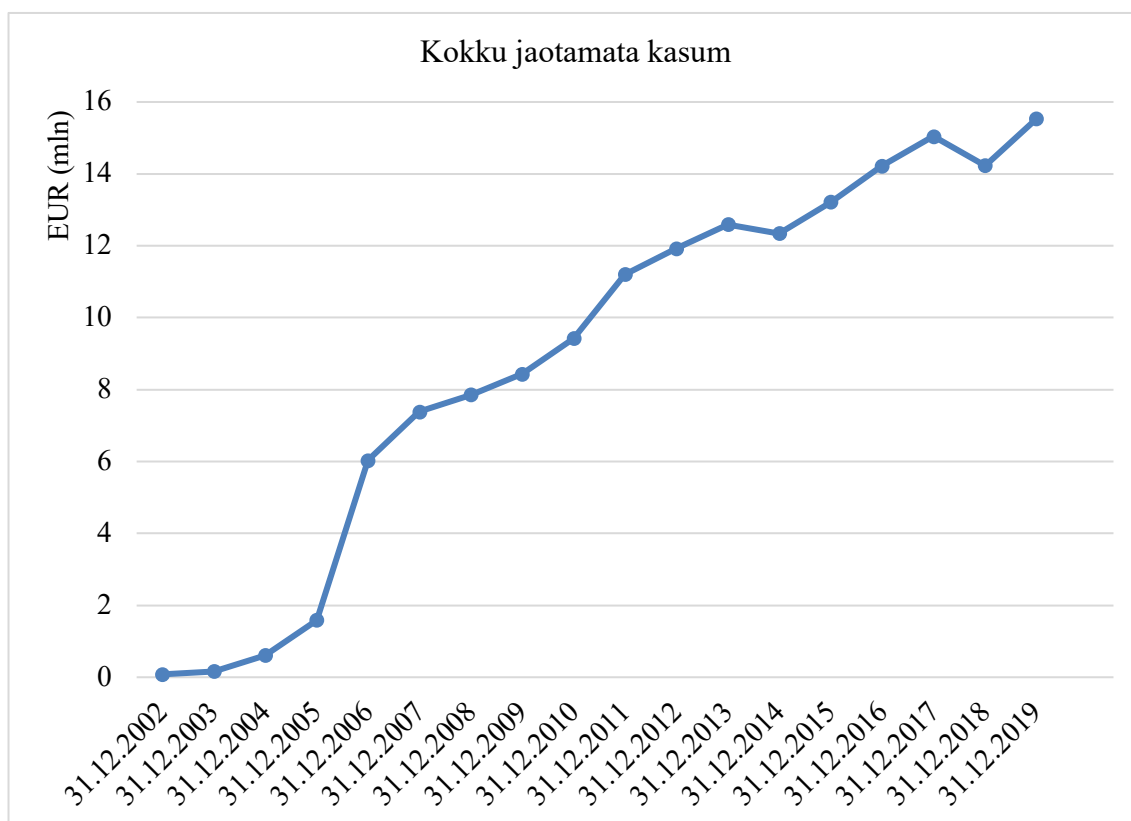
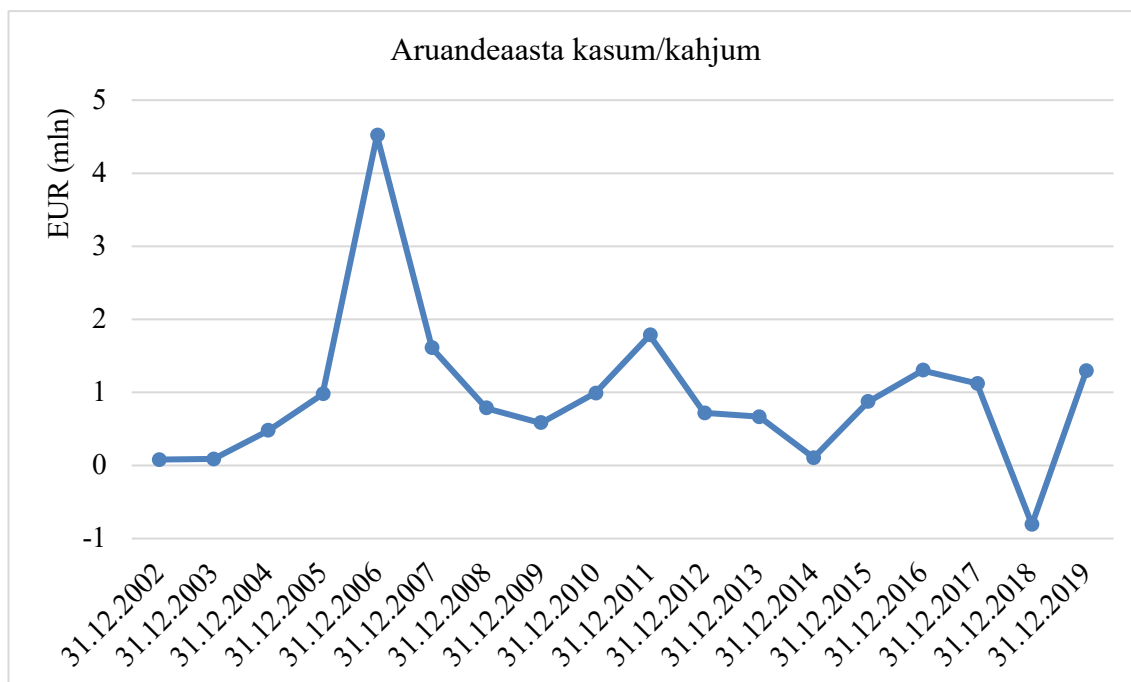
Allikad: autori koostatud Development Impact & You, s.a. ja Pruitt & Adlin, 2006, lk 34–36 põhjal

## Lisa 6. TAUR OÜ müügitulu ja bilansimaht



Allikas: autori koostatud TAUR Varahalduse osäühing 2002.–2019. majandusaasta aruannete põhjal

## Lisa 7. TAUR OÜ aruandeaasta kasum ja jaotamata kasum kokku



Allikas: autori koostatud TAUR Varahalduse osaühing 2002.–2019. majandusaasta aruannete põhjal

**Lisa 8. TAUR OÜ osalus aastate lõikes sidusettevõtetes**

<b>Sidusettevõte</b>	<b>Osalusmäär (%) aastas</b>							
	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Metsamaahalduse AS			20%	20%	20%	20%	20%	20%
Prokom OÜ					20%	20%	20%	20%
Põlluvara AS	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Vestman Energia AS					13%	13%	13%	13%
Vestman Kinnisvara AS			20%	20%	20%			
Vestman Latvia SIA		45%	45%	45%	45%	50%	50%	50%
Vestman Maavarad OÜ							20%	20%
Vestman Varahalduse AS			20%	20%	20%	20%	20%	20%

<b>Sidusettevõte</b>	<b>Osalusmäär (%) aastas</b>							
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
KDPU SIA		20%						
Metsamaahalduse AS	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Prokom OÜ	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Thorgate Ventures I OÜ						20%	20%	20%
Vestman Forest Fund AS					20%	20%		
Vestman Latvia SIA	45%	45%	32%	32%	32%	32%	32%	32%
Vestman Mets AS					20%	20%	20%	20%
Vestman Varahalduse AS	20%							

Allikas: autori koostatud TAUR Varahalduse osäühing 2002.–2019. majandusaasta aruannete põhjal

# SUMMARY

## SUSTAINABILITY AND DEVELOPMENT IN THE LIFESTYLE COMPANY TAUR VARAHALDUSE OÜ

Kaisa Raadik

Lifestyle businesses led by lifestyle entrepreneurs are a growing phenomenon. The problem with the wide spread of lifestyle businesses is that they are not sufficient for a country's economic growth, because lifestyle entrepreneurs rarely set growth targets for their business or lack a real growth potential, especially if there is no additional staff. The family, the community and the quality of life of the entrepreneur are valued more than the growth of the enterprise.

The purpose of this final thesis is to submit proposals to the management of TAUR Varahalduse OÜ for enhancing the company's development potential to steer the company toward sustainability. This is necessary for the company to make its business activities more conscious and viable. Based on the above, the following research questions were formulated: what are the bottlenecks in the development potential of TAUR Varahalduse OÜ and how to make its business activities, which are centred on lifestyle and cognition, more growth-oriented and sustainable?

The classification of a lifestyle entrepreneur is consensual and originates from the entrepreneur's focus on their lifestyle. However, the focus may vary between enterprises because a lifestyle-oriented company may undergo development and growth, but it may not be considered a growth company. The motive for growth may, for instance, be the entrepreneur's goal for a better quality of life.

Lifestyle businesses are considered small businesses, including self-employed and micro-enterprises. The main feature of lifestyle entrepreneurship in theoretical approach is the

entrepreneur's focus on their own lifestyle goals rather than growth. The aim of a lifestyle entrepreneur is to ensure a better quality of life for themselves – their own well-being, happiness, satisfaction with life, etc. In contrast, the main objective of a classic growth-oriented company is to maximise its income and profit, raise the value of the company and increase the wealth of its owners.

Leading a lifestyle-oriented business toward sustainability must be supported by small business growth theories. Literature on business growth is generally divided into two schools. The first school includes those who follow the lifecycle of an organization, whereas the second school sees company growth as a result of strategic operation. The economic growth of a company is not always stable because it depends on the development phases and lifecycle of the company.

The survey conducted within the framework of the final thesis focused on the private limited company TAUR Varahalduse OÜ as a lifestyle business. The thesis explored the sustainability and development of TAUR Varahalduse OÜ and focused on the company's internal environment. The collection of data included semi-structured interviews, a web survey for constructing entrepreneur personas and an analysis of annual reports as document analysis. To achieve the objectives of the survey, processes within the enterprise, the entrepreneurs and the targeted growth activities were analysed.

The survey showed that TAUR Varahalduse OÜ is not a classic lifestyle company, because economically it has in certain periods experienced considerable growth. It is an asset management company where spouses work as service providers. They play a very important role in the development of the company and they complement each other. As lifestyle entrepreneurs, they have quickly built a viable and growth-oriented company. The growth has come not from setting it as a separate goal, but from the desire to achieve personal benefits and to focus on their desired lifestyle. The owners are motivated more by their good quality of life than by their company's growth potential. The need for self-fulfilment and achievement are currently their ambition for developing the company.

It can therefore be concluded that the main bottlenecks in the development of the company are linked to the peculiarity of lifestyle entrepreneurship. The proposals put forward in the final thesis would make it possible to focus the company more on growth

and sustainability. The main proposals for enhancing the company's development potential based on the results of the survey are the following:

- focus more on strategic planning and conscious business activities,
- hire additional staff,
- include an investment advisor for acquiring financial instruments of listed companies,
- concentrate on obtaining growth-enhancing resources.

For further studies, the author of the final thesis proposes to include a growth company and entrepreneur or a classic lifestyle company alongside a lifestyle company and entrepreneur. This would highlight differences between lifestyle and growth entrepreneurs. In addition to the example of TAUR Varahalduse OÜ, its affiliates might have been examined to confirm via them the sustainability of TAUR Varahalduse OÜ, as the limitation of this survey is not including the affiliates.

Lihthitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Kaisa Raadik,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihthitsentsi) minu loodud teose

JÄTKUSUUTLIKKUS JA ARENG ELUSTIILIIETTEVÖTTES TAUR  
VARAHALDUSE OSAÜHING,

mille juhendaja on Ilona Kandelin,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihthitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Kaisa Raadik*

*19.05.2021*