

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ühiskonnateaduste instituut

Bakalaureusetöö sotsioloogias

**Ressursid ja võimaluste struktuur, mis mõjutavad Eesti venelaste
ettevõtjaks kujunemist
Kolme ettevõtja võrdlus**

Paula Koppel

Juhendaja: Märt Masso, MA

Tartu 2014

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

Paula Koppel, 02.06.2014

Abstract

Resources and opportunity structures that influence Estonia's Russians in developing entrepreneurs. The comparison of three entrepreneurs.

The number of entrepreneurs has been the highest of all times during last one hundred years. Probably therefore entrepreneurs and enterprises have become a very popular subject of research for many disciplines.

This paper concentrates on ethnic entrepreneurship in Estonia – what are the characteristics of our enterprises led by the Russian minority and what are the main resources and opportunity structures that influence Russians in becoming entrepreneurs. The answer is sought through three interviews with people who are born during the 1980s. To analyse whether these examples confirm or disprove earlier studies all three enterprises were analysed through the attributes that earlier researches have said to be characteristic to ethnic enterprises. The strategies of entrepreneurship were analysed through Volery's model.

These interviews confirmed that Estonian enterprises led by Russians tend to be small or medium sized and that other shareholders and workers are usually from the same nationality. They disproved clearly that Russian entrepreneurs have low education. All the interviewees brought out that the main motivation to start their own enterprise was either the ambition to earn more money than wagework could offer or the wish to be the master of their own time. No one reported of preferring wagework or that entrepreneurship was the second option. Everybody had had a wagework for some years but it did not satisfy them.

This work opens some possible resources and opportunity structures that influence Estonia's Russians in becoming entrepreneurs. Further on should be investigated enterprises that concentrate on Estonian market and that have had more failures. Would be very important to interview people who have started enterprises, have bankrupt and have not started again – these examples could give deeper insight of the barriers and what makes hard to overcome them.

Sisukord

Sissejuhatus	5
Kirjanduse ülevaade ning varasemad uuringud	6
Metoodika	13
Analüüs.....	16
Arutelu.....	22
Kokkuvõte.....	29
Kasutatud kirjandus.....	30
LISA 1	31

Sissejuhatus

Ettevõtlus on ühiskonnas mitmes plaanis väga oluline. Esiteks varustab see inimesi vajalike kaupade ja teenustega ning aitab kaasa majanduse ja tootlikkuse kasvule. Eriti oluline on viimase juures eksport, mis toob välisraha tootja maale sisse. Teisalt eeldab ettevõtlus liidriomadustega ettevõtlike inimeste olemasolu, kes on teistele eeskujuks ja inspiratsiooniks ning viivad seeläbi ühiskonda edasi.

Gartner ja Shane (1995, Thornton 1999 järgi) on leidnud, et ettevõtjate osakaal on nii USAs kui ka Euroopas viimase saja aasta jooksul praegu kõige kõrgem. Statistikaameti andmetel (2014) on ka Eestis osaühingute ja muude ettevõtlusvormide absoluutarv järjest kasvanud. Ilmselt sellest tulenevalt paeluvad nii ettevõtlus kui ka ettevõtlikkus üha enamate distsipliinide uurijaid. Alates 19. sajandi keskpaigast on ühe kitsama valdkonnana tõusnud etniline ettevõtlus uuritavaks teemaks. Eestis on venekeelse elanikkonna ettevõtlusest meedias küll räägitud, kuid süstemaatiliselt pole seda veel uuritud.

Ennast venelasena defineerivad inimesed moodustavad Eesti rahvastikust umbes veerandi (REL 2011). Tihti meedias esile toodavaks erisuseks eestlaste ja venelaste vahel on kaks korda suurem tööpuudus viimaste hulgas (Statistikaamet 2014). Nii Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus kui ka Töötukassa võimaldavad taotleda toetust ettevõtte loomiseks või arendamiseks, kuna ettevõtluse teel endale töökoha loomist nähakse kõige jätkusuutlikuma lahendusena tööpuuduse kõrvaldamisel.

Minu uurimustöö eesmärk on teada saada, millised ressursid ja võimaluste struktuurid mõjutavad Eesti venelaste ettevõtjaks kujunemist ning millised strateegiad nad on valinud oma ettevõtte edukaks juhtimiseks.

Uurimistöö sisaldab kirjanduse ja varasemate uuringute ülevaadet, mille põhjal on kokku pandud intervjuude küsimused. Empiiriline materjal on kogutud kolme intervjuuga praegustelt Eesti vene ettevõtjatelt. Nende alusel on koostatud analüüs ja arutelu ning lõpuks esitatud ettepanekud, mida saadud tulemustega peale hakata ning mida võiks edasi uurida.

Kirjanduse ülevaade ning varasemad uuringud

Ettevõtlus ja –võtlikkus on teemad, mida esialgselt seostatakse pigem majandusteadusega, kuid tegelikult puudutab see teema väga paljusid erialasid. On kuus lähenemisviisi ettevõtluse funktsioonide ja seda mõjutavate tegurite lahti mõtestamiseks. Need kätkevad endas mitmete erinevate distsipliinide elemente ja teooriaid: majanduslik, psühholoogiline, sotsioloogiline, antropoloogiline, võimaluspõhine ning ressursipõhine ettevõtluse teooria (Simpeh 2011).

Ettevõtlus oma klassikalise definitsiooni kohaselt, mille formuleeris majandusteadlane ja politoloog Joseph Schumpeter, on olemasolevate ressursside kombineerimine uuel viisil, et luua uut väärtust, seejuures riskides pidevalt ning läbi selle pidevalt õppides (Aldrich ja Waldinger 1990). Varasemalt käsitleti ettevõtlust pigem osana ühiskondlikust struktuurist ning ettevõtja rollile ettevõtte ja –võtluse arendamisel ei pööratud kuigi palju tähelepanu. Schumpeter oli üks esimesi, kes 20. sajandi alguses oma majandusarengu teooriasse ettevõtja rolli sisse tõi (Swedberg 2000).

Ettevõtjate osakaal ühiskonnas on viimase saja aasta jooksul praegu kõige kõrgem (Gartner ja Shane 1995, Thornton 1999 järgi). Reynolds ja White (1997, Thornton 1999 järgi) on leidnud, et USAs proovib 4% kõigist täiskasvanutest mingil ajahetkel oma ettevõtet luua. Seega võib öelda, et ettevõtlus kui eneseteostuse vahend ja sissetuleku teenimise viis on laiemalt levinud kui kunagi varem.

Esimeses lõigus mainitud kuuest lähenemisest üks, sotsioloogiline, keskendub ettevõtluse analüüsimisel sotsiaalsele kontekstile (Landstrom 1998, Simpeh 2011 järgi). Reynolds (1991, Simpeh 2011 järgi) on sõnastanud neli sotsiaalset faktorit, mis mõjutavad ettevõtlusega tegelemist. Nendeks on sotsiaalne võrgustik, eluetapp, etniline identiteet ja populatsiooni ökoloogia.

Esimesena on Reynolds hinnangul oluline analüüsida inimese usalduslike suhete võrgustikku ning tema võimet seda laiendada ja hoida. Teisena on Reynolds tulemuste põhjal oluline lahti mõtestada inimese eluetapi ja -kogemusega seonduvad tegurid, kuna eelnevad tegevused ja kogemused on ilmselt suuresti mõjutanud seda, mida ta praegu teha soovib või tegema peab. Reynolds leiab, et inimese sotsiaalne taust on üks peamisi tõuketegureid ettevõtjaks hakkamisel ja seepärast tuleb kindlasti analüüsida inimese tausta ja identiteeti. Viimaseks oluliseks punktiks on keskkonna analüüs, kuna keskkonna tegurid mängivad

inimesest endast tulenevate tegurite kõrval samuti olulist rolli ettevõtte püsima jäämisel. Seega tuleb vaadelda ka poliitilist olukorda, seadusi ning üldist turu olukorda.

Pakkumis- ehk ressursipõhise lähenemise pooldajad keskenduvad ettevõtja isikuomaduste uurimisele. Sotsioloogias nimetatakse seda lähenemist tavaliselt tegevusteooriaks. Selle lähenemise peamine väide on, et ettevõtteid loovad teatud omadustega inimesed, kes suudavad muutusi esile kutsuda. Ühiskond vajab neid selleks, et majanduslikult edasi areneda. Seega, selle lähenemise põhiküsimus on, millised on iseloomuomadused, mis eristavad ettevõtjat mitte ettevõtjast. Tulemusena on saadud teada, et ettevõtja potentsiaaliga inimesed on riskialtid, lahendustele orienteeritud, innovaatilised, liidri omadustega, oskavad protsessi juhtida ning head sotsialiseerujad (Brockhaus ja Horwitz 1986, Thornton 1999 järgi). Seega leiab tegevusteooria, et nende isikuomadustega inimene leiab viisi, kuidas enda ettevõtja potentsiaal ellu viia vaatamata keskkonna teguritele.

Sotsioloogilised pakkumispõhise lähenemisega uuringud vaatlevad, kuidas kultuurist, klassist ja etnilisest grupist lähtuvad tegurid mõjutavad ettevõtlikku käitumist. Nii sotsioloogid kui ka psühholoogid on pakkumispõhist lähenemist kritiseerinud vähese metoodilisuse pärast (Aldrich 1990, Thornton 1999 järgi). Vastuseta jääb küsimus, kas edukas ettevõtja loob eduka ettevõtte või edukas ettevõtte loob eduka ettevõtja. Lisaks kritiseeritakse seda lähenemist, kuna see eirab olulisi sündmusi ja konteksti. Gartner ja Shane (1995, Thornton 1999 järgi) on leidnud, et ettevõtlus on väga dünaamiline mõiste, mille definitsioon muutub pidevalt ja sestap on ainult pakkumispõhine lähenemine liialt lihtsustatud.

Nõudlus- ehk võimaluste põhise lähenemise eelistajad peavad ettevõtluse analüüsimisel olulisemaks konteksti tõuke- ja tõmbetegureid. Sotsioloogias kasutatakse enamasti mõistet struktuuriteooria. Selle lähenemise aluse panijad on marksistid, majandusteadlased ja geograafid. Glade (Thornton 1999) on defineerinud nõudluspõhist lähenemist kui võimaluste struktuuri. See lähenemine on ka üha populaarsem majandussotsioloogide hulgas. Romanelli (Thornton 1999) on välja toonud, et vabad ressursid ajendavad ettevõtjate esile kerkimist. Freeman (Thornton 1999) on leidnud oma juhtumianalüüsides, et uued ettevõtjad sünnivad just keskastme juhtidest, kes oma organisatsioonist saavad käitumismudelid ja mitmed ressursid. Seega, selle lähenemise kohaselt saab inimesest kujuneda ettevõtja juhul, kui

keskkond pakub talle arenemise võimalusi. Kui inimeses on potentsiaali, kuid keskkond ei toeta tema arengut, on tema ettevõtjaks kujunemine vähe tõenäoline.

Patricia Thornton (1999) on kombineerinud nõudlus- ja pakkumispõhist lähenemist ja loonud uue definitsiooni: ettevõtlus on uue organisatsiooni loomine (Gartner 1988, Thornton 1999 järgi), mis on kontekstist sõltuv sotsiaalne ja majanduslik protsess (Reynolds 1991, Low ja Abrahamson 1997, Thornton 1999 järgi). Ta leiab, et ettevõtte kujunemisel on mõlemad, nii ettevõtja isikuomadused kui ka kontekst, kus ta tegutseb, määrava tähtsusega.

Reynolds nimetas oma neljast faktorist olulisima tüketegurina ettevõtja sotsiaalsed tausta ja etnilist identiteeti. Oma uurimustöös keskendungi ühe rahvusgrupi, Eesti venelaste, uurimisele, et analüüsida meie suurima rahvusvähemuse jaoks olulisi tegureid ettevõtjaks kujunemisel.

1945. aastast Euroopas ning 1965. aastast USAs, mil neid piirkondi tabas suurem sisserände laine, on vähemusrahvustega seonduvad küsimused, seal hulgas etniline ettevõtlus, üha enam päevakorda tõusnud. Etniline ettevõtlus on küll alati Euroopas olemas olnud, kuid märksa väiksemas mahus kui enne 19. sajandi keskpaika.

Esimesteks etnilist ettevõtlust käsitlevateks töödeks loetakse W. E. B. DuBois uurimust mustanahaliste ettevõtlusest (1899), Rose Lee uurimust USA Chinatowni ettevõtetest (1949) ning Franklin Frazier uurimust mustanahaliste kodanlusest (1957). Eelmainitud uurimustes kasutati teoreetilise taustana vaid varasemate uuringute empiirilisi üldistusi. Sellele vastukaaluks kujundasid sotsioloogid 1970ndatel lõpuks ka üldise etnilise ettevõtluse teooria. Selle valmimist mõjutasid enim Ivan Light, Edna Bonacich ja Howard Aldrich (Ruef 2010).

Blaschke (1990, Volery 2007 järgi) on sõnastanud kolm muutust, mis on etnilise ettevõtluse viimaste aastakümnete jooksul eriti nähtavaks muutnud. Esiteks, Põhja-Aafrika ja Lõuna-Euroopa inimeste liikumine põhja poole on toonud kaasa märkimisväärsed rändehulgad. Teiseks, suure hulga palgatöölise vähenemine ning endale töödandjaks olevate inimeste hulga suurenemine on kaasa toonud olulisi ühiskondlike muutusi. Kolmandaks, Euroopa suurettevõtetega tööstusühiskond on muutumas ühiskonnaks, mis rajaneb pigem väiksetel

või keskmise suurusega ettevõtetel. Viimane omakord on soodne just sisserändajatele, kuna muudab nende ettevõtted konkurentsivõimelisemaks.

Blaschke esitatud esimene muutus Eestit kuigi palju ei mõjuta. Küll aga on meie jaoks olulise tähtsusega olnud Nõukogude Liidu aegsed ränded, mille tulemusel kasvas siinne venelaste osakaal 4%lt 25%le. Samuti on vähenenud suurte ettevõtete osakaal ning loodud on palju väikese ja keskmise suurusega ettevõtteid. Ka riiklik poliitika soosib ettevõtete loomist, et vähendada tööpuudusega seonduvaid probleeme.

Milton Yinger (1985, Volery 2007 järgi) on defineerinud etnilist gruppi kui osa suuremast ühiskonna grupist, mis peab end ise või mida peavad teised ühtse päritolu ja kultuuriga grupiks. Sellest definitsioonist lähtun ka enda uurimuses.

Nagu üle-eelmises lõigus mainitud, ei ole etniline ettevõtetus tänapäeva ühiskonna fenomen vaid on mingil määral alati olemas olnud. Mitmed uurijad ongi püstitanud küsimuse, kas etniline ettevõtetus on tegelikult olemas ja kui on, siis mille poolest ta erineb tavalisest ettevõttest (Choenni 1997, Masurel jt 2013:4 järgi). Waldinger (1996, Masurel jt 2013 järgi) on välja toodud, et etnilised ettevõtted eristuvad selgelt mitte etnilistest, olles enamasti väikesed või keskmise suurusega niššiettevõtted, mis ei nõua palju kapitali, kuid sõltuvad see-eest suurel määral kontaktoõrgustikust.

Light ja Gold (2000, Volery 2007 järgi) on etnilise ettevõtlusena defineerinud vähemusrahvuse esindajate iseendale tööandjaks olemise. Nad on ka välja toonud, et etnilisele ettevõtlusele on iseloomulikud väikese ja keskmise suurusega ettevõtted.

Aldrichi ja Austeri (1986, Aldrich ja Waldinger 1990 järgi) hinnangul on innovatsioon ja risk etniliste ettevõtete määratlemisel olulised märksõnad. Nimelt leidsid nad, et etnilised ettevõtted ei ole enamasti kuigi innovaatilised, samas kui riskid on kõrged.

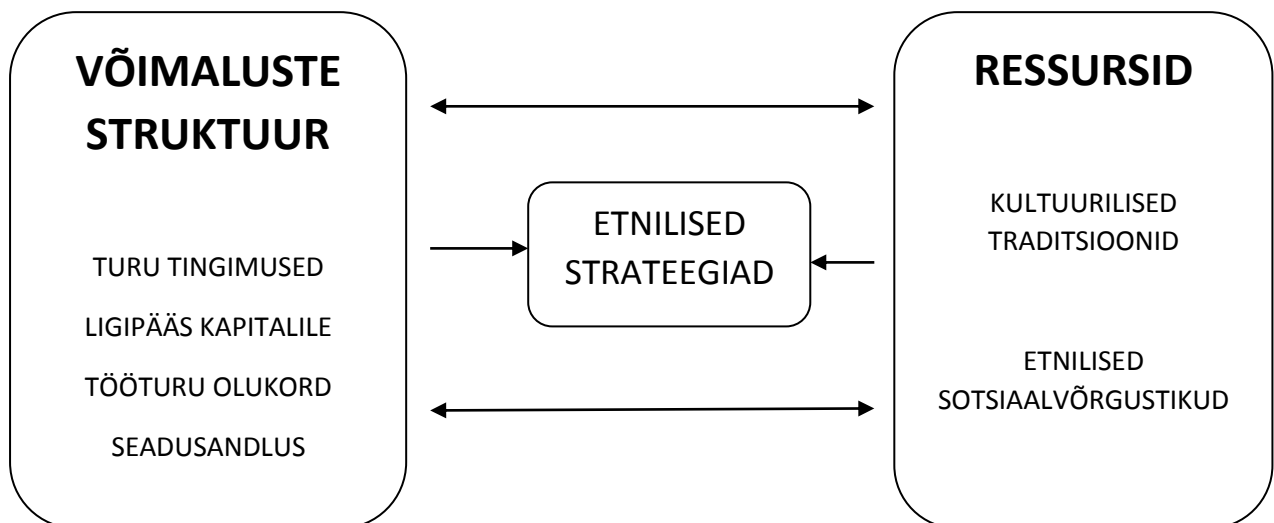
Nagu üldiselt ettevõtluse käsitlemisel, on ka etnilise ettevõtluse uurimises nii ressursi- kui ka võimaluspõhise lähenemise eelistajaid. Esimese lähenemise pooldajad leiavad, et etnilise ettevõtte edukuse aluseks on sisserändaja kultuurist tulevad tegurid ja iseloomujooned - näiteks pühendumus, riskivalmidus ja lojaalsus – ehk omadused mis on toimiva ettevõtte juhtimiseks väga olulised. Võimaluspõhise lähenemise pooldajad leiavad seevastu, et peamist rolli mängib keskkond. Näiteks pörkuvad sisserändajad tihti tööturu barjääri taha,

kuna ei oska piisavalt keelt, ei tunne kultuuri või nende vastu on lihtsalt eelarvamused. Teisalt jälle, neil on kergem ligi pääseda oma algse kodumaa turule.

Etnilise ettevõtluse interaktsiooni teooria ehk võimalus- ja pakkumispõhise lähenemist on kombineerinud Waldinger ning Pütz, kelle mudelite põhjal on Volery (2007) määratlenud kolm dimensiooni, mille abil analüüsida etnilise ettevõtluse strateegiaid: võimaluste struktuur, ressursid ja etnilised strateegiad (Joonis 1). Sarnasele tulemusele jõudis ka Rettab (2001), kes leidis, et olulisim dimensioon on ressursid.

Võimaluste struktuur tähendab keskkonna tingimusi, mis kas soosivad või takistavad toote või teenuse pakkumist. Ressursid sisaldavad suhtevõrgustikke ja kultuurile omaseid tunnuseid. Ühelt poolt mõjutavad keskkonna tingimused inimese isikuomaduste välja arenemist ning teiselt poolt määravad inimese isikuomadused, kas ja kuidas ta keskkonna pakutavaid võimalusi ära kasutab. Selle vastastikuse interaktsiooni tulemusel kujunebki ettevõtluse strateegia.

Volery mudeli tugevuseks peetakse selle väga kompleksset lähenemist teemale. Rath (1998, Masurel jt 2013 järgi) ja Tastan (1999, Masurel jt 2013 järgi) on nõrkusena toonud välja määratletud dimensioonide omavahelise vähese seotuse.



Joonis 1. Volery etnilise ettevõtte arengut mõjutavate tegurite mudel

Ka Aldrichi ja Waldingeri (1990) uurimuse tulemustest ilmnes, et ettevõtte edukust mõjutavad nii ettevõtja isikuomadused kui ka sotsiaalne struktuur ja võimalused, mille kontekstis ettevõtte tegutseb. Huvitava asjaoluna leidsid nad veel, et ettevõtlus on laiemalt levinud eelkõige just esimese ja teise põlvkonna sisserännanute seas. Viimast leidu toetavad ka Rettabi (2001) uurimistulemused, mille kohaselt esimese põlvkonna immigrandid on tööturul pigem halvamas seisus, kuna nad ei valda enamasti riigi keelt ning nende teadmised ja oskused ei ole kuigi kõrgel tasemel. Sellest tulenevalt on nad sunnitud looma oma ettevõtte, et elatist teenida. Nende järeltulijad, teine põlvkond, on tööturul aga juba märksa paremas olukorras, kuna on uues riigis üles kasvanud ning tunneb sealset kultuuri paremini. Sellest tulenevalt on teine põlvkond tunduvalt ambitsioonikam ja töökoha osas valivam ning jällegi alim oma ettevõtet looma, et olla rohkem iseenda peremees.

Razini (2002) varjatuse mudel on võimaluste struktuuri ja etniliste ressursside edasiarendus. See kinnitab, et üldisel majanduskeskkonnal ja seadusandlusel on tugev mõju väikeste ettevõtete loomisele ja toimimisele. Razin on leidnud, et neil teguritel on eriti suur mõju just immigrantide ettevõtetele. Tema mudel põhineb kolmel eeldusel: võimalused ei ole liiga tugevalt piiratud või valitsuse poolt reguleeritud, potentsiaalne ettevõtja tunneb võimalused ära ning ettevõtja peab olema võimeline võimalusest kinni haarama.

Masurel (2013) näeb etnilise ettevõtte eduteguritena tihedat kogukonda, mis tähendab nii potentsiaalsete klientide kui ka töötajate kriitilise massi olemasolu. Nagu Waldinger, nii on ka Masurel leidnud, et etnilise ettevõtteid iseloomustab nišiettevõtlus. Ta tõi selle puhul negatiivseteks aspektina välja väga tugeva konkurentsi niši eest. Borjas (1992, Masurel jt 2013 järgi) on aga leidnud, et üha enam tegelevad sisserändajad teenuste pakkumisega ja ärinõustamisega ning on seetõttu konkurentsivõimelisemad. See väide kehtib eelkõige teise põlvkonna sisserändajate kohta.

Sarnaselt Waldingerile on Masurel leidnud ka, et etnilised ettevõtted tegutsevad tavaliselt turul, millele on madalad sisenemise barjäärid ehk siis need ei nõua alguses ei palju kapitali ega kõrget haridust ning tootmine ei pea olema väga laiaulatuslik. See omakorda võib aga viia suure hulga *start-up*ide ja läbi kukkumiseni.

Schaper ja Volery (2004) on uurinud kas ja kuidas erineb vähemusrahvusest ettevõtja põhirahvusest ettevõtjast. Nad leidsid, et vähemusrahvusest ettevõtja puhul on

karjäärilased ja sotsiaalsed riskid palju vähem selged kui põhirahvusest ettevõtja puhul. Esiteks, töökohad, kus immigrandid töötavad, ei nõua enamasti kõrget kvalifikatsiooni ja sestap on pigem kerge tagasi tööle naasta pärast ettevõtte juhtimise ebaõnnestumist. Selline olukord võib luua mulje, et ettevõtte loomisega ei kaasne vähemuse esindaja jaoks kuigi suuri riske. Teiseks, etnilistes ettevõtetes on tavapärane, et seal töötavad tööandja sugulased, mis tähendab, et tal on vaatamata suurele töö hulgale võimalik veeta aega koos oma lähedastega ja justkui ei ole sotsiaalse tõrjutuse riskis. Tegelikult on aga töö situatsioonis koos veedetud aeg ja tekkinud suhted hoopis teise iseloomuga kui vabal ajal.

Kokkuvõtlikult võib öelda, et (etniliste) ettevõtete analüüsimises eksisteerib kolm peamist lähenemist: üks keskendub ettevõtja isikuomadustele ja temast endast sõltuvatele teguritele, teine keskendub ettevõtjat ja ettevõtet ümbritsevale keskkonnale ja kontekstile ning kolmas lähenemine kombineerib neid kaht. Majandusteadustes nimetatakse esimest kaht pakkumispõhiseks ja nõudluspõhiseks lähenemiseks, sotsiaalteadustes on enam levinud tegevusteooria ja struktuuriteooria. Nende kahe kombinatsiooni nimetatakse interaktsionistlikuks lähenemiseks.

Enamik ettevõtluse uurijaid on pidanud oluliseks nii ettevõtjast endast kui ka teda ümbritsevast kontekstist tulenevaid tegureid ettevõtte arengu analüüsimisel. Seega käsitlen ka mina oma uurimuses mõlemat aspekti. Soovin teada saada, kas minu uuritavate inimeste ettevõtted liigituvad etniliste ettevõtete alla ehk siis on mitte kapitalimahukad väikese või keskmise suurusega nišiettevõtted, kus töötavad peamiselt ettevõtja rahvuskaaslased (Waldinger) või pere liikmed (Volery), kus ettevõtja haridustase on madal (Volery) ning mida iseloomustab vähene innovaativsus ja kõrged riskid (Aldrich ja Auster). Selle tulemusel saan hinnata, kas varasemad etnilise ettevõtluse definitsioonid üldse kehtivad minu uuritavate kohta.

Samuti soovin teada saada, millised ressursid ja võimaluste struktuuri poolt loodud võimalused on soodustanud ja millised takistanud venelaste ettevõtlusega tegelemist ning milliste strateegiate abil nad on ületanud ette tulnud takistused.

Metoodika

Siin peatükis annan ülevaate oma uurimustöö lähenemisest, valimi moodustamisest, andmete kogumisest ja analüüsist ning hindan andmete kvaliteeti. Samuti toon välja uurimuse eetilise aspektiga seonduvad teemad.

Minu uurimustöö eesmärk oli teada saada, millised on võimalikud inimesest ja keskkonnast tulenevad tegurid, mis mõjutavad Eesti venelaste ettevõtjaks kujunemist. Otsustasin seda uurida kvalitatiivse lähenemise abil, kuna soovisin vastata küsimustele kuidas ja miks on Eesti venelastest ettevõtjad kujunenud (Strauss 1987). Inimese karjääri valik on väga kompleksne otsus, mida mõjutavad mitmed raskesti mõõdetavad tegurid, mis on omavahel põimunud. Ka seetõttu on just kvalitatiivne lähenemine sobiv, kuna võimaldab konkreetsete juhtumite puhul analüüsida nende arengut mõjutanud tegureid ning nende omavahelisi potentsiaalseid seoseid ja mõjusid. Seega, valisin just kvalitatiivse lähenemise, kuna see võimaldab mul sisuliselt lahti mõtestada inimese ettevõtjaks kujunemist ning analüüsida selle olulisi mõjutajaid.

Analüüsitavad andmed kogusin poolstruktureeritud intervjuude abil. Valisin intervjuud andmete kogumiseks, kuna soovisin õppida tundma inimeste tausta, et näha võimalikke mõjutajaid nende ettevõtjaks kujunemisel ning uurida, mida nad ise peavad olulisteks faktoriteks. Nende tausta tundmise ja hinnangute kombineerimisel soovisin jõuda vastuseni selle komplekse protsessi uurimises.

Intervjuude läbi viimiseks koostasin kava (Lisa 1), mis annab ette raamistiku, millest lähtuda intervjuu läbi viimisel, kuid jätab ka vaba ruumi esile kerkinud teemade arutamiseks. Oma intervjuudes uurisin peamiselt kolme aspekti kohta: inimese päritolu, rahvuslik grupitunnetus ja keelekeskkond, tema vanemate seotus ettevõtlusega ning ettevõtlusega tegelema hakkamise ajendid ja seda mõjutanud aspektid.

Uurisin intervjuueeritava päritolu ja rahvusliku grupitunnetuse kohta, et teada saada mil määral tunneb ta end eestlasena ja mil määral venelasena. Siinjuures uurisin ka seda, millises keelekeskkonnas inimene viibinud on – mis keeles omandas hariduse, mis keeles suhtleb sõpradega ja omandab infot. Nende küsimuste abil soovisin avada uuritava tausta ja sotsiaalset konteksti, milles ta tegutseb.

Teiseks uurisin, kas tema vanemad või vanavanemad on tegelenud ettevõtlusega, et teada saada, kas ettevõtlikkuse kui hoiaku osas on tal lähedasi eeskujusid olnud. Samuti uurisin, kas

ja kuidas on intervjueeritava vanemad tema valikuid elus suunanud. Lisaks, küsisin ka selle kohta, millega tema sõbrad tegelevad ning kas ka nende seas on ettevõtjaid, et õppida veel paremini tundma tema suhtlusringkonna hoiakuid.

Viimase suurema teemana uurisin ettevõtte kohta – millega see tegeleb, kes on kliendid ja kuidas nad on leitud, miks ta alustas oma ettevõttega, kas esines mingeid raskusi, milles need seisnesid ja kuidas ta need ületas. Nende küsimuste abil soovisin aru saada, mis on olnud olulised mõjutajad ettevõtlusega tegelema asumisel ja ettevõtte juhtimisel.

Kõik intervjuud toimusid Tallinnas kas intervjueeritava kodus või ettevõttes ning kestsid tund kuni poolteist. Kaks intervjuud viisin läbi eesti ja ühe inglise keeles. Kõik intervjuud on lindistatud, transkribeeritud ja kodeeritud. Kodeerimise käigus tõin esile olulisemad aspektid intervjueeritava rahvusliku ja perekondliku tausta kohta ning ettevõtte alustamist ja tegutsemist mõjutanud aspektid.

Otsisin valimisse 1980ndatel sündinuid ettevõtjaid, kellel oleks maksimaalselt kümne aastane ettevõtluskogemus. Soovisin just selles vanuses kuni kümne aastase kogemusega inimesi, kuna nende kogemus seostub kõige enam tänapäeva kontekstiga – see omakorda loob pinnase nende omavaheliseks võrdluseks ja ühisjoonte otsimiseks. Otsisin valimisse inimesi, kelle mõlemad vanemad on venekeelse taustaga ning vähemalt üks vene päritolu. Iga intervjueeritav pidi end ise defineerima Eestis elava venelasena, kuid omama siiski Eesti kodakondsust.

Intervjueeritavad pidid üksteisest erinema oma ettevõtlusvaldkonna ja eesti keele oskuse ajalise mõõtme poolest. Valisin viimase tunnuse seetõttu, et keel on ühelt poolt oluline rahvusliku kuuluvuse näitaja ning teiselt poolt peamise suhtlusvahendina info kogumise ja tõlgendamise mõjutaja ehk siis otseselt ettevõtluse mõjutaja.

Andmete nõrga poole pealt võib välja tuua, et kuna olen kõik intervjuud leidnud läbi enda kontaktide, siis võib olla, et kõigi valimisse sattunute taustsüsteemid on siiski väga sarnased olnud ning nendeni, kelle kujunemist on hoopis teised tegurid mõjutanud, ma ei jõudnudki. Seda kinnitab ka asjaolu, et kõik kolm intervjueeritavat leidsid, et neil oli omajagu vedanud ning väga suuri raskusi polnud ette tulnud ehk siis kõigi kogemused olid üpris sarnased.

Andmete sisu mõjutas kahtlemata ka asjaolu, et intervjuud on läbi viidud eesti keeles ehk mitte uuritavate emakeeles. Julgen hinnata eestikeelsete intervjuudega uuritavate keele taset heaks ja soravaks ehk siis ei tekkinud muljet, et mingi hulk infot oleks kätte saamata jäänud.

Ka inglise keeles läbi viidud intervjuu puhul oli uuritava inglise keele tase väga hea ning ta ei tundunud enda väljendamisel hätta jäävat. Siiski tuleb arvestada võimalust, et midagi olulist jäi edasi andmata või esines valest mõistmist. Eriti kehtib see inglise keeles läbi viidud intervjuu puhul, kuna intervjuueeritav väljendas end võõrkeeles ning mina pidin uurija selle omakorda eesti keelde ümber tõlkima.

Kogutud andmete analüüsimiseks transkribeerisin ja kodeerisin intervjuud, et leida tekstide vahelisi sarnasusi ja erinevusi ning ühe intervjuu enda seest kõige olulisemaid pidepunkte. Tuginedes varasemate uurijate tulemustele analüüsisin intervjuueeritavate ettevõtteid etnilist ettevõtet iseloomustavatest aspektidest. Volery etnilise ettevõtte arengut mõjutavate tegurite mudeli (Joonis 1) abil analüüsisin nii ressursse kui ka võimaluste struktuuri, mis on mänginud rolli intervjuueeritavate ettevõtete arengus. Arutelu osas kõrvutasin enda saadud tulemusi teooriate ja varasemate uuringutega ning vaatlesin, mis osas tulemused ühtivad ning mis osas erinevad. Analüüsisin võimalikke tegureid, mis neid sarnasusi ja erinevusi põhjustasid.

Kõigi intervjuueeritavate isikuandmete kaitsmiseks on neile siin töös antud varjunimed. Samuti ei ole nimeliselt mainitud nende praeguse ettevõtte nime või varasemaid tööandjaid. Kõik intervjuueeritavad olid enda vastuste salvestamisest teadlikud ning sellega nõus. Helifailid on kättesaadavad vaid töö autorile ning pärast töö kaitsmist need kustutatakse. Kõigile kasutatud kirjanduse ja uurimuste allikatele on viidatud.

Analüüs

Siin peatükis teen esmalt ülevaate iga intervjueeritava taustast ja ettevõttest ning seejärel analüüsin nende ettevõtteid ning ressursse ja võimaluste struktuuri, mis mõjutasid nende ettevõtte arengut ja nende enda ettevõtjaks kujunemist.

Minu intervjueeritavate hulka kuulusid Ilja, Sergei, ja Andrei, kelle sünniaastad on vastavalt 1986, 1987 ja 1988.

Ilja sündis Eestis, kuna tema vanemad suunati siia töö tõttu ja on seega teise põlvkonna immigrant. Kumbki tema vanematest ei räägi eesti keelt peaaegu üldse. Ta isa on samuti ettevõtja, kuid rohkem ettevõtjaid nende lähisuguvõsas Ilja sõnul ei ole. Ta õppis nii keskkoolis kui ka ülikoolis vene keeles ning praeguseni eelistab suhelda kas vene või inglise keeles. Eesti keelest on tal algetadmised olemas, kuid tunneb ennast üpris ebamugavalt selles väljendades. Iljal on küll eestlastest tuttavaid, kuid suhtleb nendega inglise keeles, kuna nii on kiirem ja kergem.

Tal on ettevõtte, mis tegeleb turismiga – peamiselt korraldab ta Venemaalt, Valgevenest ja Ukrainast pärit inimestel ekskursioone nii Tallinnas kui ka mujal Eestis. Ilja alustas ettevõtlusega, kuna soovis olla iseenda peremees ning tegeleda turismivaldkonnas.

Sergei vanemad sündisid Eestis, kuna nende vanemad sattusid siia oma töö tõttu ja seega on Sergei kolmanda põlve immigrant. Tema isa on tihedalt eestikeelse kogukonnaga seotud olnud, samas kui ema ei räägi eesti keelt üldse. Tema isa on varasemalt olnud ettevõtja, tema ema on aga terve elu olnud palgatöötaja eraettevõttes. Sergei käis algkoolis venekeelses koolis ning põhi-, kesk- ja kõrghariduse omandas inglise keeles rahvusvahelises koolis. Tema põhilises suhtlusringkonnas on alati olnud nii eestlasi, venelasi, ameeriklasi, inglasi kui ka teiste rahvuste esindajaid. Eesti keele õppiski ta enda sõnul just tänu inimestega suhtlemisele ära.

Sergeil on ettevõtte, mis tegeleb filmide ja videote tootmisega. Neil on kliente üle maailma, peamiselt just seetõttu, et Eesti turg on sellise tegevuse jaoks liiga väike. Ettevõtte loomise ajendiks oli huvi filmimaailma vastu.

Andrei ema sündis Eestis, kuna tema vanemad suunati samuti töökohustuste tõttu siia. Ta ise on seega teise põlvkonna immigrant. Andrei isa sattus siia, kuna töötas meremehena. Ei tema

vanemad ega vanavanemad pole ettevõtlusega tegelenud. Andrei omandas venekeelse keskhariduse ning õppis ka ülikoolis peamiselt vene keeles. Eesti keele sai ta selgeks alles pärast ülikooli Kaitseväes aega teenides, kus tema motivatsioon oli autojuhi asemel seersandiks saada. Selle auastme omandamiseks oli aga oluline riigikeele oskus. Tema põhiline suhtlusringkond on alati venekeelne olnud, nüüd pärast Kaitseväge on jäänud mõned eestikeelsed sõbrad.

Andreil on ettevõtte, mis tegeleb projekteerimise ja arendustööga mehaanika valdkonnas. Nende peamised kliendid on Skandinaaviamaadest, kuna Eesti turg on jällegi liiga väike ning vähe maksujõuline. Andrei asutas oma ettevõtte, kuna palgatöö näis liiga igav ja vähetulus.

Leidmaks tegureid, mis mõjutasid intervjueeritavaid ettevõtlusega alustama ja sellega tegelemisel, püüdsin ühelt poolt neid ennast ja nende tausta tundma õppida, et näha võimalikke seoseid, mida nad ise ei pruugi osata välja tuua. Samuti küsisin otse, mida nad ise mõjutajatena on tundnud.

Urisin oma intervjueeritavatelt, millises keeles nad igapäevaselt kõige enam suhtlevad ja infot omandavad, et saada aimu, millise rahvusgrupiga nad kõige enam lähedust ja kogukonna tunnet tajuvad. Kõik kolm tõid välja, et jälgivad Eesti venekeelset meediat ning ingliskeelset välismeediat. Sergei, kes on eesti keelt kõige kauem osanud ning kelle eesti keel oli ka kõige paremal tasemel, väitis, et loeb päris tihti ka eestikeelset meediat. Sarnane tendents ilmnes ka suhtlusringkonna osas – nii Iljal kui ka Andreil on eestlastest sõpru, kuid mõlemad ütlesid, et suhtlevad nendega pigem harva. Ilja tõi veel välja, et suhtlus toimub inglise keeles, kuna ta ei tunne end eesti keeles piisavalt vabalt. Sergei kinnitas, et tal on ka omajagu eestlastest sõpru, kellega ta aktiivselt suhtleb. Niisiis ilmnes, et eesti keelt kõige kauem ja paremini oskav intervjueeritav oli ka eestikeelse kogukonnaga kõige enam seotud.

Urisin, kas intervjueeritavatel on perekonna liikmete hulgas ettevõtjaid, et teada saada, kas neil on ligipääs teadmiste kapitalile ja rollimudelile, kuidas ettevõtte juhtimine käib. Võib eeldada, et noorel, kes on ettevõtjate ja ettevõtlusega väiksest peale kokku puutunud, on täiskasvanuks saades selgem pilt, kuidas käib ettevõtte alustamine ja selle juhtimine, kui noorel, kellel pole lähemate sugulaste hulgas ettevõtjaid olnud. Selgus, et kahe intervjueeritava isad olid ettevõtjad ning ühel ei olnud lähisuguvõsas teadaolevalt ühtki ettevõtjat.

Huvitav tähelepanek on asjaolu, et ettevõtjate lastest said ettevõtjad, kuid täiesti teises valdkonnas – Sergei isa ettevõtte tegeles naftaga, tema ise aga filminduse ja meediaga ning Ilja isa ettevõtte tegeles meditsiini valdkonnas, tema ise aga turismiga. Andrei isa ei olnud ettevõtja, kuid ta tegutseb samas valdkonnas ettevõtjana, kus ta isa palgatööd teeb.

Ilja tõi väga selgelt välja, et tema vanemad kasvasid ettevõtlikku suhtumist: „Nad püüdsid meie elu alati paremaks muuta ja andsid selle idee ka mulle edasi – kui tahad midagi, mina ja õpi, tööta, proovi, ära püsi oma mugavustsoonis kogu aeg. Nad olid ka ise sellise suhtumise näited.“ Selline suhtumine on ettevõtjale väga omane ja sestap võib öelda Ilja ettevõtjaks kujunemist mõjutas vanemate eeskuju. Ta tõi veel välja, et vanemad otseselt ei nõudnud ettevõtjaks hakkamist, kuid soosisid seda: „Nad ei nõudnud, et minust ettevõtja saaks, see ei olnud eesmärk omaette. Juht olemine oli nii-öelda soovitatav, kuid spetsialisti karjäär oleks ka okei olnud.“ Sergei tõi välja, et tema isa ei suunas teda tegelema sellega, mis talle endale huvi pakuks: „Nad üldse ei, nad kogu aeg ütlevad, et tee, mida sina soovid, me ei hakka pressure. Sest nad ise teavad, et... Minu isa räägib, et tema vanemad kogu aeg ütlesid, et aa sa pead komsomoli minema. Siis, miks sa lähed sinna Tartu Ülikooli... ta elas läbi selle ja ei tahtnud minule sama asja. Et mul oli vabadus.“ Vanemate selge signaal, et laps peab ise otsustama, mida teha soovib, kasvas Sergeis iseseisvust, mis on ettevõtjaks olemise puhul oluline omadus. Andrei isa ei olnud ettevõtja vaid meremees ja laevamehaanik. Andrei ise valis ettevõtja tee, kuid samas valdkonnas: „Isa on meremees ja ehk siis ma juba alguses teadsin, et mu elu oleks nagu seotud mehaanikaga või niimoodi.“ Ta ei toonud välja, et isa oleks teda kuidagi mõjutanud sama valdkonnaga tegelema, kuid oli ilmselt lihtsalt eeskujuks.

Nende andmete põhjal võib öelda, et minu intervjueeritavad, kelle isad olid ettevõtjad võtsid neist eeskuju hoiakute osas ning intervjueeritav, kelle isa oli palgatöeline, sai temalt valdkondlike teadmisi ja oskusi, et samal alal ettevõtjana tegutseda.

Kõik intervjueeritavad olid mõnda aega teinud palgatööd, kuid leidsid, et see ei pakkunud piisavalt eneseteostusvõimalusi. Sergei töötas mõnda aega börsinduses, kuid tuli sealt ära, kuna valdkond ei kõnetanud. Nagu eelpool mainitud, siis ta isa on alati rõhutanud, et Sergei peab tegema seda, mis talle huvi pakub ning tänu sellele ei olnud tal kuigi raske tulla palgatöölt ära ning asutada oma firma - vanemad ei oodanud kindlat sissetulekut ja töökohta. Andrei töötas paar aastat insenerina mehaanika valdkonnas, kuid Kaitseväes olles sai aru, et ei taha teenistusest vabanedes tagasi palgatööle minna: „Kui ma tulin Kaitseväkke, siis enne ma olin ühes ettevõttes tehnoloog ja siis ma alati Kaitseväes mõtlesin, et tulen tagasi ja olen jälle

tehnoloog ja kõik on väga-väga tore.. Ehk siis, oli kuidagi igav jaah. Ja siis ma sain aru, et iga päev on sama sugune. See oli juba piir.“ Ilja töötas enne oma ettevõtte loomist programmeerijana ning otsustas oma ettevõtte luua, kuna tundis, et IT ei ole siiski valdkond, millega ta ennast siduda tahab. Nagu ka tema puhul eespool välja sai toodud, toetas palgatöölt ära tulemist vanemate soosiv suhtumine ettevõtjaks olemisse.

Võib öelda, et mitte ühegi intervjueeritava jaoks ei olnud probleem leida palgatööd. Ka vähene eesti keele oskus ei mõjutanud seda. Seega ei olnud tööturu kitsikus mitte kellegi puhul ajendiks oma ettevõtte loomisel. Pigem olid kõik oma tööle hinnatud, kuid nad ei soovinud enam jätkata, kuna vajasis suuremat väljakutset eneseteostuseks. Tõuketegurina, mis ajendas intervjueeritavaid ettevõtlusega tegelema, tõid kõik kolm selgelt välja soovi ennast rohkem proovile panna. Andrei ütles ka, et väga konkreetne ajend oli soov teenida rohkem, kui palgatöö seda võimaldab.

Ühe ajendina toodi veel välja soovi tegeleda valdkonnaga, mis endale huvi pakub. Sergeile oli filmindus alati hobikorras huvi pakkunud ning tal oli ka sõber, kes oli seda Inglismaal ülikoolis õppinud. Sergei jaoks oli ka börsil töötamine huvitav, kuid filmindus tõmbas teda rohkem. Ilja rajas samuti ettevõtte, kuna „Ma õppisin programmeerimist omal käel põhikoolis ja mul polnud aimugi, mida muud oleksin võinud õppida. Siiski, ma ei tundnud iial, et see oleks olnud parim valik mulle, ma olen liialt jutukas. Niisiis otsustasin turismi proovida.“ Ka Andrei tegutseb oma ettevõttega endale meelepärases valdkonnas, tema puhul on lihtsalt erisuseks see, et ta ka õppis ülikoolis ning töötas palgatööl samas valdkonnas.

Eestis elab veidi üle miljoni inimese, mis tähendab, et meie siseturg on paljude teenuste ja toodete jaoks liialt väike. Samuti on meie inimesed ja ettevõtted vähem maksejõulised kui näiteks põhjanaabrid. Sergei ja Andrei alustasid esialgselt oma teenuse pakkumisega Eesti turul, kuid said väga kiiresti aru, et ainult sellest ei piisa, et ettevõtet üleval hoida ning piisavalt teenida. Kõik kolm intervjueeritavat leidsid, et ainult Eesti sisene ettevõtlus ei ole jätkusuutlik või ei too piisavalt palju kasumit, et sellega oleks mõtet tegeleda.

Keel on kultuuri tundma õppimisel väga oluline abivahend ning kultuuri tundmine on omakorda edukaks ettevõtluseks oluline. Selleks, et jõuda kliendini, tuleb tunda tema käitumisharjumusi ja kombeid, mis tulenevad tihti kultuurilisest kontekstist. Ei saa väita, et eesti keele vähene või mitte oskamine takistaks Eestis ettevõtlusega tegelemist, kuid kindlasti ei anna see siinsel turul tegutsemiseks eelist. Ilja leidis, et „Võrreldes teiste probleemidega, mida ettevõtja peab lahendama, on ühe keele õppimine pisiasi“ ning Andrei toetas seda

seisukohta. Vaatamata sellisele suhtumisele on just Ilja ja Andrei, kelle eesti keele tase on kõige nõrgem, kliendid välismaalt. Huvitav on veel asjaolu, et Ilja, kellega viisime intervjuu läbi inglise keeles, kuna ta tunneb end eesti keeles väljendamises väga nõrgalt, kliendid on pärit Venemaalt, Valgevenest ja Ukrainast ehk riikidest, kus räägitakse vene keelt. Andrei suudab end küll eesti keeles väljendada, kuid ka tema klientuur on välismaalt. Siinkohal aga ei ole keeleoskus niivõrd määrav kui kliendi maksevõime – tema kliendid on peamiselt Norrast. Sergei valdab eesti keelt kõige kauem aega ning oli ainus, kelle klientide seas oli ka Eesti ettevõtteid.

Sergei firma leidis esimese kliendi sõbra näol, edasised kliendid välismaalt tulid juba agentuuri kaudu. Andrei ettevõtte esimene klient tuli sõbra töö kaudu – sõber töötas sarnases valdkonnas ühes teises ettevõttes ning selle ettevõtte juht otsustas hoopis nende firma poole pöörduda. Ilja esimene klient tuli samuti tuttava kaudu, kes töötas Venemaal samas valdkonnas, edasised kliendid leiti samuti osalt tutvuste kaudu, osalt üldise reklaami abil. Seega võib öelda, et kõigi kogemuse puhul mängis alustamise juures olulist rolli kontaktvõrgustik, tänu millele leiti esimene või esimesed kliendid ning kelle kaudu levis ka info nende ettevõtete pakutavast teenusest.

Sergei puhul oli välismaa turule suundumine üpris loogiline samm, kuna tal on palju isiklike kontakte erinevatest riikidest ning seega oli ka välisklientide leidmine lihtsam. Samuti tõi ta välja, et ainult Eesti turg on nende tegevuse jaoks liialt väike. Andrei huvi välismaa turu vastu tulenes selgest soovist rohkem teenida. Ilja tegevusvaldkond nõudis ja oligi algusest peale suunatud välisturule minemisele. Seega võib öelda, et Andrei ja Sergei puhul ei olnud välisturule mineku juures määrav faktor keeleoskus. Ilja puhul on raske öelda, kas see oli määrav faktor, kuid kindlasti mängis tema puhul keeleoskus suuremat rolli sihtturu valikul.

Veel tõid intervjuueeritavad välja, et meie töajuturul ei leidu rahvusvaheliste ettevõtete jaoks piisavalt palju ja kvalifitseeritud töajõudu. Siiski ei olnud ükski neist seni veel ühtki välismaalast palganud, kuna otsesest vajadust pole olnud ning kedagi sobivat pole leitud. Nende praegused kaasosanikud ja töajajad on valdavalt venelased, kes on ka nende pikaajegsed sõbrad. Sergei ettevõtte on ainus, kus kõik omanikud ja töajajad on venelased. Andrei ettevõtte omanikud ja enamik töajajaid on venelased ning mõned töajajad on eestlased. Ilja ettevõtte kaasomanikuks on tema venelasest sõber ning nendega koos töajab üks eestlane, kes on abiks Eesti ettevõtetega suhtlemisel. Seega oli Ilja ainus, kes pidi ühe töajaja palkamisel lähtuma vajadusest tuua eesti keele oskuse kompetents oma ettevõttesse.

Ükski intervjuerituist ei osanud välja tuua suuremaid takistusi. Öeldakse, et ettevõtja on see, kes näeb igas raskuses väljakutset, mitte igas väljakutses raskust. Küsisin neilt ka suuremate väljakutsete kohta, kuid ka neid ei osanud keegi eriti välja tuua. Siin võib rolli mängida ka asjaolu, et ükski ettevõtte ei olnud üle viie aasta tegutsenud ja sestap ei olnud neil ühelt poolt suuremaid takistusi olnud ja teiselt poolt ei olnud neil kujunenud ajalist distantsi, mis lubaks tagasivaatavalt oma tegevust analüüsida. Selge on aga, et oma rahvusest või päritolust tulenevaid takistusi ükski intervjueritav ise ei tunnetanud.

Arutelu

Siin peatükis analüüsin eelmise peatüki tulemuste põhjal intervjueeritavate ettevõtete vastavust varasema kirjanduse põhjal moodustunud etnilise ettevõtte kontseptsioonile ning ettevõtjaid mõjutanud tegureid. Koondasin etnilise ettevõtluse analüüsimiseks varasemate uurijate välja toodud etnilist ettevõtlust iseloomustavad tegurid ühte tabelisse ning hindasin, kas minu intervjueeritavate ettevõtted vastavad neile. Ressursse ja võimaluste struktuuri, mis mõjutasid intervjueeritavate kujunemist ettevõtjaks analüüsin Volery interaktsionalistliku lähenemise abil.

Etnilise ettevõtte tunnus	Sergei	Andrei	Ilja
Ettevõtjal on madal haridustase	EI	EI	EI
Ettevõtte kaasomanikud ja töötajad on kas tema pereliikmed või rahvuskaaslased	JAH	JAH	JAH
Ettevõtte on väikese või keskmise suurusega	JAH	JAH	JAH
Tegu on nišiettevõttega	EI	JAH	JAH
Ei nõudnud alguses palju kapitali	JAH/EI	JAH/EI	JAH/EI
Põhinev tihedal kontaktvõrgustikul	JAH	EI	JAH
Ettevõtlus valdkond ja lähenemine ei ole kuigi innovaatilised	JAH	EI/JAH	JAH/EI
Ettevõtet iseloomustavad kõrged riskid	EI/JAH	EI	JAH

Tabel 1. Etnilist ettevõtlust iseloomustavad tegurid

Tabelis 1 on välja toodud varasema kirjanduse põhjal etnilist ettevõtlust iseloomustavad tunnused. Üldplaanis võib öelda, et minu intervjueeritavad vastasid neile üpris suurel määral. Huvitav on asjaolu, et ainus tunnus, millele mitte keegi ei vastanud, oli madal haridustase – kõigil intervjueeritavatel oli kõrgharidus. Varasematest uuringutest on ilmnenu, et

vähemusrahvuse esindajatel on keeruline tööturule siseneda, kuna nende keeleoskus, kultuuri tundmine ja sotsiaalvõrgustik on piiratumad kui põlisrahvuse esindajatel. Sellest barjäärist tingituna on tihti sunnitud oma ettevõtte looma, et elatist teenida. Minu intervjueeritavate puhul oli aga vastupidi – mitte keegi ei olnud sunnitud ettevõtet looma. Kõik tõid välja, et nad soovisid kas suuremat väljakutset või rohkem palka kui palgatöö seda võimaldaks. Seega oli nende motivatsioon vastupidine varasematest uuringutest välja tulnule. Selle põhjuseks võib vähemalt osaliselt olla nende haridustase – varasemates uuringutes on välja toodud, et vähemusrahvusest ettevõtjaid iseloomustab madal haridustase, mis omakorda viitab sellele, et inimene ei tunne kuigi hästi teda ümbritsevat keskkonda ja sestap on tal ka keeruline tööd leida. Minu kõik kolm intervjueeritavat leidsid aga erialase töö juba ülikooli õpingute ajal, mis näitab et nende puhul oli tegu väga võimekate inimestega. Üheks asjaoluks, miks vähene keeleoskus ei takistanud minu intervjueeritavatel head töökohta leida, võis ka olla selles, et nad töötasid valdkonnas, kus ühelt poolt saab vene ja inglise keelega hakkama ning teiselt poolt, kus kohati ongi vene ja inglise keele oskus olulisemad.

Sarnaselt varasematest uuringutest välja tulnuga, olid ka kõigi minu intervjueeritavate ettevõtted väikese või keskmise suurusega, ei nõudnud alustamisel palju kapitali ning töötajad olid nendega samast rahvusest.

Leian, et ettevõtte väikest või keskmist suurust on keeruline pidada just etnilisele ettevõttele omaseks tunnuseks, sest just nagu ka varasemas kirjandus oli välja toodud – seoses tööstusühiskonna transformeerumisega infoühiskonnaks, on üleüldiselt suured ettevõtted väikeste ja keskmistega asendumas. Seega, väikese või keskmise suurusega ettevõtte ei ole etnilisele ettevõttele niivõrd omane kui nende laiem levik on soodustanud vähemusrahvuste ettevõtete edukust, kuna nad on konkurentsivõimelisemad tänu sellele, et teised ettevõtted on oma suuruse poolest sarnasemad.

Hindasin oma intervjueeritavate ettevõtteid mitte kuigi kapitalimahukaks, kuna varasem kirjandus käsitles siin all peamiselt tootmisvahendeid ja muid suuremaid investeeringuid. Ka minu intervjueeritavad ise tõid välja, et ettevõtte alustamine Eestis on kerge just tänu sellele, et see on odav ning sissemakseid võib teha näiteks arvuti, auto või muu sellise näol, mida ettevõttes tarvis on. On tõsi, et arvuti või auto kasutamine sissemakse artiklina nõuab nende olemasolu, mis omakorda tähendab, et need olid inimesel juba eelnevalt olemas ehk siis tal endal oli siiski teatud hulk kapitali olemas. Sellest aspektist vaadatuna võib öelda, et ka etniline ettevõtte nõuab algkapitali. Võrreldes tootmisettevõtete rajamisega oli aga nende

kapitalimahukus pigem väike. Teise asjaoluna tooksin aga välja, et ettevõtte loomisel on riistvaralisest ja rahalisest kapitalist ehk veel olulisem teadmistest ja sotsiaalvõrgustikust tulenev kapital. Sergei sai sõpradega videoid tootva ettevõtte rajade tänu sellele, et tal oli endal teema vastu huvi, ta sõbrad olid seda valdkonda ülikoolis õppinud ning neil oli tänu Eesti rahvusvahelises koolis käimisele lai kontaktvõrgustik üle maailma. Andrei sai mehaanika arendusprojekte koostava ettevõtte rajada, kuna nii ta ise kui ka ta sõbrad olid seda valdkonda ülikoolis õppinud ning sellel alal ka töötanud ja tänu sellele leidnud kontakte teistest riikidest. Ilja sai turismi ettevõtte rajada, kuna ta tundis ühelt poolt nii Tallinna kui ka Eestit ja teiselt poolt oli tal palju kontakte Venemaal, Ukrainas ja Valgevenes ning ta oskas ka sealsete inimeste keelt. Seega võib öelda, et sotsiaalse, kultuurilise ja erialase kapitali poolest nõudsid kõik kolm ettevõtet suurt investeringut. Need investeringud olid aga väga pika aja jooksul kogutud ning väga spetsiifilised.

Varasematest uuringutest on ilmnunud, et üks etnilisele ettevõttele omane tunnus on sõltuvus tihedast kontaktvõrgustikust, seda nii klientide kui ka töötajate leidmisel. Sarnaselt varasemate uuringutega, olid ka minu intervjuueeritavate kaasosanikeks või töötajateks peamiselt nendega samast rahvusest inimesed. Nad ise tõid välja, et asutasid ettevõtted koos oma sõpradega ning kuna suur osa nende suhtlusvõrgustikust koosnes venelastest, siis sealt tulenevalt olid ka äripartnerid venelased. See tunnus on seni ka kõige tugevamini varasemate uuringutega kooskõlas. Kõik kolm leidsid oma esimesed kliendid tutvuste kaudu, kuid edasi on nende kliendibaas kas üpris laiaks kujunenud (Sergei ja Ilja) või jäänud püsivaks (Andrei) ning ei saa öelda, et see ainult isiklikest kontaktidest või kogukonnast sõltuks.

Aldrichi ja Austeri uuringu tulemuste põhjal iseloomustab etnilist ettevõtlust vähene innovaatus ja kõrged riskid. Hindasin Sergei videote produktsioonifirmat mitteinnovaatiliseks, kuna see ei ole ühelegi uudsele või spetsiifilisele grupile suunatud ega kasuta mingeid enneolematuid tehnilisi vahendeid. Kas Sergei ise ei toonud välja midagi, mis neid teistest väga palju eristaks. Andrei seevastu leidis, et Eesti turul on nende tegevus pigem uudne, sellega seoses on aga siin turul nende teenust ka keeruline müüa – ostjaid on vähe ning nad ei ole kuigi maksejõulised. Ilja turismi teenus ei ole jällegi väga uudne, natuke eriliseks muudab seda tema sihtgrupi valik, kuid ka selle poolest ei ole ta ainus Eestis. Niisiis võib öelda, et minu intervjuueeritavad kinnitasid varasemaid uuringuid selles osas, et ka nende ettevõtlusideed ei olnud silmatorkavalt innovaatilised. Samas jälle, uuenduslikkus seisneb tihti väga väikestes detailides, mida ettevõtja ise või teised ei pruugi näha. Mis puutub kõrgesse

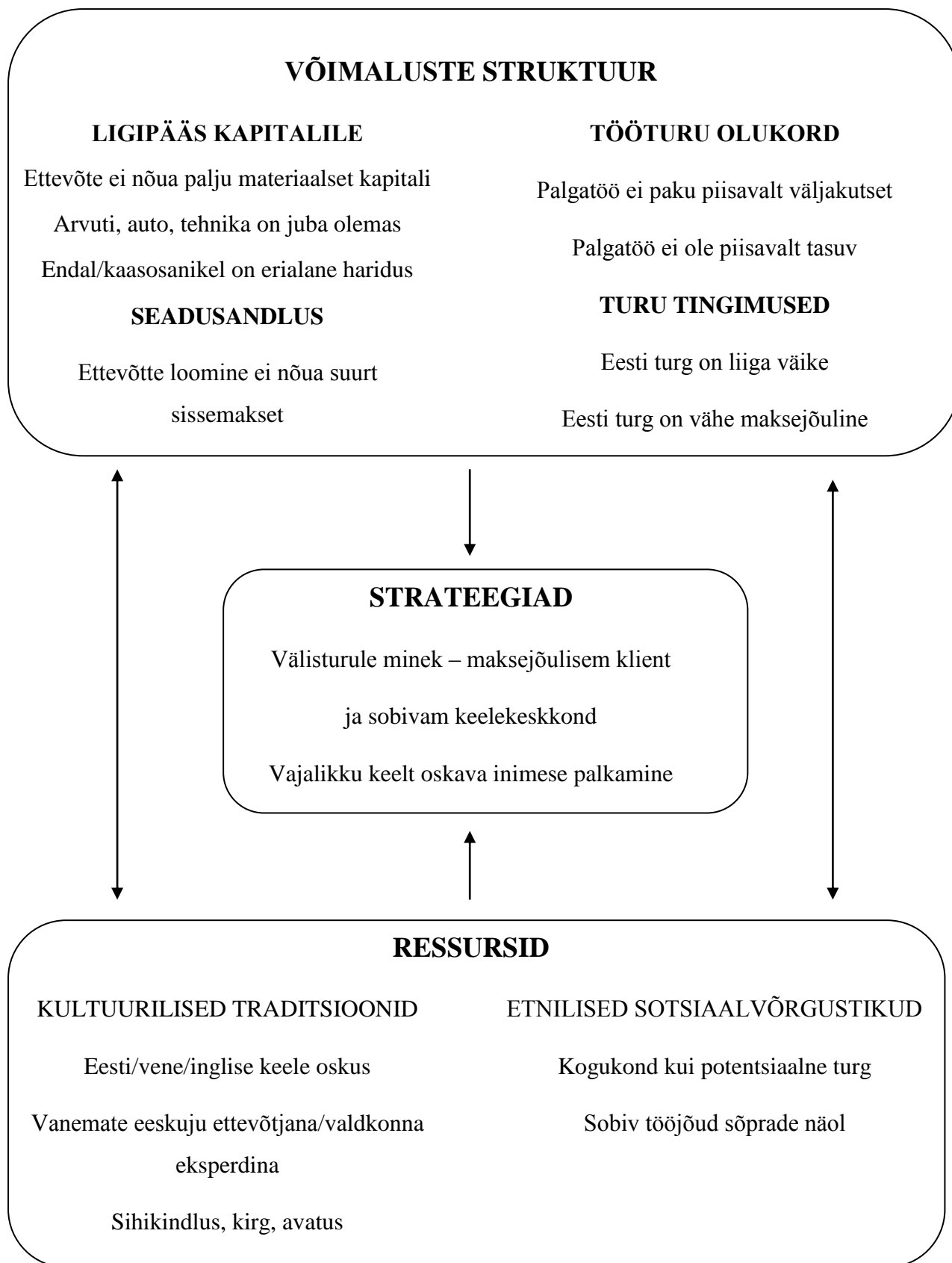
riskimäära, siis tõepoolest, nii video- kui ka turismifirma on selles mõttes kõrge riskiga, et mõlemad sõltuvad klientide hulgast ja see võib olla väga muutlik. Andrei firmal oli üks peamine klient, mis ühelt poolt loob turvatunde, kuna tellib pidevalt ja palju projekte. Teiselt poolt jällegi, kui see klient üks hetk ümber otsustab, siis on kahjud palju suuremad kui palju väikseid kliente omaval ettevõttel.

Omajagu keeruline on hinnata, kas intervjueeritavate ettevõtted on nišiettevõtted või mitte. Kõige kergem ja selgem on see Andrei firma puhul – tema pakutav teenus on väga spetsiifiline ja kindlale väikesele sihtgrupile mõeldud. Võib ka öelda, et Ilja tegevus on väga kindlale sihtgrupile mõeldud, kuid tema ettevõtte puhul on sihtgrupp märksa laiem. Sergei ettevõtte sihtgrupp oli kõige laiem ning vähem määratletum ja tema puhul võib üpris kindlalt väita, et tegu ei ole nišiettevõtte.

Analüüsimaks ressursse ja võimaluste struktuuri, mis mõjutasid intervjueeritud ettevõtjate kujunemist, kasutan Volery mudelit, mis kombineerib nii ettevõtjast endast kui ka keskkonnast lähtuvaid tegureid. Toon tabelis ära peamised tegurid ning seletan need järgnevalt lahti.

Üheks oluliseks ressursiks, mis kõigil intervjueeritavatel oli, on vanemate eeskuju. Kahel intervjueeritaval oli isa ettevõtja ning kolmas tõi välja, et kuna ta isa töötab mehaanika valdkonnas, on ka tema ise teadnud, et tahab selles valdkonnas töötada. Seega kehtib nende näidete puhul väide, et vanemate eeskuju mõjutab laste elukutse valikut. Huvitav on tähelepanek, et ettevõtjad andsid oma lastele edasi pigem ellusuhtumise ning palgatöötaja valdkonna oskused. Mõlemad isad, kes olid ettevõtjad, kasvasid oma lastes enese arendamise soovi ja iseseisvust. Niisiis omasid Ilja ja Sergei ettevõtjaks kujunemisel olulist rolli nende isad.

Kõigi intervjueeritavate puhul oli oluliseks ressursiks ka inglise ja vene keele oskus. Huvitav on jällegi tähelepanek, et venekeelsele turule orienteeris end ettevõtja, kes eesti keelt peaaegu üldse ei vullanud. Ainus, kelle klientide hulgas oli ka eestlasi, on ettevõtja, kes on eesti keelt kõige kauem rääkinud ning kelle keeleoskust hindasin intervjuu põhjal kõige kõrgemaks. Seega kinnitavad minu kogutud andmed, et keeleoskus kui vahend suhtlemiseks ja kultuuri tundma õppimiseks on oluline ressurss ettevõtlusega tegelemisel. Ei saa öelda, et eesti või mõne muu keele mitte oskamine on mõjunud takistusena. Pigem tuleb välja, et intervjueeritavad on suutnud enda oskused oma ettevõtte kasuks tööle panna ning vastavalt neile valinud sihtturu ja tegevusvaldkonna ehk siis nad on pannud tööle enda tugevused, et



Joonis 2. Eesti venelaste ettevõtte arengut mõjutavate tegurite mudel

ületada keskkonnast või enda nõrkustest tulenevad takistused. Siinjuures on muidugi oluline asjaolu, et keskkond on võimaldanud neil oma potentsiaali rakendada. Juhul, kui rahvusvaheline ettevõtlus oleks väga kõrgete barjääridega, ei oleks nende vene, inglise või mõne muu keele oskusest kuigi palju kasu, sest nad ei pruugiks oma sihtturuni jõuda. Seega võib öelda, et ettevõtjad suutsid enda tugevused oma ettevõtte kasuks panna tööle just sel viisil nagu nad seda tegid tänu võimaluste struktuuri toetusele.

Kõigist intervjuudest ilmnes, et ettevõtte käima jooksmise juures mängis olulist rolli kontaktvõrgustik. Varasematest uuringutest on ilmnenu, et etnilise ettevõtluse juures on olulisel kohal just kogukond kui turg ja töötajad ehk et peamised kliendid ning ettevõtte töötajad pärineb ettevõtja endaga samast rahvusest. Minu intervjuueeritavate puhul olid tõesti kõigi kaasosanikud ja enamik töötajaid nendega samast rahvusest, nende enda sõnul seetõttu, et nende sõpruskond koosneb valdavalt venelastest ning sõprade hulgast leidsid nad ka äripartnerid. Klientide osas võib aga ainult Ilja puhul öelda, et tema puhul toimus venekeelne kogukond turuna, kuna ülejäänud kahe kliendid on pigem mitte venekeelsed. Ilja ei toonud küll kordagi välja, et ta oleks kunagi tundnud, et ei saa Eestis oma vähese keele oskuse tõttu hakkama, kuid tema valik suunduda algusest peale väliturule viitab sellele, et tema valik oli keele ära õppimise asemel kasutada oma olemasolevat keeleoskust. Nii Andrei kui ka Sergei alustasid või proovisid alustada Eesti turult, kuid nemad pidid minema väliturule, kuna sinne klientuur oleks olnud liialt väike või vähe maksejõuline. Seega võib öelda, et Ilja valik väliturule minna sõltus pigem keeleoskusest, Andrei ja Sergei valik aga Eesti turu olukorrast. Varasematest uuringutest tuleb selgelt välja, et üks peamisi põhjusi, miks vähemusrahvuse esindaja oma ettevõtte loob, on tööturu barjäär ehk tema halvem ligipääs töökohtadele. Minu intervjuueeritavate puhul see ei kehtinud – kõigil oli enne oma ettevõtte loomist võrdlemisi hea töökoht. Vaid Andrei tõi välja, et teda ajendas oma ettevõtet looma palgatöö väike tasu. Põhjus ei olnud aga tema võimetuses kõrgemapalgalisele töökohale tõusta vaid tema soov teenida rohkem kui palgatöö seda üldse võimaldaks. Niisiis otsustas ta enda ettevõtte luua. Sergei ja Ilja tõid põhjusena välja pigem soovi tegeleda endale huvi pakkuvast valdkonnast. Jällegi võiks see viidata sellele, et nad ei suutnud endale huvipakkuvat töökohta saada, kas madala kvalifikatsiooni või sotsiaalse diskrimineerimise tõttu nagu varasemad uuringud on välja toonud. Minu intervjuueeritavatel oli aga kõigil kõrgharidus ning pigem oli nende ettevõtte loomise ajendiks nende soov olla enda peremees. Nii Ilja kui ka Sergei oleks võinud minna õppima turismi või filmindust ning seeläbi kuskile juba töötavasse ettevõttesse tööle

asuda, kuid see oleks võtnud palju kauem aega, et jõuda sinna, kus nad praegu on. Ehk siis jällegi panid intervjueeritavad enda oskused, teadmised ja kontaktid enda kasuks tööle, et kasutada ära keskkonna pakutavaid võimalusi.

Mitmed varasemad uuringud on välja toonud, et etnilise ettevõtluse arengut soodustavad vähemusrahvuse esindajatele omased iseloomu jooned nagu püsivus, sihikindlus ja kirg. Leian, et on ennatlik öelda, et kõiki vähemusrahvuste esindajaid need jooned iseloomustavad. Küll aga võib väita, et minu kolme intervjueeritavat iseloomustavad need jooned. Andrei tõi selgelt välja, et tema ettevõtte üheks edu aluseks oli algusaastatel 10-16 tundi töötamist töö ja kooli kõrvalt. Seega ilmneb ka siin, et intervjueeritavad pidid kõvasti pingutama, et keskkonna poolt pakutavaid võimalusi ära kasutada.

Üks ettevõtlusega tegelemist soodustav tegur oli ka intervjueeritavate ligipääs erinevatele kapitalidele. Otseselt ei nõudnud mitte ühegi ettevõtte alustamine suurt investeeringut. Samas oli kõigil alguses tarvis kas arvutit, telefoni, autot, kaamerat või muud tehnikat. Need olid neil lihtsalt endal olemas. Seega võib öelda, et tegelikult oli alginvesteeringut tarvis, kuid kuna neil olid vahendid juba olemas, siis ei olnud algkapitali leidmine ja kokkusaamine keeruline. Samuti mõjus soodustava tegurina Eesti seadusandlus, mis ei nõua ettevõtte alustamisel suurt riigilõivu ega rahalist sissemakset. Teadmiste kapitali osas oli kõigil intervjueeritavatel kas endal või kaasosanikel erialane teadmine ettevõtlus valdkonna kohta. Vaid Iljal ega tema sõbral ei olnud varasemat seost turismi teemaga, kuid nende ka puhul korvas selle lai kontaktvõrgustik.

Kokkuvõttes kujunes kõigi intervjueeritavate strateegiaks väliturule minemine – kellel enda riigikeele vähese oskuse korvamiseks, kellel rohkemate klientide leidmiseks ja kellel suurema tasu teenimiseks. Samuti esines sobivate kaasosanike või töötajate leidmist, et korvata enda oskuste puudujääke.

Läbi viidud uurimus annab ülevaate Eesti venelaste võimalikest eduteguritest ettevõtlusega tegelemisel. Kindlasti ei ole tegu lõpliku loeteluga. Edaspidi tasub uurida veel ainult Eesti turule keskenduvaid ettevõtjaid, et näha, kas neil läheb samuti nii väheste takistustega oma ettevõtte arendamine kui väliturule orienteeritutel. Samuti tasub uurida läbi kukkunud venelastest ettevõtjaid, et saada rohkem selgust, mis on takistavad elemendid ning miks nad ei ole suutnud neist üle saada. Kolmandaks tuleks uurida ka eestlasi ja venelasi võrdlevalt, et näha millised erinevused on nende ajendites ja takistustest ning strateegiates takistuste ületamisel.

Kokkuvõte

Antud töö eesmärk oli uurida Eesti venelaste ettevõtteid ning ettevõtlusega tegelemist mõjutavaid ressursse ja võimaluste struktuuri. Avasin teemat kolme intervjuu abil, mille viisin läbi Eesti 1980ndatel sündinud ettevõtjatega, kes kõik tegutsevad erinevas valdkonnas. Ettevõtete analüüsimiseks koondasin varasematest uuringutest välja tulnud etnilist ettevõtlust iseloomustavad tegurid ning vaatlesin, kas ja mil määral kehtivad varasemate uuringute tulemused minu intervjuueeritavate puhul. Ettevõtlust mõjutanud ressursse ja võimaluste struktuuri analüüsisin Volery mudeli abil.

Minu uuritud intervjuueeritavad kinnitasid varasemates uuringutes välja joonistunud etnilise ettevõtluse iseloomuliku joonena oma rahvuskaaslaste palkamist tööjõuna ning ettevõtte kalduvust olla väikese või keskmise suurusega. Selgelt lükkasid minu näited ümber, et etnilised ettevõtjad on madala haridustasemega. Kõigi intervjuueeritavate puhul võib öelda, et nende ettevõtted saavutasid edu tänu nende võimele raskustest ja takistustest võitu saada oma tugevuste oskusliku rakendamise abil. Peamiste ajenditena toodi välja kas soovi rohkem teenida kui palgatööl või soovi olla iseenda aja peremees.

Ükski intervjuueeritav ei osanud välja tuua suuremaid takistusi, mis oleks nende tegevust häirinud või raskeks muutnud. Ühelt poolt võis see tulla asjaolust, et nende ettevõtteid ei olnud kuigi vanad. Teisalt, kindlasti mängis rolli nende enda suhtumine väljakutsetesse ning algusest peale välisturule minek.

Vaatamata neile positiivsetele näidetele on Eestis venelaste töötus poole suurem kui eestlaste oma. Need kolm juhtumit näitavad, et Eesti venelased võivad nii palgatööl kui ka ettevõtluses väga edukad olla isegi juhul kui eesti keele oskus peaaegu puudub. Seega aitaks venelaste tööpuuduse vähendamisele kaasa ettevõtlikkuse arendamine koolis. Loomulikult ei piisaks vaid sellest, kuid see aitaks probleemi lahendamisele kaasa.

Kasutatud kirjandus

Aldrich, H., E., Waldinger, R. (1990) Ethnicity and Entrepreneurship. Annual Review of Sociology Vol 16

Masurel, E., Nijkamp, P., Vindigni, G. (2013) Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach. Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal Vol 16 No 1

Rahva ja eluruumide loendus 2011 - http://www.stat.ee/64309?parent_id=32784 (viimati vaadatud 30.05.2014)

Razin, E. (2002) The economic context, embeddedness and immigrant entrepreneurs. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research Vol 8 No 1/2

Rettab, B. (2001) The Emergence of Ethnic Entrepreneurship: a conceptual framework. Zoetermeer. EIM/Business & Policy Research

Ruef, M. (2010) Entrepreneurial Groups: social identities, relations, and collective action" Princeton University Press

Schaper, M., Volery, T. (2004) Entrepreneurship and Small Business: A Pacific Rim Perspective

Simpeh, K., N. (2011) Entrepreneurship theories and Empirical reasearch: A Summary Review of the Litureture. European Journal of Business and Management Vol 3 No 6

Statistikaamet – ER003, TT333 (viimati vaadatud 30.05.2014)

Strauss, A., L. (1987) Qualitative Analysis for Social Scientists. Cambridge: Cambridge University Press

Swedberg, R. (2000) The Social Science View of Entrepreneurship. Introduction and Practical Applications. Oxford: Oxford Press

Thornton, P., H. (1999) The sociology of entrepreneurship. Annual Review of Sociology Vol 25

Volery, T. (2007) Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship. *Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing

LISA 1

Intervjuu kava

- 1) Kas sa oled Eestis sündinud? Kuidas su vanemad siia jõudsid?
- 2) Mis keeles omandasid hariduse? Mis keeles tarbid peamiselt meediat?
- 3) Mis keeles suhtled igapäevaselt kõige rohkem? Mis keeles suhtled oma sõpradega?
- 4) Kas sinu vanemad või vanavanemad on ettevõtlusega tegelema? Kui jah, mis valdkonnas?
- 5) Kas tunned, et su vanemad on püüdnud sinu valikuid elus kuidagi mõjutada?
- 6) Millega tegeleb sinu ettevõtte? Kellega koos sa seda juhivad?
- 7) Miks soovisid ettevõtte luua? Milliseid takistusi esines? Kuidas need ületasid?
- 8) Kes on su kliendid? Kuidas leidsid esimese kliendi? Kuidas oled leidnud ülejäänud?

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Paula Koppel

(autori nimi)

(sünnikuupäev: 10.03.1991)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Ressursid ja võimaluste struktuur, mis mõjutavad Eesti venelaste ettevõtjaks kujunemist. Kolme ettevõtja võrdlus.

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on Märt Masso,

(juhendaja nimi)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 02.06.2014