

Tartu Ülikool
Usuteaduskond
Religiooniuringud

Meeli Vaikjärv

USKUMUSTE MÕJU ETTEVÕTLUSKÄITUMISELE

Magistritöö

Juhendaja: prof. Tõnu Lehtsaar

Tartu 2014

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	3
1. ETTEVÕTLUS JA ETTEVÕTJA	5
1.1. Ettevõtlus ja ettevõtlusaktiivsus	5
1.2. Ettevõtja kui fenomen.....	7
1.2.1. Ettevõtjate iseloomuomadused	8
1.2.2. Ettevõtluskäitumist mõjutavad teised psühholoogilised tegurid	10
2. USKUMUSED PSÜHHOLOGIAS	12
2.1. Uskumused inimekäitumise mõjutajana.....	12
2.2. Mina-uskumused	14
2.2.1. Enesetõhusus	15
2.2.2. Sisemine ja väline kontrollkese	17
2.2.3. Enesejuhtimine	19
2.3. Religioossed ja spirituaalsed uskumused	20
3. USKUMUSED ORGANISATSIOONIKULTUURI MÕJUTAJANA	24
3.1. Ettevõtte visioon kui uskumus	24
3.2. Ettevõtlus, eneseteostus ja vaimsus.....	26
3.3. Väärtuspõhine juhtimine	29
4. USKUMUSTE JA ETTEVÕTLUSE VAHELISTE SEOSTE UURIMUS	33
4.1. Valim ja uurimismetoodika	33
4.2. Tulemused	35
4.3. Arutelu.....	45
KOKKUVÕTE.....	51
KASUTATUD KIRJANDUS	53
SUMMARY	59
LISAD	61

SISSEJUHATUS

Ettevõtlus kui töökohtade looja ja majanduskasvu peamine allikas on muutunud järjest aktiivsemaks uurimisvaldkonnaks. Ettevõtlusaktiivsuse kasvuks on ühelt poolt olnud oluline sobiva ettevõtluskeskkonna loomine. Samavõrra tähtsal, kui mitte tähtsamal kohal on olnud tähelepanu pööramine ettevõtjale kui isikule aru saamiseks millised loomuomased eeldused, kognitiivsed protsessid ja otsustusmehhanismid on omased ettevõtluskäitumisele. Vähe tähelepanu on saanud aga uskumuste uurimine. Uskumused, sageli teadvustamata seisukohad ja arvamused, on need, mis on aluseks inimese identiteedile ning väärtushinnangutele. Uskumuste teadvustamine võimaldab teha teadlikumaid otsuseid ning kujundada uusi otsustamis- ja käitumisstrateegiaid.

Sotsiaalkultuurilises kontekstis on alati olnud tähtsal kohal ühiskonnas religioon. Kui muutub ühiskond, muutub ka religioon ja kui toimuvad muutused religioonis, kajastuvad need ka ühiskonnas. Moderniseerumine on toonud kaasa traditsioonilise religiooni taandumise ühiskonnast ning selle asendumise individualiseerumisega - inimene kujundab ise oma usu ehk usk ja moraal põhinevad järjest personaalsematel arusaamadatel ja veendumustel. Inimolend on oma olemuselt religioosne, tema maailm koosneb uskumustest nii enda, teiste kui maailma kohta. Ettevõtjad kui ühiskonna üha kasvav sotsiaalne grupp ei ole nendest muutustest puutumata. Seepärast on töös erilist tähelepanu pööratud religioossetele ja spirituaalsetele uskumustele.

Uskumused on tõesed, millesse inimene tingimusteta usub. Uskumuste sisuks võivad olla põhimõtted, arvamused, seaduspärasused või tõekspidamised, millest juhitudakse. Kui tegemist on konkreetse usundilise väitega, mida usutakse ja millest juhitudakse käitumises, siis on tegemist religioosse uskumusega. Uskumused ja suhtumised endasse, teistesse, maailma on alustaladeks hoiakute ja väärtushinnangute kujunemisele.

Ettevõtlus saab toimida ainult läbi inimliku juhtimise, läbi juhi isiku. Organisatsioonid on oma juhi nägu. Uskumusi, hoiakuid ja väärtushinnanguid ei ole võimalik lahutada inimese elust ehk juhi uskumused määravad ära selle milline on tema juhitud ettevõtte.

Käesolevas magistritöö eesmärk on uurida ettevõtte juhtide uskumuste mõju ettevõtluskäitumisele. Magistritöö esimene peatükis on käsitluse all ettevõtlus üldiselt ning ülevaade erinevatest ettevõtjatega seotud uuringutest. Teises peatükis vaadeldakse uskumusi psühholoogilisest aspektist keskendudes mina-uskumustele ning vaimsetele uskumustele. Kolmandas peatükis on vaatluse all ettevõtte juhi uskumuste mõju ettevõttele.

Metodoloogiliselt kujutab uurimus esimest etappi ettevõtja uskumuste ankeedi väljatöötamisel. Töös on teoreetiliste seisukohtade illustreerimiseks kasutatud teoorial põhinevat poolstruktureeritud intervjuud. See võimaldab keskenduda analüütilistele üldistustele ja mõtestada teoreetilisi lähtekohti Eesti kontekstis.

Töö tulemuseks on teoreetiline ülevaade uskumuste ja ettevõtluskäitumise vahelistest seostest. Teooria on kaetud näidetega intervjuudest ettevõtjate käitumist mõjutavate uskumuste kohta. Teoreetilised seisukohad ja poolstruktureeritud süvaintervjuude tulemused on aluseks edasiseks ankeedi koostamiseks. Ankeet on abivahendiks juhi uskumuste ja väärtuste kaardistamiseks ning nende mõju selgitamiseks organisatsioonis. Töö lõpus esitatakse metodoloogilised soovitused ankeedi koostamiseks.

1. ETTEVÕTLUS JA ETTEVÕTJA

Aktiivne ja atraktiivne ettevõtlus on riigi majandusliku ja sotsiaalse arengu aluseks. Seepärast on ka kõigi EL-i liikmesriikide ettevõtluspoliitika arengukavades pööratud tähelepanu ettevõtluskultuuri toetava keskkonna jätkuvale edasiarendamisele, ettevõtluse edendamisele ja toetamisele. Euroopa Komisjon on lisanud ettevõtluse edendamise Euroopa 2020 strateegiasse, kus ettevõtlust nähakse kui aruka, jätkusuutliku ja inklusiivse majanduskasvu ühte võtmetegurit (*Entrepreneurship in ... 2012: 2*).

1.1. Ettevõtlus ja ettevõtlusaktiivsus

Majanduskasvu oluliseks mootoriks on ettevõtlus – see on rahvusliku lisandväärtuse ja töökohtade loomise aluseks. Ettevõtluse arengu eelduseks on ettevõtlusaktiivsuse järjepidev tõus, mis tähendab uute, alustavate, elujõuliste ettevõtete teket ja arengut. Samavõrra on oluline aga ka juba tegutsevate ettevõtete finantsiline jätkusuutlikkus ja organisatoorne võimekus. Mõistmaks ettevõtlusega seotud tervikpilti, ettevõtlusaktiivsuse kujunemist ja ettevõtja kui isiku rolli selles, on avatud kõigepealt erinevaid mõisteid nagu ettevõtlikkus, ettevõtlus, ettevõtlusaktiivsus.

Ettevõtlikkus (*entreprise*) on hoiak, mida iseloomustavad loov ja uuenduslik mõtlemine, saavutusvajadus ja arukas juhtimine. Ettevõtlikkus viitab inimese võimele mõtteid tegudeks muuta. See eeldab loomingulisust, uuendusmeelsust ja riskivalmidust, samuti oskust võimalusi ära tunda, tegevust kavandada ja kavandatut ellu viia. Ettevõtlikkus võib avalduda kõigis eluvaldkondades (Ettevõtlusõppe edendamise kava ... 2010:9). Seega ettevõtlikkus isikuomadusena võib olla omane paljudele inimestele ning kasutades erinevaid sünonüüme võib rääkida ka teotahtelisusest, pealehakkamisest, algatamisest, isetegemisest, jne. Ettevõtlikkus on mõiste, mida saab kasutada iseloomustamiseks eelkõige füüsilist isikut, inimest. Ettevõtlik inimene on algatusvõimeline. Ta on orienteeritud oma ideede realiseerimisele, et selle kaudu saavutada teda ümbritseva keskkonna, iseenda ja oma lähedaste elukvaliteedi jätkuv paranemine (Zeiger 2013: 28). Ettevõtlikkus avaldub inimese sihipärasest tegevusest tuua muutusi erinevates

eluvaldkondades, mis parandavad, aitavad, soodustavad senisest paremat tulemust. Ometigi ei saa kõigist ettevõtjaid just ärilist konteksti silmas pidades.

Ettevõtluse (*entrepreneurship*) mõiste pärineb prantsuskeelsest sõnast „*entreprendre*“, mis otsetõlkes tähendab „enda peale võtma“ või „enda kätte võtma“. Ettevõtluse defineerimisele on lähenetud eri vaatenurkadest – kas esmatähtsaks on peetud ettevõtja isikuomadusi või on rõhuasetus olnud just rohkem ettevõtlusel kui protsessil. Vaatamata sellele, kummale neist rohkem erinevas kontekstis on rohkem tähelepanu pööratud, peab ettevõtjana tegutsemiseks ehk ettevõtluseks olema täidetud kaks üheaegselt ilmnevat osist: ettevõtlik inimene ja võimalus, mida see inimene märkab ja ära kasutab. Olla ettevõtja (*entrepreneur*) – see tähendab tegutseda määramatuses, kus on märgatud soodsat võimalust, mida tasub järgida (McMullen *et al* 2006:132). Kokkuvõtvalt on ettevõtluse mõistesse mahtunud võimaluste märkamine või tekitamine, ressursside uuenduslik rakendamine neid võimalusi ära kasutades ning riskide aktsepteerimine, mis kaasnevad selle protsessi uudsusega (Osiri *et al* 2013: 28). Selleks, et ettevõtlusmaastik oleks aktiivne, on oluline, et oleks inimesi, kes soovivad ettevõtlusega tegeleda.

Igal aastal luuakse Eestis keskmiselt 18 000 uut ettevõtet. Äriregistri statistika andmebaasi andmetel loodi 2011. aastal 17 755 uut ettevõtet, 2012.aastal 18 589 ettevõtet ning 2013. aastal 19 237 ettevõtet. Eelpoolnimetatud statistilistest näitajatest on näha, et mitte ainult aastas loodavate ettevõtete arv on suur, vaid ka igal aastal luuakse võrreldes eelneva aastaga üha rohkem uusi ettevõtteid.

Globaalne Ettevõtlusmonitooring (GEM) oli üks esimesi uuringuid, mis käsitles ettevõtlusalaseid hoiakud, hinnanguid ja kavatsusi. Eesti liitus uuringuga 2012.aastal ning antud uuringus käsitletud põhimõtted on silmas peetud ka käesolevas töös. GEM-i juhtmõte on mõõta individuaalset osalust ettevõtete loomisel, erinevalt muudest uuringutest, mis koguvad andmeid ettevõtetest.

Inimesed asutavad firmasid eri põhjustel. Neid võib ettevõtlusesse viia vajadus: soov ise endale tööd anda olukorras, kus puuduvad paremad valikud töö leidmiseks. Nende pingutusi võib ajendada ka soov säilitada või kasvatada sissetulekut või suurendada sõltumatust. Ettevõtjaid mõjutab ka ümbritsevate inimeste suhtumine, mis on osa ühiskonnas valitsevast ettevõtluskliimast. Ettevõtjad peavad olema valmis riske võtma ja neile kättesaadavaid võimalusi kasutama. Samal ajal on neil vaja ka ostuhuviga kliente,

huvitatud tarnijaid ning toetusvarmaid investoreid. Positiivne ühiskondlik suhtumine ettevõtlusesse aitab kaudselt kõigile neile asjaoludele kaasa (GEM lk 17).

Ettevõtlusaktiivsus (*entrepreneurial activity*) on funktsioon kahest komponendist – ettevõtlusvõimalustest ja inimeste võimekusest (motivatsioonist ja oskustest) nende võimaluste kasutamiseks (GEM 2012: 10). Ettevõtlusaktiivsus põhineb suuresti potentsiaalsetel ettevõtjatel, nende hoiakutel, teadmistel, oskustel ning usul oma edusse.

Ettevõtlust mõjutab hulk erinevaid tegureid – nii väliseid (ettevõtlus- ja õiguskeskkond, finantseerimise kättesaadavus, ettevõtluskoolitus) kui sisemisi (iseloome, väärtused, hoiakud, kogemus). Et täielikult aru saada ettevõtlusest kui protsessist, tuleb aru saada seesmistest teguritest ehk sellest, mille poolest erinevad ettevõtjad mitteettevõtjatest.

1.2. Ettevõtja kui fenomen

Eestis on pööratud 1990.aastate algusest erilist tähelepanu mitte niivõrd ettevõtlusvaimu ärgitamisele, kuivõrd ettevõtluse õiguslikule keskkonnale, selle korrastamisele ja reguleerimisele (Siimon *et al* 2008: 220). Ettevõtluskeskkonna loomine on olnud ja on ka praegu tähtsal kohal, kuid üha enam on fookusesse tõusnud ettevõtjale – inimene, kes oma omaduste, püüdluste ja oskustega loodud keskkonnas ettevõtluspotentsiaali realiseerib.

Lisaks makro- ja mikroökoloogiliste (majanduslikud tingimused, töötuse määr) ja sotsioloogilistele mõjurite uurimisele ettevõtluses, on üha rohkem tähelepanu hakatud pöörama sisemistele teguritele, mis on sageli sobivamad hinnangu andmise alused. Erinevatest ettevõtjale suunatud uuringutes on uuritud ettevõtjate tausta, motivatsiooni, psühholoogilisi karakteristikuid, mõtlemisprotsesse (Jackson 2010: 247), ettevõtjate loomuomaseid jooni (sugu, rass, vanus, haridus ja ettevõtlik taust), käitumuslikke tegureid (pühendumus, sihikindlus, saavutusvajadus, sisemine kontrollkese, ambitsioonikus, riskivõtmise julgus, võimaluste märkamine) (Balog *et al* 2014: 3).

Kuigi on hulgaliselt uuringuid, kus ettevõtja kui isiksusest arusaamine on toodud esikohale, on arenguruum siinkohal veel lai. Hisrich jt on viidanud sellele, et ettevõtlusalaseid uuringuid ärilisest, majanduslikust, juhtimisalasest ja sotsioloogilisest vaatepunktist on rikkalikult, kuid psühholoogide panus ei ole seni olnud veel täielik ning

pakub välja, et psühholoogia uurimissuunad võiksid olla järgnevad: ettevõtjate iseloomujooned, ettevõtjate psühhopatoloogia, ettevõtjate kognitiivsed protsessid, ettevõtlusharidus ja rahvusvaheline ettevõtlus (Hisrich *et al* 2007: 586).

Alljärgnevalt ülevaade mõnedest oluliste uurimissuundadest ning nende peamistest seisukohtadest.

1.2.1. Ettevõtjate iseloomuomadused

Ettevõtluskäitumise uurimisel on ettevõtja iseloomuomadused, mis eristab neid juhtidest ja ülejäänud ühiskonnaliikmetest, üheks levinumaiks uurimise objektiks. Ettevõtjale loomuomased jooned viivad neid ettevõtlusesse, edu saavutamisele ning on mitmeid uuringuid just ettevõtjale omaste joonte ja ettevõtluskäitumise vahelisi seoste väljatoomiseks.

Üldises mõttes iseloomuomadused sisaldavad võimeid (üldine intelligentsus, ka numbriline, verbaalne, emotsionaalne jne intelligentsus), motiive (saavutusvajadus, kuulusvajadus), hoiakuid (kaasaarvatud väärtused) ja isiksuse dimensioone kui isiku iseloomulikke kogemus- ja tegutsemisstiile (avatus kogemusele, meelegendus, ekstravertsus, sotsiaalsus ja neurootilisus) – viimast nimetatakse ka Suureks Viisikuks (akronüümiga OCEAN). Kõik viis seadmust koosnevad veel omakorda alamfaktoritest, mis on omavahel seotud ehk ühe alamfaktori tugeval esinemisel esineb ka teine alamfaktor. Suure viisiku seadumused koos alamfaktoritega on: neurootilisus (ärevus, vaenulikkus, masendus, enesekontroll, impulsiivsus, haavatavus); ekstravertsus (soojus, seltsivus, kehtestavus, aktiivsus, seiklusjahu, positiivsed emotsioonid); avatus (fantaasiale, kunstile, tunnetele, tegudele, ideedele, väärtustele); sotsiaalsus (usaldus, siirus, omakasupüüdmatlus, järeleandlikkus, tagasihoidlikkus, osavõtlikkus); meelegendus (asjatundlikkus, korralikkus, kohusetunne, eesmärgipärasus, enesedistsipliin, kaalutlemine) (Allik 2003: 52).

Suures Viisikus välja toodud dimensioonid ehk seadumused kirjeldavad inimese suhteliselt püsivat kalduvus sarnastes olukordades kindlal viisil mõelda, tunda ja käituda. Võrreldes ettevõtjatele omaseid baasjooni teiste inimrühmadega on leitud, et ettevõtjatel on madalam neurootilisus ja sotsiaalsus kui juhtidel, kuid kõrgemad näitajad ekstravertsuse osas. Kõige tugevamalt on ettevõtja staatusega seotud meelegendus ning

uuringud on näidanud, et ettevõtjad on rohkem avatud kogemusele kui juhid (Zhao *et al* 2006: 266).

Sageli tuuakse ettevõtjate puhul välja ka loovust ja riskijulgust. Ettevõtjad loovad midagi uut ühiskonna jaoks, mis rahuldab tarbijate latentseid vajadusi. Edukad ettevõtjad häälestuvad potentsiaalse turu vajadustele ja soovidele. Ettevõtjal peab olema küllaga kujutlusvõimet ette kujutada uut toodet või teenust ja tuua see turule. See, mida ettevõtjad teevad on eksperiment, mis võib, aga võib ka mitte töötada nii nende kui ka ühiskonna jaoks. Ei ole mingit garantiid eduks ja ei ole organisatsioonilisi vahendeid, millele toetuda, kui üritus läbi kukub (Buchholz *et al* 2005: 307).

Vaatamata arvukatele uuringutele, mis toetuvad ettevõtjatele omastele loomuomadustele, on kriitikana välja toodud, et kuigi selliseid iseloomujooned nagu saavutusvajadus, riskivõtmisvalmidus ja tolerantsi ebamäärasuse suhtes on vaadeldud kui potentsiaalseid iseloomujooni, mis seostuvad ettevõtluskäitumisega, siis enamus sellistest iseloomujoontest on leitud olevat mitteunikaalsed ja on omased paljudele ettevõtlikele inimestele, sealhulgas juhtidele (Low *et al* 1988: 147). Selle asemel, et pühenduda üksikutele iseloomuomadustele, on palju kasulikum sügavamalt aru saada ettevõtjate kõige põhilisematest tegutsemismustritest (Korunka *et al* 2003: 38). Ainult isikuomadused ei ole kindlad tuleviku käitumise ennustajad (Gartner 1989: 33), sest võimaluste äratundmist ja ettevõtluskäitumist nende võimaluste realiseerimiseks mõjutavad erinevad tegurid nagu näiteks: isiklik taust, kognitiivsed protsessid, kavatsused (Uygun & Kasimoglu 2013: 24).

Ettevõtjate ees seisvad ülesanded on erinevad vastavalt tegevusvaldkonnale ja -piirkonnale, konkurentsile, finantsressurssidele, ettevõtte arengufaasile, jne. Kuid just ettevõtjate ees seisvate erinevate ülesannete lahendamise süstemaatiline analüüs võimaldab avada selliste unarusse jäetud aspektide mõju ettevõtlusele nagu seda on kognitiivsed võimed ja väärtused, mis on samavõrra tähtsad kui Suure Viisiku seadmused (Brandstätter 2011: 229). Seega ainult ettevõtja iseloomujoonte uurimisele toetumine ei anna selget vastust sellele, miks osadest ettevõtlikest inimestest saavad ettevõtjad ning osadest mitte ning miks osad ettevõtjad on efektiivsemad kui teised.

1.2.2. Ettevõtluskäitumist mõjutavad teised psühholoogilised tegurid

Teine suurem suund joonte uurimise kõrval pöörab tähelepanu rohkem protsessi uurimisele. Kognitiivsed protsessid mängivad olulist rolli teadmiste selekteerimisel, organiseerimisel, töötlemisel, säilitamisel ja kasutamisel. Kognitiivse süsteemi individuaalse toimimise variatiivsus ja unikaalsus teeb inimesed erinevateks isiksusteks ning seega on põhjendatud tähelepanu pööramine just selliste protsesside uurimisele.

Parim planeeritud käitumise ennustaja, sealhulgas ettevõtjaliku käitumise ennustaja, on kavatsus ehk kavatsus vastavalt käituda eelneb alati käitumisele. Ettevõtluskavatused on olulise tähtsusega mõistmaks ettevõtlusprotsessi üldises mõttes. Ettevõtlusalases kirjanduses on esindatud kaks ettevõtluskavatsuse mudelit: Ajzeni planeeritud käitumise mudel ja Birdi ettevõtlike ideede rakendamise mudel.

Ajzeni planeeritud käitumise teooria kohaselt sisaldab käitumine inimese hoiakuid käitumise suhtes, tajutud kontrolli käitumise üle ja subjektiivseid norme (uskumused, mida teised käitumisest arvavad). Hoiak käitumise suhtes, subjektiivsed normid ja tajutud kontroll käitumise üle on mõjutatud nendega seotud uskumustest, mida omakorda mõjutavad mitmed taustategurid. Teooria ei erista uskumuste päritolu, ta toob lihtsalt välja võimalikud tegurid, mis mõjutavad inimeste uskumusi ja hoiakuid. Nendeks on inimese loomuomadused ja väärtushinnangud, demograafilised tegurid nagu haridus, vanus, sugu ja sissetulek, kokkupuude meedia ja teiste erinevate informatsiooniallikatega (Ajzen 2011: 1123).

Bird'i ettevõtluskavatsuse mudel põhineb kognitiivsel psühholoogial. Kavatsuslikkus on vaimne seisund, mis juhib inimese tähelepanu (seega ka kogemuse ja tegevuse) spetsiifilise objekti (eesmärgi) poole. Kavatsus on kujundatud nii ratsionaalse (analüütilise) kui intuitiivse (holistilise) mõtlemise poolt (Bird 1988: 443). Boyd ja Vozikis laiendasid mudelit lisades sinna enesetõhususe mõõtme. Enesetõhusus ehk uskumus, et suudetakse midagi tõhusat korda saata, on mõjutatud eelnevast töökogemusest, ettevõtja rollimudelist ja sotsiaalsest tugisüsteemist. Ettevõtluskavatus on tugevaim ja ettevõtluskäitumine kõige tõenäolisem, kui on kõrge enesetõhususe tase, tugev ettevõtja rollimudel ja kõrge eesmärkide püstitamise ja neile pühendumise tase (Boyd & Vozikis 1994: 73).

Ettevõtjate sotsiaalne representatsioon mängib fundamentaalset rolli kujundades arusaama nii ettevõtluse sotsiaalsest ihaldatavusest (*desirability*) (ettevõtlus kui atraktiivne karjäärivõimalus) kui ka sotsiaalsest teostatavusest (*feasibility*) (ettevõtlus kui kättesaadav ja realistlik karjäärivõimalus). Ka ettevõtlusalane kirjandus viitab sellele, et ettevõtluskäitumise julgustamine ei vaja mitte ainult õiguslikku, majanduslikku ja poliitilist infrastruktuuri, vaid samuti ka „sobivat kognitiivset infrastruktuuri“. Selline kognitiivne infrastruktuur, mis koosneb positiivsetest sotsiaalsetest representatsioonidest, hoiakutest ja uskumustest, on väga oluline stimuleerimaks ettevõtjalikke karjäärivalikuid, sest see väljendab arusaamu, et edu teel olevad takistused on võimalik ületada ja ebaedu saab muuta õpivõimaluseks (Radu 2008: 261).

Ettevõtliku hoiaku komponentidena võib välja tuua 4 tegurit – saavutamine (oluline faktor ettevõtluse kui karjääri valikul), innovatsioon (inspireerib olema teerajaja), isiklik kontroll (uskumus võimesse kontrollida oma tulevikku) ja enesehinnang (peegeldub tajutud kompetentsuses ja enesekindluses ettevõtlustegevuse suhtes) (Choe *et al* 2013: 145).

Isiku käitumine on mõjutatud mitte ainult isikuomadustest ja võimetest, vaid ka huvidest ja nende kolme teguri koosmõjust. Huvid tõmbavad inimesi teatud tegevuste poole ja mõjutavad seda, milliseid käitumuslikke tendentse ja oskusi nad omandavad. Seega huvid võivad olla tähtsaks karjääriga seotud valikute, sealhulgas ettevõtluse kasuks otsustamise ennustajaks (Almeida *et al* 2014: 103 - 104).

Iseloomujoontest olulisemaks ettevõtluskäitumise mõjutajateks või vähemalt nendega koostoimivateks on vastavalt sobivad kognitiivsed protsessid, kavatsus toimida ettevõtjana, huvi ettevõtluse vastu ning positiivne kuvandi olemasolu ettevõtlusest ja ettevõtjast.

2. USKUMUSED PSÜHHOLOOGIAS

Uskumused on tõesed, millesse inimene tingimusteta usub. Uskumused võivad puudutada inimese kogemusi, veendumusi, aga ka lihtsalt väljendada suhtumist. Uskumused võivad puudutada ka inimest ennast. Sellisel juhul räägitakse enesekohastest uskumustest (Lehtsaar 2013: 180).

Uskumused tekivad erinevatel põhjustel ümbritseva keskkonna mõjul – olgu selleks vanemad, sõbrad, ühiskond tervikuna. Kord tekkinuna on inimestele omane neid mitte kahtluse alla seada, vaid neid kaitsta, ratsionaliseerida, põhjendada ehk arusaam maailmast sõltub paljuski sellest, millised uskumused inimestel selle kohta on. Seega omavad nii uskumused kui uskumuste kujunemine suurt tähtsust iga inimese elus. Uskumused mõjutavad inimeste reaktsioone edule ja ebaõnnestumistele ning eneseusaldust, mis neil on oma eesmärkide suhtes. Sügavaimad uskumused puudutavad inimese identiteeti – seda, mida ta usub enda olevat.

Iga tegevus põhineb teatud teadvustatud või teadvustamata uskumuste kogumikul. Uskumuste teadvustamine võimaldab teha teadlikumaid otsuseid ning kujundada uusi otsustamis- ja käitumisstrateegiaid.

2.1. Uskumused inimkäitumise mõjutajana

Seletamaks ümbritsevat maailma, loovad inimesed erinevaid hüpoteese. Suurt hulka informatsiooni peavad inimesed aga endastmõistetavaks – need on uskumused, mis vaidlustamisele ei kuulu. Uskumused on väited, mida peetakse tõeseiks. Nad on olulisel määral võrdlemisi neutraalsed. Baasuskumused või uskumuste süsteem organiseerib ning kujundab inimeste eesmärke ja püüdlusi nagu ka kogemuste ja tegevuste mustreid luues konstruktsioone ja reaktsioone keskkonna suhtes. Inimeste uskumused sisaldavad nende olemuse ja tegevuse mentaalseid representatsioone, nende suhteid, nende maailma (Dweck 2008:391).

Uskumusi iseloomustab nende püsivuses ajalises perspektiivis (inimesed kalduvad võtma vastu uut informatsiooni viisil, mis kinnitaks juba olemasolevaid uskumusi), seesmine kooskõllalisus (inimesed eelistavad olukorda, kus nende kognitsioonid või uskumused on kooskõllas nii üksteisega kui ka nende käitumisega) ja hierarhiline ülesehitus (baasuskumused, mis on oma loomult püsivad, aitavad struktureerida vähemtähtsamaid perifeersemaid uskumusi) (Renshon 2008: 823).

Uskumuste tekkimist on käsitletud erinevate teooriate valguses:

- 1) Standardteooria järgi on uskumused defineeritud ratsionaalselt. Olemasolev informatsioon testitakse ja kategoriseeritakse viisil, mis annab parima (optimaalseima) uskumuse ehk välisel stiimulil on siin määrav roll;
- 2) Normatiivne vaade uskumustele näeb peamiseks käitumise allikaks sisemist dispositsiooni, mis vastandub välisele keskkonnale. Ta ei püüa uskumusi seletada, vaid inimesed käituvad teataval viisil, kultuuriliste normide, mentaliteedi või lapsepõlve pärssivate mõjude tõttu. Uskumused ei ole siin kujundatud mitte empiiriliste kogemuste põhjal nagu standardteooria puhul, vaid enne empiirilisi andmeid normide poolt;
- 3) Transaktsiooniline vaade rõhutab, et uskumus ei tulene ei intellektist ega empiirilistest faktidest, vaid on osa intellekti ja empiiriliste andmete ühendusest (Khalil 2011: 653 - 656).

Tuginedes erinevatele uskumuste kujunemise teooriatele on uskumustest arusaamiseks vajalik meeles pidada, et enamasti on tegemist teadvustamata protsessidega ning seepärast on alateadlikult esimeseks valikuks olemasoleva uskumuste süsteemi säilitamine vaatamata uuele vastukäivale informatsioonile. Uskumuste külmutamine sõltub sellest kui osav on inimene alternatiivsete seletuste väljamõtlemisel ja kui kõrgelt motiveeritud ta on vana süsteemi säilitama ehk uskumused võivad saada jõudu juurde. Samas võivad olemasolevad uskumused ka jõudu kaotada või hoopis muutuda kui muutuvad inimese teadmised maailmast või muutub maailm. Esimesel juhul inimesel võib olla ekslik või mittetäielik arusaam ning uue informatsiooni lisandumisel ta korrigeerib oma eelnevaid uskumusi (*belief revision*) või teisel juhul kokkupuude uute olukordadega ja teiste või inimese enda käitumise muutumine viib uute uskumusteni (*belief update*) (Boutilier 1998: 282).

Uskumused on aluseks hoiakute kujunemisele. Kui uskumused on eelkõige vaid arvamused või seisukohad, siis hoiakul on kolm mõõdet: kognitiivne -uskumused ja

mõtted hoiaku objekti suhtes, afektiivne - positiivsed või negatiivsed tunded hoiaku objekti suhtes, konnatiivne - osutab taatele käituda kindlal viisil hoiaku objekti suhtes (Robinson *et al* 1991: 17). Hoiakud omakorda on aluseks käitumisele. Soovides muuta inimese käitumist tuleb aru saada hoiakust selle käitumise taga ning jõuda seda hoiakut kujundava baasuskumuseni.

Keskendudes inimeste uskumustele nende eelistuste, harjumuste või paljude isikuomaduste uurimise asemel, aitavad uskumused palju täpsemini vastata sellistele küsimustele: millised tegurid aitavad elus hästi toime tulla, st õppida ja areneda; mis aitab hoida rahuldustpakkuvaid suhteid; kuidas saavutada edu koolis ja karjääris. Uskumused on tavaliselt väga täpselt määratletavad, lihtsalt mõõdetavad, teisendatavad läbi sekkumise nende destruktiiivse mõju paljastamise läbi vastupidiselt suurele hulgate iseloomuomadustele, mis ei sisalda vihjeid, kuidas neid muuta (Dweck 2008:392).

Mitmed uuringud on toonud välja, et muudetud uskumused on ka püsivad. Näiteks töid Kray jt oma uuringus välja, et laialtlevinud uskumus, et on olemas ainult sünnipäraseid häid läbiraäkijaid, on müüt. Mitte ainult, et läbiraäkimisoskused olid omandatavad, kui selle omandamisesse usuti, vaid neil omandatud uutel uskumustel -olla hea läbiraäkija - oli ka kestev mõju ajas (Kray *et al* 2007:63).

Uskumuste ja hoiakute kujunemise juured on varases lapsepõlves. Nad määravad ära selle, kuidas inimene suhtub iseendasse ja ümbritsevasse maailma ning kuidas ta käitub erinevates olukordades. Baasuskumuste süsteem on püsiva loomuga ning vähemtähtsate uskumuste kujunemise allikaks. Uskumused võivad olla inimese toimimist toetavad või mitte. Mittetäisväärtuslik toimimine erinevates eluvaldkondades ei ole aga paratamatu, uskumusi saab muuta. Uskumuste muutmise aluseks on teadlikkus oma uskumuste süsteemist ning motivatsioon muuta destruktiiivseid uskumusi.

2.2. Mina-uskumused

Kolm kõige fundamentaalsemat hinnangut, mis on igal inimesel, on suhtumine endasse, suhtumine teistesse inimestesse ja suhtumine maailma. Need on inimeste mina-teooriad ning omandatud enesekohased uskumused mängivad selles olulist rolli.

2.2.1. Enesetõhusus

Enesehinnang (*self-esteem*) on minakäsitluse hinnanguline mõõde, mis seostub sellega, kui väärtusliku ja/või enesekindlana inimene ennast tunneb (Hayes 2002: 151) ehk enesehinnang on hoiak enda suhtes, mis mõjutab suuremal või vähemal määral elu erinevaid aspekte. Kõrge enesehinnang annab inimesele julgust tegutsemiseks ja jõudu raskete olukordadega toimetulemiseks.

Enesetõhusus ehk efektiivsususkumus (*efficacy belief*) väljendub inimese veendumuses hakkama saada soovitud ülesandega. Enesetõhusus ei sõltu reaalsest inimese võimetest ja oskustest, vaid sellest, mida inimene usub, et ta teha suudab. Tugeva enesetõhususega inimesed seavad endale kõrgeid püüdlusi, teevad pikaajalisi plaane, esitavad endale väljakutseid, pühenduvad nende saavutamisele ning visualiseerivad edukaid tulemusi isiklikesse puudustesse takerdumise asemel (Bandura 1997:4).

Inimestel on vajadus omada kontrolli oma elus toimuva üle ning mida rohkem inimesed tajuvad, et nad suudavad teha seda, mida nad teha tahavad, seda paremad suhted on neil teiste inimestega, nad on rahulolevamad oma tööga ja parema tervisega. Enesetõhususe teooria väidab, et enesekohane mõtlemine on tajutud kontrolli peamine element ehk uskumine oma võimettesse suurendab positiivset tunnet, et kontrollitakse oma elu. Vaatamata sellele, mida inimesed usuvad oma eelnevate soorituse põhjuste kohta või võimalike tuleviku tulemuste kohta, on ebatõenäoline, et nad tegutsevad kui nad kahtlevad oma võimetes toime tulla eeldatava käitumisega (Cervone 2000: 31). Kuigi enesetõhusus laieneb erinevatele situatsioonidele isikuomaduste osas, mida inimene endas tugevaks peab, siis igat situatsiooni hinnatakse siiski eraldiseisvalt soorituse võimalikkust arvestades.

Kõrge enesetõhususega inimestel on optimistlikum seletusstiil. Nad kalduvad nägema ebameeldivat sündmust nende elus kui ebaisikulist, ajutist ja konkreetset sündmust puudutatavat vastupidiselt negatiivsema seletusviisiga inimestele, kes näevad, et halvad asjad juhtuvad ainult nendega nende enda süül, need ei lähe kunagi paremaks ja mõjutavad nende elu igat aspekti (De Castella *et al* 2013: 502).

Dispositsiooniline optimism on indiviidi ootuse laad tuleviku suhtes, et juhtuvad pigem head asjad kui halvad asjad. Kuigi inimesed on sarnaselt optimistlikud, siis erinevus optimismi allikas ja struktuuris võib mõjutada erinevalt inimeste käitumist. Kui inimene

usub, et tema tulemused sõltuvad pigem tema enda tegutsemisest kui välistest teguritest nagu sotsiaalne toetus ja juhus, siis rakendavad nad aktiivseid toimetulekumeetodeid ka keerulistes olukordades vastupidiselt inimestele, kelle optimism põhineb hea õnne ja teistele lootmise uskumustel ning kes jätkavad passiivset ootamist olukorra lahendamiseks. Vaatamata alusele, millel optimistlikud tulevikuootused põhinevad, on optimistlikel ootustel soodne mõju tegevuse tulemuslikkusele, psühholoogilisele heaolule, kehalisele tervisele (Urbig 2012: 855).

Optimistlik ellusuhtumine on aluseks erinevatele enesekohastele teooriatele. Paindliku enesekohase teooriaga inimesed usuvad, et enamus nende põhiomadusi on arendatavad õppimise läbi vastupidiselt fikseeritud enesekohase teooriaga inimestele, kes usuvad, et nende sellised omadused nagu näiteks intelligentsus on lihtsalt fikseeritud seadumus. Seega enesekohased teooriad mängivad tähtsat rolli nii väljakutsete otsimisel, eneseregulatsioonil kui vastupidavusel (Dweck 2008:392).

Enesetõhusust saab tugevdada neljal viisil: positiivsed kogemused (edukas sooritus tugevdab efektiivsususkumusi); sotsiaalsed eeskujud (jälgides, et sarnased „teised“ on ülesande sooritamisel edukad, tugevdab see uskumust oma soorituse edukusest); sotsiaalne veenmine (kui inimesed saavad sotsiaalset julgustust, aitab see üle saada kahtlustest soorituse edukuse kohta); oma psühholoogiliste seisundite hindamine (parandades oma füüsilist vormi aitab see hakkama saada psüühilise pingega ja psühhosomaatiliste näidustustega) (Wood & Bandura 1989: 365).

Positiivsed efektiivsususkumused ennustavad ettevõtluseesmärkide saavutamist, iseendale töökoha loomise kavatsust ja ettevõtte kasvu. Kui inimestel on ettevõtlusvõime suhtes paindlik mõtteviis, siis nad on veendunud, et nad on edukad ka siis, kui probleemid kerkivad, samas kui fikseeritud mõtteviisiga inimesed panevad oma võimed kahtluse alla. Paindliku mõtteviisi puhul ei täheldatud hirmudega silmitsi seistes vähenenud efektiivsust, samas kui fikseeritud mõtteviisiga inimestel oli see olemas (Pollack 2012: 287-292).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et kõrge enesetõhusus, optimistlik ellusuhtumine ning paindlik mõtteviis avaldavad positiivset mõju eesmärkide püstitamisele ja nende saavutamisele, seonduvad inimese suurema rahuloluga ning parema füüsilise tervisega ning on eduka ettevõtluskäitumise eelduseks.

2.2.2. Sisemine ja väline kontrollkese

Kontrollkeskme struktuur põhineb üldisel uskumusel, mis erineb indiviiditi vastavalt sellele, kas neil on sisemine (internaalne) või väline (eksternaalne) kontrollkese. Inimesed, kellel on väline kontrollkese näevad ennast passiivsetena ja usuvad, et sündmused nende elus toimuvad nende poolt kontrollimatute jõudude poolt. Nad tunnevad, et olukorrad, mida nad soovivad saavutada sõltuvad õnnest, juhusest, mõjukatest inimestest või institutsioonidest. Nad usuvad, et nende võimalused kontrollida oma elu oma tegevustega, on madal. Ja vastupidiselt, neil kellel on sisemine kontrollkese, näevad ennast aktiivsetena, tunnevad, et on ise oma saatuse sepad ja usuvad, et kontrollivad oma elu sündmusi tänu oma pingutustele ja oskustele (Boone *et al* 1996: 668).

Olenevalt sellest, kas inimesel on sisemine või väline kontrollkese, suhtutakse ka vedamise ehk hea õnne osakaalu oma elus. Väide „et saavutada eesmärki, on vajalik mõningal määral vedamist, et asjad läheksid nii nagu ma soovin“ on positiivselt seotud veendumusega saavutada eesmärk samas kui väide „ma vajan teatud hulka vedamist, et saavutada eesmärki“ on negatiivselt seotud kindlustundega saavutada soovitud eesmärk. See eeldab, et on peen erinevus kasutada „head õnne“ eesmärkide saavutamise skeemides. Kui esimene väide peegeldab õnne kui sisemiselt kontrollitavat atribuuti, siis viimatimainitud väide on pessimistlikum peegeldades vedamise komponenti kui välist ja kontrollimatut. Kui inimesed kasutavad uskumust heasse õnne kui ühte osa oma eesmärkide planeerimise protsessis, siis erinevused veendumuses eesmarke saavutada sõltub sellest kas atribuuti õnn nähakse rohkem internaalse ja kontrollitava atribuudina või eksternaalse ja kontrollimatu atribuudina (Day & Maltby 2005:1224). Olenevalt sellest, kuhu inimesed asetavad oma jõupunkti, on suhtumine ka vedamisse elus ehk hea õnn ei ole see, mis tuleb väljastpoolt, vaid pigem võimaluste loomine, märkamine ja neile reageerimine ehk uskumine enda võimesse tuua sisse muutusi nii enda elus kui ühiskonnas.

Mida tugevam on sisemine kontrollkese, seda kindlamalt tunnevad inimesed enda elu juhtivat. Kuid kui inimesed on liigselt enesekindlad, siis nad ülehindavad oma õigsuse tõenäosust. Liigne enesekindlus ilmneb siis, kui inimesed ignoreerivad uut informatsiooni, kui algne otsus on tehtud või nad ei saa aru oma plaanide ulatusest või hinnangud on ebakorrektsed. Inimesed, kes on liigselt enesekindlad, suhtuvad oma

oletustesse kui faktidesse ja võivad uskuda, et teatud tegevused on vähem riskantsed kui nad tegelikult on. Kontrolli illusioon on määra ülehindamine, millega inimene saab mõjutada konkreetset situatsiooni ja selle tulemust. Selline ülehindamine tuleneb asjaolust, et inimesed otsivad informatsiooni, mis nende arvamust toetab ning ignoreerivad vastupidist informatsiooni (De Carolis & Saparito 2006: 45).

Sisemine kontrollkese kui isikuomadus suurendab kontrolli illusiooni. Kontrolli illusioon tugevdab nii inimese kavatsust hakata ettevõtjaks kui ka kõrgeid hinnanguid edu saavutamise võimalikkusesse. Alustavate ettevõtete kõrgeid ootusi, müügitulude ja töötajate arvu ülehindamise ühe põhjusena nähakse tendentsi hoida kindlat uskumist oma projekti edusse isegi siis, kui on teada, et teised on sarnaste projektidega põrunud (Cassar 2010: 823). Vaatamata sellele, et sisemine kontrollkese on aktiivse ellusuhtumise aluseks tänu uskumisele, et suudetakse kontrollida oma elusündmusi, tuleb tähelepanelik olla reaalsustaju ületamise osas.

Et aru saada, kuidas ettevõtted tajuvad potentsiaalseid võimalusi tähendab aru saada sellest, kuidas nad tajuvad kontrolli keskkonna üle. Tajutud kontroll mõjutab kavatsuslikku käitumist ja on fundamentaalne alus riskivõtmiskäitumisele. Võimel teha vahet realistlikel ja mitterealistlike kontrolluskumuste vahel on määrav tähtsus. Selles eristamise protsessis on oluline määratleda millised keskkonnast tulenevad faktorid on indiviidi kontrolli all ja millised mitte (Hayek 2012: 4).

Optimism on üks tavalisemaid ettevõtlusuuringutes tsiteeritud atribuute, kui ettevõtlikke inimesi kirjeldatakse. Kuigi ettevõtjad on optimistlikud, on nad samal ajal ka realistlikud. Ettevõtjad, kes on realistlikud suhtuvad riskidesse erinevalt kui optimistlikud. Võimalik, et realistlikud ettevõtjad on tegelikud ellujääjad uute ettevõtete loomise konkureerivas maailmas (Liang *et al* 2008: 68).

Sisemise kontrollkeskmega inimene tunnetab oma jõudu ning usub, et suudab väliseid sündmusi mõjutada ning on veendunud, et edu ja ebaedu oleneb tema enda pingutustest. Välise kontrollkeskmega inimesele tundub, et tema edu sõltub välisteguritest, mitte temast endast. Vaatamata sisemisele kontrollkeskmele ja kõrgele enesehinnangule, tuleb tähelepanu pöörata kontroll-uskumustele, mis vastaksid reaalsusele. Siinjuures on oluline tähtsus enesejuhtimisel.

2.2.3. Enesejuhtimine

Selleks, et tegutseda planeeritult ning saavutada loodetud tulemused, on olulised nii kõrge enesetõhusus ehk positiivsed efektiivsususkumused, optimistlik meelelaad kui ka tugev sisemine kontrollkese. Sellise tulemusliku käitumise üheks alustalaks on teadlikkus endast, eneseanalüüs. Olles teadlik enda mõtetest ja tunnetest, saab inimene tegeleda enesejuhtimisega.

Enesejuhtimise oskused mängivad tähtsat rolli, läbi enese käitumise jälgimise ja mõttemustrite analüüsimise saavad ettevõtjad teadlikumaks, kus nad saaksid oma võtmetugevusi igapäevaselt kasutada. Rakendades positiivset sisekõnet, tuvastades ja asendades irratsionaalseid ja destruktiivseid uskumusi ning rakendades mentaalseid praktikaid viib see palju optimistlikuma ja oportunistlikuma mõtlemiseni ettevõtte ülesehitamisel (D'Intino *et al* 2007: 111).

Enesejuhtimine (*self-leadership*) on individuaaltasandi protsess, mille läbi inimene mõjutab ennast kontrollides oma tegevust ja mõtlemist. Enesejuhtimine sisaldab endas spetsiifilist käitumist ja kognitiivseid strateegiaid, mis mõjutavad inimese efektiivsust. Need strateegiad on koondunud kolme peamisesse kategooriasse:

- 1) käitumisele fokusseeritud strateegiad – toetavad indiviidi eneseteadlikkuse tõstmist aidates kaasa eelkõige käitumise juhtimisele, mis on seotud vajalike, kuid sageli ebameeldivate ülesannetega;
- 2) tasu strateegiad – situatsioonide loomine, kus inimene on motiveeritud või tasustatud ülesande või tegevuse nauditavate aspektide poolt. Esimene strateegia hõlmab endas meeldivate ja nauditavate detailide ehitamist tegevusse nii, et kogu ülesanne ise muutub olemuslikult tasu pakkuvaks. Teine strateegia sisaldab endas tähelepanu juhtimist eemale ebameeldivatest ülesande aspektidest ja selle ümberfokusseerimist loomuliku tasu aspektidele. Mõlemad strateegiad loovad kompetentsuse ja enesemääratluse tunde – kaks peamist sisemise motivatsiooni mehhanismi;
- 3) konstruktiivse mõttemustri strateegiad – hõlbustavad konstruktiivsete mõttemustrite ja harjumuslike mõtteviiside tekkimist, mis saaksid sooritusi positiivselt mõjutada. Konstruktiivsete mõttemustrite strateegiad sisaldavad endas

düsfunksionaalsete uskumuste ja oletuste kindlakstegemist ja asendamist, mentaalse kujutlemise praktiseerimist ja positiivset sisekõnet (D'Intino *et al* 2007: 106 - 107) .

Enesejuhtimise tegurid (käitumisele keskendunud strateegiad, tasu strateegiad ja konstruktiivse mõtlemise strateegiad) ja isikujooned on omavahel seotud, kuid siiski erinevad kontseptid. Ekstravertsus ja meelekindlus on seotud kõige kolme enesejuhtimise strateegiaga, samas kui emotsionaalne stabiilsus on seotud ainult tasu strateegiatega. Positiivsed seosed enesejuhtimise strateegiate ja kindlate isikujoonte vahel viitavad sellele, et need, kellel on teatud kindlad isikujooned kalduvad loomupäraselt enesejuhtivatele käitumisele (Houghton 2004: 438).

Vaatamata teatud isikujoonte soodsamale mõjule enesejuhtivate käitumisstrateegiate kasutamisele, on kõige alus siiski teadlikkus endast. Enesejuhtimine on eluaegne teekond, alati on sügavamaid enesejuhtimise tasandeid. Enesejuhtimine tähendab inimese teadlikku enese arendamist, mille peamiseks tulemuslikkuse näitajaks on isiklik efektiivsus ja rahulolu oma elu erinevate aspektidega.

2.3. Religioossed ja spirituaalsed uskumused

Religioon on olnud alati osa kultuurist. Ta on kujundanud ühiskonna struktuure ja mõjutanud inimeste mõtlemist, emotsioone ja väärtushinnanguid. Läbi sajandite on suurenenud religioosete uskumuste erinevus. Tänapäeva Lääne religioonikultuuri iseloomustab individualisatsioon, kus uskumused, kogemused ja praktikad on üha suuremal määral indiviidide erasfääris. Kuid endiselt on religioon üks kultuuri põhielemente ning ühiskonda kujundavaid tegureid avaldades mõju ühiskonna erinevatele aspektidele, sealhulgas ettevõtlusele.

Eelkõige tuleb vahet teha, mida mõistetakse religioossuse ja mida spirituaalsuse all. Vaimsust (spirituaalsust) on sageli defineeritud kui religiooniga opositsioonis olevat, et vältida potentsiaalseid lahkarvamuslikke konflikte, mis tulenevad suurest hulgas erinevatest religioosetest praktikatest. Religiooni on sageli vaadeldud kui „institutsionaalset, dogmaatilist ja rigiidset“, samas kui spirituaalsus on „personaalne, emotsionaalne ja kohandatav isiklikele vajadustele“ (Cavanagh 1999: 190).

Religioossus tähendab kindlapiirilisi usulisi seisukohti, isiklikku usulist pühendumist ja usulist kuuluvust vastavasse organisatsiooni. Spirituaalsuse puhul usutakse kõrgema jõu olemasolu, kuid spirituaalsus on nii oma sisult kui vormilt äärmiselt isikupärane, puudub usuline organisatsiooniline kuuluvus. Dalai Laama XIV on väga selgelt eristanud religioossust ja spirituaalsust: Religioon on seotud usuga ühe või teise usutraditsiooni nõuetele vastavalt aktsepteerides erinevas vormis taevast või nirvaanat. Olles ühenduses sellega räägime me religioossetest õpetustest või dogmadest, rituaalsest palvetamisest, jne. Spirituaalsus on seotud inimhinge selliste omadustega nagu armastus ja kaastunne, rahulik tolerant, andestus, rahulolu, vastutustunne, harmoonia – kõik see, mis toob õnne nii endale kui teistele. Kui rituaal ja palvetamine ning ühes sellega nirvaana- ja lunastusküsimused on vahetult seotud religioosse usuga, siis need seesmised omadused ei pruugi seda olla. Religioon on ehk asi, milleta võib ehk läbi saada. Milleta aga läbi ei saa, on needsamad põhilised hingeväärtused (Tenzin, Gyatso 1999: 21).

Lähtudes sellest perspektiivist on spirituaalsus vajalik religiooni jaoks, kuid religioon ei ole tingimata vajalik vaimsuse jaoks. On erinevaid Jumalat mittevälistavaid teid läbi vaimsuse. Olgu selleks institutsionalistid või traditsionalistid, kes leiavad Jumala läbi aegade au sees olnud uskumuste ja praktikate, mis on olnud omane kirikutele, ratsionalistid, kes leiavad Jumala õppimise ja reflektiivsete mõtete läbi, müstikud, kes leiavad Jumala läbi vaikuse ja intuitiivse kontemplatsiooni ja moralistid, kes leiavad Jumala läbi aktiivse kuulekuse oma kohuse täitmisel (Fry 2003:706).

Tänapäeva religioosne olukord on väga mitmetahuline. Uususundid on vaid üks religiooni teisenemise ilming, lisaks sellele kasvab järjest individuaalse religioossusega inimeste hulk. Kujunenud olukorda mõjutab kindlasti ka uus ellusuhtumisviis. Vana protestantlik mentaliteet, mille positsioonid on kohati veel tänapäevalgi üsna tugevad, kui silmas pidada näiteks sihti saavutustele, on asendumas uuega, mida kohtab eriti selgelt *new age's*, aga ka liberaalses kristluses. Mentaliteedimuutus ongi kõige paremini jälgitav religiooni vallas. Ühistele ja välistele autoriteetidele ning ideaalidele organiseeritus on asendunud suunaga individuaalsetele ja sisemistele kogemustele (Altnurme 2006: 287).

Vaimsuse (*spirituality*) kohta on kirjanduses erinevaid tõlgendusi, käesolevas töös on võetud aluseks Phippsi definitsioon, mille kohaselt spirituaalsus väljendab inimese soovis ühenduda transtsendentsega ning integreerida ennast tähenduslikusse üksiolemisse ning realiseerida oma potentsiaal (Phipps 2011: 179).

Mõnes mõttes võib öelda, et selline uskumuste asetumine religioosete ja spirituaalsete uskumuste skaalal otsib vastust küsimusele kuidas elada paremini selles maailmas ehk me räägime eelkõige eksistentsiaalsest usust. Eksistentsiaalne usk on inimestele vajalik, et luua ühist ja selgelt määratletavat identiteeti. Kõik inimesed navigeerivad läbi elu piiratud teadmiste hulgaga kogudes tükikese informatsiooni siit ja tükikese sealt. Ükshaaval võttes on need informatsioonitükid tähendusetud, kuid kui interpreteerida neid usu raamistikus, siis ollakse võimelised looma teooriaid maailmast, mis on jõustatud ja kodifitseeritud. Eksistentsiaalne usk ei pea olema sõnades väljendatud ning sageli ei olegi. Tegelikult enamusel juhtudel inimesed ei tee vahet usul reaalsuse kohta ja tegelikul reaalsusel. Mõistes uskumuste tsentraalset kohta meie mentaalses elus, loome me palju kompleksema ja täpsema pildi inimese epistemoloogiast (Hoffman *et al* 2012: 222).

Inimesed on usklikud olendid ja ettevõtjaks olemine põhineb usul – mitte religioosel usul, vaid eksistentsiaalsel usul, milleks on inimese arusaamine sellest, mis on reaalsuse fundamentaalne loomus ja kuidas ta vastavalt sellele peab käituma. See usk läbib inimese kogemust on ta sellest teadlik või mitte. Selline eksistentsiaalne usk kuulub reaalsuse baasilise interpretatsiooni alla, nii baasilise, et seda ei saa empiiriliselt tõestada, vaid seda tuleb võtta kui „usku“ (Hoffman *et al* 2012: 220).

Religioossed uskumused avaldavad mõju institutsioonidele, mis kujundavad ettevõtluskeskkonda - nad mõjutavad seadusandlikku süsteemi (reguleeriv dimensioon), määravad käitumist, mõjutavad väärtuseid ja norme defineerides ära selle, mida inimesed peaksid tegema (normatiivne dimensioon), mõjutavad indiviidi vaimsete võimete arenemist (kognitiivne dimensioon) ja kujundavad hoiakuid, mis on vajalikud ettevõtlusega alustamiseks (Audretsch *et al* 2013: 777).

Usul põhinevad uskumused mõjutavad kõiki inimesi vaatamata sellele, kui teadvustatud sellised uskumused on. Kogemused ja praktikad, mis sajandite vältel on religioosete institutsioonide poolt vahendatud, on tänapäeval asendunud palju pragmaatilisemate ja kogemuslikemate usu elementidega, individuaalsema ja eksistentsiaalsema usuga, kuid täidavad kaasajalgi läbi inimkonna ajaloo vajadust selgitada maailma enda ümber ning anda elule tähendus.

Võttes kokku uskumuste temaatikat käitumise mõjutajana tuleb eelkõige aru saada uskumuste kujunemisest. Ümbritseva keskkonna mõjul ehitub üles sageli teadvustamata teadmiste ja faktide kogumik, mida ei seata kahtluse alla, mida usutakse toimivat. Selline uskumuste süsteem, mis inimesel on nii enda kui maailma kohta mõjutab tema toimimist ning võib olla nii toetava kui pärssiva loomuga. Kui inimese enesekohased uskumused – enesehinnang, enesetõhusus, kontrollkese, kontroll-uskumused, jne – on tugevad, avaldavad need positiivset mõju nii eesmärkide püstitamisele kui ka nende saavutamisele. Samavõrra olulised on uskumused, mida inimene usub maailma kohta. Need on põhimõtted ja väärtused, millele toetub kogu tema inimlik eksistents.

Uskumused on oma olemuselt püsiva iseloomuga, kuid siiski vajadusel ümberkujundatavad. Muutes baasuskumusi saavad võimalikuks uued mõtlemis- ja käitumismustrid. Alus selleks on uskumustest teadlikuks saamine, pidev enesemonitooring ja enesejuhtimine. Kui rääkida uskumustest ettevõtluse ja juhtimise kontekstis, siis eelkõige peab ettevõtja juhtima efektiivselt iseennast enne kui juhtida teisi.

3. USKUMUSED ORGANISATSIOONIKULTUURI MÕJUTAJANA

Iga ettevõtte aluseks on visioon – juhi nägemus ettevõttest tulevikus. Selle eesmärgi poole liikumist toetab esialgu ainult sügav usk, et see kõik on võimalik. Sama tähtsaks kui tooted ja teenused on saanud eetika ja väärtused ettevõtte jaoks. Mitte ainult materiaalsed eesmärgid ei ole need, mis ettevõtjat juhivad, vaid üha rohkemal määral ka sellised põhimõtted nagu elu eesmärk ja tähendus. Ettevõtte algab ettevõtte juhust ning juhi uskumused ja väärtushinnangud on aluseks ettevõtte kuvandile.

3.1. Ettevõtte visioon kui uskumus

Iga ettevõtte algab potentsiaalse ettevõtja märgatud võimalusest, mille ta leiab olevat enda jaoks motiveeriva ning mille ta usub olevat võimeline realiseerima. Kõik algab nägemusest – visioonist. Äriplaani visiooni saab kõige lühemalt defineerida kui idealiseeritud eesmärki, mis saavutatakse tulevikus. Vaatamata hoolikale planeerimisele, turu-uuringutele, kliendi vajaduste kindlaksmääramisele ning äriplaani koostamisele võib ettevõtte alustamist vaadata kui usul tuginevat hüpet tundmatusse – keegi ei garanteeri midagi.

Visioon on kujutlust tulevikust, mis väljendab selgesti nii väärtusi, eesmärke kui ka kõnetab järgijaid. Visioon kujutab uskumuste kogumit, kuidas inimesed peavad tegutsema ja omavahel toimima, et saavutada mingit idealiseeritud tuleviku staatust (Strange & Mumford 2002: 344).

Seega on ettevõtte juhi kohustuseks mitte ainult uskuda ise oma visiooni realistlikkust, vaid oluline on see viia ka oma töötajateni ehk konstrueerida tuleviku reaalsus, mille poole liikuda. Sellise reaalsuse konstrueerimise juures on oluline roll ettevõtja mentaalsetel mudelitel. Otsesed või kaudsed uskumused, kaasaarvatud eetilised ja religioossed, avaldavad strateegilistele valikutele mõju nii otseselt kui ka läbi tunnetusprotsesside. Visioon on kui filter strateegilistele valikutele. Kujundades visioonis loodud sotsiaalse reaalsuse süsteemi, saab juht siduda individuaalsed huvid grupi eesmärkidega ja seeläbi mõjutab otsuseid, mida tehakse (Worden 2005: 223-

224). Koostöö saab võimalikuks, kui inimestel on sarnased väärtused ja uskumused ning nad mõistavad üksteist ja jagavad sarnast visiooni tulevikust, mida nad tahavad luua (Barrett 2010: 31).

Kui tuua uskumuste tähtsus ettevõtluskäitumise konteksti, siis ettevõtluskäitumise mõistmine ja selle kujundamine on arusaamine indiviidi baasuskumustest. Ettevõtte visiooni puhul ei ole tegemist välist reaalsust kirjeldava uskumusega ja seepärast kognitiivsed protsessid, mis puudutavad keskkonda ja „konkreetsed fakte“ puudutavate uskumuste kujunemist erinevad protsessidest, mis puudutavad hingestatud eesmärkidega seotud uskumuste kujunemist, sest hingestatud eesmärk ei ole kunagi „kindel fakt“. Selline hingestatud eesmärk või sisemine motivatsioon on loovuse ja ettevõtluse mootor. Uskumus on mentaalne teejuht, mis lubab tõenäosust maailma ebakindluses ja hakkamasaamist selles ebakindluses (Khalil 2011: 642).

Kui positiivse kavatsuse taga ei ole uskumuste jõudu, siis on tegemist lihtsalt soovimise ja unistamisega. Energia uskumuste taga soosib selle manifesteerumist meie elus. Oma visiooni tuleb energiaga toita iga päev ja tuleb ette võtta ka vastavaid tegevusi oma kavatsuse teostamiseks (Barrett 2010: 161). Seepärast on enamikes ettevõtlusalastes teooriates kesksel kohal tegutsemine, protsess. McMullen jt toovad oma uuringus välja kaks peamist tegutsemist mõjutavat tegurit, mis põhinevad uskumustel. Selleks on teadmised, (mis on seotud määramatuse hulga tajumisega) ja motivatsioon, (mis seostub sooviga määramatusele vastu astuda). Inimesed kujundavad uskumusi vastavalt sellele mida nad teevad ja miks nad seda teevad ehk kas potentsiaalne tasu selle konkreetse tegevuse eest on väärt seda potentsiaalset hinda. Seega sõltumata sellest, kas arutluse all on konstrukt teadmistest või motivatsioonist, protsess jääb samaks: uskumus formeeritakse vastavalt soovitud lõpptulemusele. Kahtlus tegutsemiseks eksisteerib määral kuivõrd soovitud lõpptulemus on teostatav (saavutatav ettenähtud viisil) ja ihaldatav (kas selle saavutamine täidab seda eesmärki, mida taotletakse) (McMullen *et al* 2006: 135 - 141).

Ettevõtte visioon ehk visualiseeritud kõrgeim eesmärk on see, millest ettevõtte algab ning mis „veab“ ettevõtet kogu tema eluea jooksul. See on uskumus, et mentaalselt konstrueeritud reaalsus saab tõeks. Samavõrra olulised on protsessid, mis seostuvad konkreetsete kavatsustega astuda soovitud nägemuse suunas ja teadmised ning motivatsioon tegutseda määramatuse tingimustes.

3.2. Ettevõtlus, eneseteostus ja vaimsus

Üha rohkem räägitakse tänapäeval vaimsusest (spirituaalsusest), mis on inimese orienteeritus väärtustele, mis on seotud vaimuga ning on kõrgemal argikogemuse ringist. Ettevõtlusega alustamiseks on erinevaid põhjuseid. Üheks selliseks on teostada ennast, leida rahuldustpakkuv töö- ja eraelu.

Eneseteostus (*self-actualisation*) on oma võimete ja annete realiseerimine, nende täies mahus kasutamine (Hayes 2002:151). Eneseteostuse mõiste on enamusele tuntud Maslowi vajaduste püramiidi viimase astmena. Maslow on kirjeldanud ennast teostavaid inimesi järgnevalt: nad on pühendunud, töötades millegi kallal, mis on neile väga väärtuslik – mingi kutsumus või amet. Nad töötavad millegi kallal, mida nad armastavad nii et töö ja lõbu vaheline dihhotoomia kaob. Ennast teostavat inimest iseloomustavad: täielik keskendumine, valikute tegemine kasvu, mitte regressiooni kasuks, hinnangute langetamine endast lähtuvalt, ausus enda vastu ja vastutuse võtmine, julgus olla erinev, taotleda oma sooritustes täiuslikkust, tippkogemuste kogemine, destruktiivsetest kaitsemehhanismidest loobumine (Maslow 1965:110 - 113).

Ettevõtlusega alustamise motivatsioon on erinevaid. Üheks neist on oma potentsiaali, oskuste ja võimete realiseerimine, milleks ettevõtlus pakub sageli paremaid võimalusi kui palgatöö. Ettevõtlusalastes uuringutes on leidnud kinnitust, et sageli on isiklik kutsumus ettevõtte omanikele suurem motivaator kui rikkus, kuulsus, võim või raha. Olles avastanud oma eesmärgid, talendi ja oskused otsivad ettevõtjad sageli tähendust oma tööle ja püüavad leida isiklikul tasandil õnne elades vastavalt oma väärtustele ja tehes seda, mida nad tõesti armastavad. Nende töö ei tundu neile enam tööna. Nad leiavad selles protsessis kõikehõlmava täielikkuse ja rahulolu tunde (Kauanui 2010: 633).

Soov eneseteostuse ja eesmärgipärase töö järele on üheks sagedamateks põhjusteks, miks valitakse ettevõtja tee. Samad tegurid on kesksel kohal ka vaimsuse definitsioonides. Ashar jt on toonud oma töös välja ühised jooned enamikus vaimsuse (spirituaalsuse) definitsioonides: spirituaalsus on loomupärane ja universaalne otsing elu transtsendentse tähenduse üle. See sisaldab soovi eesmärgipärase töö ja ühendatuse ja terviklikkuse järele, mis saab teoks siis, kui inimene ühendab oma sisemise elu oma professionaalse rolliga suurema heaolu teenistusse (Ashar *et al* 2004: 253).

Vaimsete aspektide uurimine annab arusaamist, kuidas ettevõtja kõrgeks arenenud teadlikkus oma väärtustest ja uskumustest mõjutab tema ettevõtlust ja olulisi aspekte ettevõtluses nagu võimaluste märkamise, uue ettevõtte loomine, ettevõtte juhtimine. Kuigi traditsioonilised uuringud on olnud fookuseeritud ettevõtte kasvu ja rikkuse loomisele, siis mitmed uuringud on leidnud, et finantsilised eesmärgid ei ole peamised motivaatorid ettevõtlusega tegelemisel (Amit 2001: 120). Uue ettevõtmisega alustamine on märksa rohkem komplitseeritud ja nüansirikkam kui lihtsalt raha tegemine. Ettevõtlus on liikumas postmaterialistlikku ajajärku, kus ettevõtte asutajad otsivad esmajärgus tähendust ja „õige elu“ ning just sellised kaalutlused on mõjutamas ettevõtjate motivatsiooni lansseerida ettevõtte (Judge *et al* 2013: 58-59).

Paljudel juhtudel on leitud, et postmaterialistlikud väärtused (eneseteostus, tähendus, elu kvaliteet) juhivad ettevõtjate aktiivsust rohkem kui traditsioonilised materialistlikud väärtused nagu näiteks soov saada rikkaks. Sellised trendid viitavad sellele, et usule orienteeritusel, mis põhineb ettevõtjate transsendentsel arusaamadel, võib olla keskne roll ettevõtlusega alustamise protsessis (Uhlener & Thurick 2007: 161). Karjäär on muutumas personaalse valgustumise teeks, mis viib läbi praktiliste oskuste vaimsele kasvule ja eneseteostusele (Konz *et al* 1999: 201).

Religioon ja vaimsus avaldavad ettevõtjate motivatsioonile ja hoiakutele mõju kolmel moel: 1) sõltuvalt ettevõtjate kultuurilistest uskumustest ja religioossetest väärtustest nähakse ettevõtlust kui kohustust ühiskonna, perekonna ja Kõigekõrgema ees; 2) ettevõtjate vaimsed uskumused põimuvad nende ettevõtlusega; 3) spetsiifiline religioosne orientatsioon avaldab olulist mõju sellele, kuidas suhtutakse ettevõtlusesse ning millised on religiooni ja ettevõtluse vahelised seosed (Balog 2014: 13).

Kauanui jt töid välja viis erineva motivatsiooniga modaalsust – ekstreemselt sisemine, kus vaimsus ja töötegmine olid täielikult integreeritud ja täielikult väline, kus vaimsus ja töö olid täielikult eraldatud ja töö oli kõigest vahend eesmärkide saavutamiseks.

Erinevad ettevõtjate grupid on Kauanui jt poolt kirjeldatud järgnevalt:

✓ Tee mind tervikuks („*Make me Whole*“) - need on inimesed, kes otsivad tööelu ja isikliku elu ühendamist, neil on kindel ühendus vaimse ja ettevõtjaks olemise vahel

- ✓ Hinge otsijad („*Soul Seekers*“) – ei olnud veel täielikult integreerinud spirituaalsust ja tööelu, ei olnud enda jaoks selgelt defineerinud, mis tähendab olla vaimne
- ✓ Konfliktset eesmärgid („*Conflicting Goals*“) – võitlus sisemiste ja väliste motivaatorite vahel;
- ✓ Peamiselt ärile suunatud („*Mostly Business*“) – on veel midagi peale raha tegemise, paljud nendest ettevõtjatest nautisid lisaks rahalisele edukusele ka oma töötegemist;
- ✓ Ainult ärile suunatud („*Extrinsic Motivation*“) – hoidsid oma töö- ja eraelu rangelt lahus, ei uskunud, et saaks olla mingi side ettevõtluse ja vaimsuse vahel.

Ettevõtjad, kes defineerisid edu rahalistes terminites näisid kogevat mitte nii suurt rahulolu oma tööst isegi siis kui nad teenisid rohkem raha kui oli vajalik mugavaks äraelamiseks. Samas vaimsust hindavad ettevõtjad näisid kogevat rahulolu isegi siis, kui neil oli finantsilisi probleeme. Finantstulemustele keskendunud ettevõtjad ei nautinud oma tööd, kuid tegid seda sellepärast, et see oli vahend eesmärkide saavutamiseks. Nad ei näinud sidet töö ja isikliku elu vahel. Paljud neist tegid teadlikke pingutusi hoidmaks neid kahte valdkonda lahus. See uuring annab edule laiema mõõtme, demonstreerib teistsuguseid, spetsiifilisemaid põhjuseid äri alustamiseks. Kui kaasata ettevõtlusalasesse kirjandusse sellised vaimsed aspektid, siis annab see selgema pildi miks ja kuidas ettevõtjad on teistest erinevad (Kauanui 2008: 183).

Paljude inimeste, eriti ettevõtjate jaoks, kellel on vabadus luua iseendale sobiv töökeskkond, on defineeritud edu eneseteostusena tööl. Mitmed ettevõtte juhid mõeldavad edu vastavalt oma põhiväärtuste kooskõllalisusega kui suurema turuosa, rahavoo või kasumimarginaaliga. Edu mõõdikuteks on: 1) sooritatavuse tunne, 2) töö ja perekonnaelu vaheline tasakaal; 3) ühiskonda panustamine, 4) panustamine töötajatesse (Kauanui 2010: 624).

Kindlasti ei ole vaimsus oluline kõikide ettevõtjate jaoks. Sageli on ettevõtjate usk seotud ainult hedonistlike, materiaalsete ja mittetranstsendentsete väärtustega. Kuid ettevõtjate motivatsioon võib olla varieeritud ka erinevatest sotsiaalsetest põhjustest ning sotsiaalne missioon ja finantsilised eesmärgid võivad olla omavahel tasakaalus (Choi & Gray 2008: 349).

Tänapäeva agressiivses konkurentsitihedas keskkonnas pöörduv üha rohkem inimesi ettevõtluse kui valiku poole, mis annab nende elule tähenduse ja eesmärgi. Kuigi ettevõtluse alustamisega motivatsioon võib olla erinev, viitavad erinevad uuringud sellele, et soov eneseteostuse ja tähendustpakkuva töö järele on sageli peamised põhjused oma ettevõtte loomiseks.

3.3. Väärtuspõhine juhtimine

Üldpilt igast ettevõttest või organisatsioonist kujuneb seal töötavate inimeste tegevuste, suhtumiste ja käitumiste kaudu. Sellise ühtse organisatsioonikultuuri aluseks on sarnased uskumused, normid, sümbolid, tavad, eelarvamused, jne. See kõik on aluseks väärtustele – teadlikele või mitteteadlikele, mis näitab, mida peetakse oluliseks, mida loetakse õigeks. Väärtused on uskumused selle kohta, mis on oluline ja tähtis. Millegi väärtuseks saamiseks toimub objekti väärtustamine, mida elatakse läbi kui väärtuskogemust. Olulist rolli väärtustamisel etendab objekti seos inimese minaga. See tähendab isiklikku, emotsionaalselt läbielavat ja intellektuaalselt mõistetavat seost objektiga – mina-seost (Lehtsaar 2013: 28).

Väärtused kujundavad valikuid, mõjutavad eesmärke ja nende saavutamise viise. Nad on inimese identiteedi väljenduseks. Igas organisatsioonis võetakse omaks ainult need väärtused, millest liider oma käitumises lähtub. Juhi uskumuste mõju otsustusprotsessile mõjutab ka see, mida juht usub oma uskumuste süsteemi kohta. Sellist eneseteadlikkust oma uskumustest võib nimetada ka meta-uskumuseks. Näiteks on erinev vaimne uskumus juhil, kes usub ülimalt oma uskumuse paikapidavust ja juhil, kelle kujutluses tema uskumus on ülima reaalsuse piiratud tajumine. Seega meta-uskumus ei ole kontsept uskumusest endast, vaid sellest, kuidas seda uskumust usutakse (Phipps 2011: 183).

See, mida juht usub ja väärtustab, kujundab kogu organisatsioonikultuuri, sest väärtused on selle tuum. Väärtused on teatud tõekspidamised, mis suunavad inimeste käitumist. Väärtuspõhisest juhtimine tähendab ettevõtte juhtimist nende väärtushoiakute abil, mida juht ise oluliseks peab. Eelkõige tähendab see aga personaalsel tasandil endast arusaamist, endani jõudmist.

Barrett toob välja kolm personaalse muutumise tasandit: esimesel tasandil tuvastatakse ja vabastatakse teadlikke ja alateadlikke uskumusi (hirme); teise tasandi muutumine seisneb

oma tõelise, autentse mina avastamises – see tähendab arusaamist, kes sa tegelikult oled, mis on sulle tähenduslik, mis sind motiveerib; kolmanda tasandi muutumisel tuleb aru saada, mis on sinu kirk ja mida sa tahad maailmas teha, mis annab tähenduse sinu elule (Barrett 2010: 46).

Ettevõtja, kes omab tugevat arusaama sellest, kes ta on isiksusena koos toimetulekumehhanismidega (toetavad ja jõuduandvad vaimsed väärtused), on paremini valmis hakkama saama keeruliste situatsioonidega nii ettevõtte alustamise protsessis kui ka ettevõtte juhtimise juures üldse (Balog 2013: 15). Kui ettevõtjatelt küsiti, kuidas nad oma vaimseid uskumusi töökohal väljendavad, siis kirjeldasid nad olukordi, kus seisid vastamisi raksete organisatsiooniliste otsustega. Kuigi neil oli olemas hulk juhtimisvahendeid, millega hakkama saada igapäevastes juhtimissituatsioonides, siis rasketel hetkedel leidsid nad, et neid töövahendeid tuleb täiendada võttes aega ühendumiseks Kõrgemaga (Fernando & Jackson 2006: 35).

Juhi pidev eneseareng lubab tal minna lasta uskumustel, mis teda ei toeta ja arendada välja uus uskumuste süsteem, mis põhineb väärtustel. Väärtustel põhinev juhtimisprotsess lubab luua tulevikku, mis on kooskõlas inimese tegeliku olemusega. Kõik otsused läbivad väärtuste testi, mille iseloomulikud jooned on: mõte eelneb teole; otsused, mida tehakse ei põhine mineviku kogemustele, st ei ole reaktiivsed; kontroll oma tegemiste ja käitumise üle (Barrett 2010: 110).

Väärtustel põhinev otsustusprotsess algab sellest, et defineeritakse enda jaoks väärtused, mis on tähtsaimad, saadakse aru oma uskumustest, mis toetavad neid väärtusi, tehakse kindlaks soovitud käitumised ja demonstreeritakse, et elatakse nende väärtuste järgi. Kui lasta lahti uskumustest, mis on omandatud kujundamisaastatel, tuleb need asendada uue unikaalse süsteemiga. See tähendab oma väärtustest arusaamist ja keskendumist väärtustele, mida peetakse tähtsaks (Barrett 2010: 194).

Krieger ja Hanson toovad välja kaheksa väärtust, mis on vajalikud hästitoimivas, terves ettevõttes: ausus, usaldus, tagasihoidlikkus, andustus, pühendumine, tänulikkus, teenimine ning vaikus ja rahu. Neid väärtusi on tsiteeritud arvukalt nii sekulaarsetes kui sakraalsetes tekstides. Mis on kõige keerulisem, on nende väärtuste väljendamine igapäevaelus. Neil väärtustel on nii sekulaarne kui sakraalne tõlgendus, kuid mõlemad on vajalikud, et luua terve, elujõuline ettevõtte. Selleks, et neid väärtusi ettevõttes esile

tuua, tuleb soosida käitumist, mis vastab väärtustele, luua ettevõtluskliima, kus moraalsus ja eetika on tõeliselt tähtsad; aktsepteerida erinevaid vaatepunkte, väärtusi ja uskumusi, arendada loovat mõtlemist ja inspiratsiooni, lasta minna ebarealistlikel ootustel; tunnustada teiste saavutusi, luua sellised organisatsioonilised protsessid, mis arendavad kogu isiksust (Kriger & Hanson 1999: 304).

Richard Barrett käsitleb organisatsiooni väärtusi seitsmel teadvustatuse tasandil sarnaselt Maslowi Vajaduste Püramiidile. Alumised kolm taset keskenduvad organisatsiooni baasvajadustele – kuidas jääda ellu ja olla tulemuslik. Neljandal tasandil toimub üleminek, transformatsioon, mis organisatsiooni kontekstis tähendab kõrgemate humaansete ja transsendentsete väärtuste esiletulekut ning oma tegevusele ja toimimisele tähenduse andmist, mis on kõrgemad, kui majanduslik kasusaamine. Need tasandid eeldavad juhte, kes on oma isiklikul arenguteel jõudnud või jõudmas oma põhiolemuseni, on autentsed (Barrett 2010: 321).

Vaimne juht – juht, kes tänu pidevale enesearengule on jõudnud kõrgemate vaimsete väärtusteni, suudab luua keskkonna, kus töö tundub vabatahtlik ja kus inimesed suudavad luua oma tööle tähenduse ja nende töö on väärtustatud. Selline juhtimine hõlmab väärtusi, hoiakuid ja käitumisi, mis sisemiselt motiveerivad juhti ennast ja teisi nii et neil kõigil on tunne vaimsest ellujäämisest läbi kutsumuse ja kuuluvuse – st nad kogevad tähendust oma eludes, tunnevad, et nad on mõistetud ja hinnatud (Fry *et al* 2005: 836).

Ettevõtte juhi üheks olulisemaks ülesandeks on kujundada selline organisatsiooni sisekliima, mis toetab organisatsioonis peituvat potentsiaali võimendumist ning muudab töötamise igal tasandil tähendus- ja tulemusrikkaks. See on võimalik ainult läbi juhi pideva enesearengu ning oma uskumuste ning väärtuste teadvustamise ning teadliku edasiarenduse. Ettevõtte on oma juhi, õigemini oma juhi uskumuse ja väärtuste nägu.

Ettevõtlus on olnud erinevate valdkonda teadlaste uurimisvaldkond juba ammu ning hulgaliselt on uuringuid nii ettevõtluskeskkonnast kui ka ettevõtjast. Uuritud on ettevõtjate iseloomujooni, kognitiivseid protsesse ja motivatsiooni, kuid ettevõtja sisemiste protsesside täielikum mõistmine on veel avastamistvajav ala.

Inimeste toimimise ja käitumise taga on uskumused, hoiakud, väärtushinnangud, mis sageli on teadvustamata. Ettevõtte alustamiseks võib olla erinevaid motiive alates kasumi teenimisest kuni maailma teenimiseni. Kui kaardistada, millisel tasandil on ettevõtte juht, võib teha järeldusi, millisel tasandil on tema juhitav ettevõtte. Ettevõtte muutumine algab ettevõtte juhi muutumisest ehk juhi isiklike vajaduste, uskumuste ja väärtuste teadvustamisest.

Et olukorras orienteeruda, tuleb kõigepealt aru saada kus ollakse täna. Järgnev kvalitatiivne uuring on läbi viidud eesmärgiga kaardistada ettevõtjate uskumusi teoreetiliste seisukohtade valguses.

4. USKUMUSTE JA ETTEVÕTLUSE VAHELISTE SEOSTE UURIMUS

4.1. Valim ja uurimismetoodika

Käesoleva magistritöö uurib ettevõtte juhtide uskumuste mõju juhi käitumisele. Selle väljaselgitamiseks viisin läbi poolstruktureeritud intervjuu üheksa uusettevõtte juhiga. Intervjuu küsimused on esitatud lisas 2. Töö kujutab endast esimest etappi juhtide uskumuste ankeedi väljatöötamisel. Ettepanekud ankeedi koostamiseks on esitatud pärast intervjuude tulemusi lisas 3.

Valim

Kuna käesoleva uuringu üheks rõhuasetuseks oli vaimsete (spirituaalsete) uskumuste uurimine, siis valimi koostamisel oli eesmärgiks leida ettevõtjad, kelle intervjuerimine võimaldaks saada läbilõike erinevat tüüpi varajase faasi ettevõtjatest. Seepärast on osa intervjuud tehtud nii ettevõtjatega, kes on väga selgelt väljendunud materiaalseid, ateistlikke seisukohti ning skaala teises otsas on ettevõtjad, kes on väljendanud oma hoiakutega spirituaalseid seisukohti. Ülejäänud ettevõtjate hoiakud ei olnud enne intervjuerimist väliselt olnud selgelt hinnatavad.

Kriteeriumite valikul arvestati kahte olulist ettevõtjat kirjeldavat tingimust:

- ettevõtte vanus: 4 -42 kuud (uusettevõtja)
- ettevõtjate hoiakuid ja käitumist suhtumisel vaimsusesse.

Kokku intervjueriti 9 ettevõtte juhti, neist 5 naist ja 4 meest. Ettevõtjate vanus jäi vahemikku 30 – 54.

Valimi koostamise selgitusena tuleb öelda, et Globaalse ettevõtlusmonitooringu (GEM) keskne mõiste ettevõtlusaktiivsus sisaldab nii varase faasi ettevõtteid (alustavad ettevõtted, mis on tegutsenud kuni 3,5 aastat) kui ka väljakujunenud ettevõtteid (ettevõtted, mis on tegutsenud 3,5 aastat või enam). Varajase faasi ettevõtluse

moodustavad tärkavad ettevõtjad ja uusettevõtjad. Tärkavate ettevõtjate tunnuseks on viimase 12 kuu jooksul uue ettevõtte alustamiseks tehtud reaalsed tegevused (nt seadmete ost, meeskonna ja äriplaani koostamine vm) või kuni kolme kuu jooksul töötasude maksmine. Uusettevõtjate hulka arvatakse need, kes on tegutsenud ettevõtjana 4–42 kuud ehk kuni 3,5 aastat.

Valimi koostamisel oli eesmärgiks küsitleda uusettevõtjaid ehk kuni 42 kuud vanu ettevõtteid. Intervjuude läbiviimise peamiseks eelduseks oli, et ettevõtte juhid olid samas ka sama ettevõtte omanikud. Ettevõtja ja juhi rollid langevad sageli kokku väikeettevõtetes, suurema ettevõtte juht ei pea tingimata olema ettevõtja omadustega isiksus – ka seepärast valik uusettevõtjate kasuks.

Varajase faasi ettevõtjad on seisnud värskest silmitsi ettevõtte loomise ja käivitamise raskustega. GEM uuring kinnitab mitmete varasemate uuringute järeldusi, et Eesti ettevõtluspotentsiaal on kõrge, aga pikemas perspektiivis see ei realiseeru – paljud võtavad ettevõttega alustamiseks ette reaalseid tegevusi ja lühiajaliselt isegi tegutsevad ettevõtjana, aga väljakujunenud ettevõtteeni jõuavad neist vaid pooled (GEM lk 17). Varajase faasi ettevõtjad on väljunud potentsiaalse ettevõtja faasist ning nende küsitlemine võib anda vastuseid, millisel juhul siiski potentsiaalsed ettevõtjad astuvad ettevõtluse teele.

Kuna varajase faasi ettevõtjaid on ca 10% ettevõtete koguarvust, siis antud valim ei ole representatiivne üldistuste tegemiseks ning eesmärk on antud uuringu kontekstis probleemi sügavam mõistmine.

Metoodika

Magistritöö eesmärgiks oli uurida ettevõtte juhtide uskumuste mõju juhi käitumisele. Selleks viidi üheksa ettevõtte juhiga läbi poolstruktureeritud intervjuu. Intervjuu küsimused sisaldasid erinevaid mina-uskumusi ja vaimseid uskumusi puudutavaid küsimusi.

Kvalitatiivse uurimismeetodi kasuks on otsustatud põhjusel, et eesmärgiks on loomult tervikut haarav teadmise hankimine, teadmise kogumise instrumendina eelistatakse inimest, uurija taotluseks on esile tuua ootamatuid asjaolusid. Lähtekohaks on mitte

ainult teooria või hüpoteesi testimine, vaid ainestiku mitmekülgne ja üksikajalik läbivaatamine, uurimisobjektid valitakse eesmärgipäraselt mitte juhuslikku valimi menetlust kasutades, juhtumeid käsitletakse kui ainulaadseid ja vastavalt sellele tõlgendatakse ka andmeid (Hirsijärvi 2010: 155). Kvalitatiivse uurimuse eesmärk on uuritavat nähtust mõista.

Protseduur

Ajavahemikus 11.aprill - 25. aprill 2014 viidi üheksa uusettevõtte juhiga (ettevõtte vanus 4-42 kuud) läbi intervjuu, et kaardistada nende seisukohti. Kasutati poolstruktureeritud intervjuude meetodit, et ühelt poolt saada vajalikku sisendit ankeedi koostamiseks, kuid teisalt oleks intervjuueeritavatelt vajadusel võimalik küsida täiendavaid küsimusi ja rohkem arutleda. Intervjuude pikkus oli 35-65 minutit. Intervjuud salvestati ja transkribeeriti.

4.2. Tulemused

Järgnevas ülevaates esitan ükshaaval intervjuuküsimused. Iga küsimust näitlikustan antud vastustega. Küsitletute poolt esitatud vastused on esitatud eristavas kirjapildis. Lisa ka omapoolse kommentaari igale küsimusele antud vastuste kohta. R – ga on tähistatud intervjuueeritava järjekorranumbrit ning Q -ga küsimuse järjekorranumbrit. Küsimuste loetelu on esitatud lisas 2.

1. Küsimus (Q1): Millised iseloomuomadused Teid aitavad ettevõtjaks olemise juures?

Mõned iseloomuomadused toodi välja peaaegu kõigi küsitletute poolt. Sellisteks iseloomuomadusteks olid riskivõtmisjulgus (7), meelegendlus (6), avatud olek (5).

R4Q1: *Riskivõtmisjulgus, pealehakkamine, analüüsivõime, kiire mõtlemine. Kui sa jääd magama, siis see aktuaalsus kaob. Uudishimulikkus – loed lehte, vaatad telekat, ... Ootoot - see klient, miks see meie klient ei ole.*

Peaaegu kõigi ettevõtjate poolt toodi välja mõni unikaalne iseloomuomadus, mida antud valimis teiste küsitlejate poolt ei olnud nimetatud.

R3Q1: *Laiskus, mugavus, aga samas selle kõrval soov midagi olulist tähtsat ja tähenduslikku ära teha.*

Mõnel juhul oli küsitletul ka raske küsimusele vastata ilma täiendavate küsimuste esitamist, kuna nad ei olnud endast mõelnud kui ettevõtjast ja tekitas raskusi valida enda juures iseloomujoont, mis oleks just ettevõtja rolliga seotud.

R5Q1: *Ei oskagi niimoodi öelda ... Teha seda, mis sulle meeldib ja usaldada iseennast!*

Mõnel juhul olid iseloomuomadused tugevas seoses uskumisega oma ärvisiooni või energiasse, mida oma ettevõttesse pandi.

R8Q1: *Usk oma ideedesse. Kui sa ise usud, siis on hästi lihtne teisi ka innustada. Siis sa ei pea väga üleliigset tegema. Kui sa ise usud, siis sa peegeldad seda oma põhimõtetes, oma käitumises, oma tegemistes.*

Hoopis ilmekamalt võivad inimese teatud omaduste kohta rääkida just uskumused ning motiveerida neid käituma teatud kindlal viisil. Näiteks pigem teha häid tegusid, olla positiivne, et saada samasugust reaktsiooni ka tagasi.

R7Q1: *Kindlasti avatud suhtlemine ja tugev enesedistsipliin. Positiivsus ja võib-olla mingil määral ka see, et ma usun mingitesse energia liikumistesse. Kõik, mis ma endast välja paiskan, selle saan ma ka tagasi. Mille ma saadan universumisse, selle ma saan ka sealt tagasi.*

Antud küsimuse vastustes toodi välja väga erinevaid iseloomujooni, mis antud konkreetset ettevõtjat tema tegevuses toetas. Iseloomuomadused – need, mida inimene enda kohta räägib on inimese mina-kontseptsiooni alustala ehk uskumus sellest, milline inimene ta on. Enamuses oli ettevõtjatel olemas selge ettekujutus oma tugevatest külgedest ja jõustavatest iseloomuomadustest. Kahel ettevõtjal oli raskusi välja tuua enda iseloomujooni, mis võib viidata puudulikule eneseanalüüsile. Vastused kinnitasid teoreetilisi seisukohti, et teatud iseloomujooned on võrreldes teiste ühiskonnaliikmetega ettevõtjatele omasemad. Samas on ettevõtjale iseloomuomadused iseloomulikud ka paljudele teistele aktiivsetele inimestele, kes ei vali ettevõtja teed. Samuti ei selgu ainult iseloomuomaduste kaardistamisest, kas ja kuidas mõjuvad need ettevõtluskäitumisele.

2. Küsimus (Q2): Mis aitab Teil keerulistes olukordades toime tulla?

Ettevõtjad puutuvad oma ettevõtte ülesehitamise ja juhtimise käigus kokku erinevate probleemidega, millele tuleb vastuseid leida. Ettevõtlus on üks valdkondadest, mis puutub kokku määramatusega, olukordadega, mis on ainulaadsed ja unikaalsed.

Määramatust on üks aspektidest, mida sageli on kasutatud ka ettevõtluse mõiste defineerimisel. Enamuse ettevõtjate puhul võis täheldada positiivset meelelaadi ja eesmärgile pühendumist. Rasketel hetkedel tuletati endale meelde eesmärki, millistel põhjustel ettevõtjaks hakati – olid selleks materiaalsed põhjused nagu parem elujärg, rohkem vaba aega või spirituaalsemad teemad nagu tähendusrikka ja potentsiaalrikka elu elamine.

R8Q2: *Eneseusk, et ma tean, et ma teen seda õigesti ja hästi. See, mis ma teen, on õige.*

R5Q2: *Positiivne mõtlemine. See ongi, et nende õpitud tarkustega sa oskad juba neid energiasid suunata, vältida hirmusid, kutsuda positiivset energiat, kontrollida oma mõtteid.*

R3Q2: *Kuidagi saab ikka hakkama, vist ei ole olnudki sellist rasket hetke. Ma mõtlen nendel hetkedel selle peale kui raske mul oli õpetajana. ... Mitte selliste mõttetute asjadega tegeleda, vaid tegeleda asjadega, mis mulle meeldivad ja mis mul tulevad hästi välja, milles ma olen tugev ja saada sissepandud energia eest väärilist tasu.*

R1Q2: *Õiget otsust on raske ära tabada, et kas see on nüüd see päris õige otsus. Enne otsuste tegemist kuulad ennast ära. Mine rattaga sõitma, lase ennast hästi tühjaks. See õige asi tuleb kuskilt hästi plöks. Aga meie ühiskonnas on see hästi keeruline, sest tempo surub peale ja emotsioonid ja tahtmine ja näitamine. ... Mingisugune osa sinust räägib sulle ikkagi vastu. Ja seda ei taheta kuulata, hinge ei taheta ju kuulata. Tihtilugu see õige otsus ei ole atraktiivne, kuigi hing ütleb, et on õige, mine seda rada pidi. Kuigi on võib-olla keerulisem, tuleb rohkem teha ja vaeva näha. Ma viimasel ajal olen hakanud selliseid otsuseid tegema ja nii huvitav kui see ka ei ole – need on õiged otsused.*

R9Q2: *Ma sõna otseses mõttes mediteerin, ma püüan ennast hästi lödvaks teha ja hästi tühjaks. Sest muidu tulevad üles hirmu mõtted, võib olla süüdistamine ja siis võib olla mingi süütunne. Ma julgen võtta endale selle, et ma ei tee mitte midagi. Siis äkki tuleb see õige vastus ... ja ma tean täpselt, mida ma pean tegema. Kõige raskem on mitte reageerida – see on tüüpiline olukord, et midagi on ja me kohe reageerime.*

Selle küsimuse vastustes on põimunud nii enesekohased uskumused, kontrolluskumused, ettevõtjale omasemad mõtteprotsessid, enesejuhtimise tehnikad kui ka mõningatel juhtudel spirituaalne mõõde – oma kutsumuse järgimine, kõigega ühenduses olemine.

Mitme ettevõtja poolt toodi välja selliseid enesejuhtimise tehnikaid, kus sündmustele ei reageeritud kohe, vaid kasutati erinevaid mentaalseid praktikaid, spirituaalseid tehnikaid, mõtteprotsesside juhtimist. Teadlikkus oma mõtte- ja tunnetusprotsessidest võimaldab võtta kasutusele efektiivsemaid käitumisstrateegiaid. Instinktidel baseerivas otsustamisprotsessis reageeritakse sündmusele automaatselt, tegutsemine eelneb mõtlemisele, otsused põhinevad alati mineviku (rakumällu) kodeeritud kogemusel kuidas

ellu jääda ja turvalisust tagada ning ei omata kontrolli oma sõnade, tegevuste ja käitumise üle. Kui tahta liikuda alateadlikelt uskumustepõhistelt otsusetegemistelt teadlike otsusetegemiste poole, siis tuleb teha paus sündmuse ja sellele sündmusele reageerimise vahele, et otsustada kuidas reageerida (Barrett 2010: 109 -110).

Vastustustest selgus, et enamusel ettevõtjatest oli positiivsed enesekohased uskumused – nad olid veendunud, et saavad oma ettevõttes püsitatud eesmärkidega hakkama. Kõrge enesetõhususe juures toodi välja eduelamustel põhinevat efektiivsususkumuste kasvu, mis tugines eelnevale töökogemusele, edukatele sooritustele.

3. Küsimus (Q3): Kuivõrd Te usute, et äris on vaja head õnne?

Kontrollkeskme struktuur põhineb uskumusel mil määral inimesed tunnetavad väliseid sündmusi nende elu mõjutavat ja kui palju nad tunnevad kontrolli välise keskkonna üle. Piltlikult võib kontrollkeset ette kujutada skaalal, kus ühes otsas on internaalsus ja teises eksternaalsus. Kuigi enamuses asub valdav osa inimesi selle skaalal keskosas ehk uskudes erinevates aspektides rohkem või vähem keskkonna üle kontrolli omavat, siis vastavalt teoreetilistele seisukohtadel iseloomustab ettevõtjaid enam sisemine kontrollkese ehk nad näevad ennast aktiivsetena ja usuvad, et kontrollivad oma elu sündmusi tänu oma pingutustele ja oskustele. Antud küsimuse vastuseid on kajastatud 5-astmelises Likerti tüüpi skaalal.

Tabel 1. Läbiviidud intervjuude tulemused. Sisemine ja väline kontrollkese.

Küsimus	Vastus	Vastajate arv
Kuivõrd sa usud, et edu ettevõtluses on enda teha?	edu on enda teha	2
	edu on peamiselt enda teha	4
	edu on nii enda teha kui sõltub vedamisest	2
	edu sõltub peamiselt välisest vedamisest	1
	edu sõltub ainult välisest vedamisest	

R3Q3: *Palju on enda teha, aga enda teha on suhted ja suhtlemine. Peab inimestega hästi palju suhtlema ja nagu tänapäeva turundus ja kogu suhtlus ongi – peab olema aus ja rääkima normaalselt laua taga.*

R6Q3: *Vaistu on vaja, vaist on seotud õnnega, tarkusega. Ma arvan, et see sisetunde küsimus ja vaist on see - äriiline vaist. Ma ei tea, kas see on õnnega seotud, ma ei usu sellesse õnne teemasse, ma pigem usun inimese vaistu rohkem.*

R8Q3: *Kõige alus on ikkagi töö, juhuse hooleks ... paar korda jah võib olla läheb õnneks, paar korda õnn võib-olla naeratab, aga õnn tuleb siis, kui taga on tugev töö.*

R9Q3: *60% saatust, ettemääratust, head õnne, 40% tahtejõudu, panustamist ...*

Kasutades ainult kvantitatiivset hindamist nagu ülalpool toodud Likerti skaalal näha on, tuleb viimase vastaja tulemus liigitada välisele kontrollkeskmele omaseks vastuseks. Kuid kvalitatiivne intervjuu võimaldab minna täiendavate küsimustega sügavamale. Intervjueeritav lisab täienduseks:

R9Q3: *Mulle endale tundub, et kui on väga edukas ettevõtte, siis seal taga on see kõrgem toetus ehk siis ettemääratus, et see peabki nii olema ... Ma usun, et kõige olulisem ongi see, kui inimene on intuiitiivne, siis ta leiab ära selle oma niši ja siis on pingutus minimaalne. Sa saad minimaalse pingutusega maksimaalse tulemuse. Aga loomulikult sa pead kohal olema – sa ei saa hakata seanahka vedama. Su hing peab kohal olema.*

Antud selgituses on palju viiteid sellele, et tegemist on pigem ennastteostava inimesega, kes on leidnud oma kutsumuse ning kasutab oma andeid täies mahus. Tulles spirituaalsuse mõiste juurde – soov ühenduda transsendentsega, integreerida oma mina tähenduslikusse üksiolemisse ja realiseerida oma potentsiaal – on siin pigem tegemist enda jõu tugevuse tunnetamisega kõrgema jõuga pidevas kontaktis olemise tõttu. Seetõttu on tulemus Likerti skaalal, mis on praegu märgitud „edu sõltub peamiselt välisest vedamisest“ õigem kajastada tegelikult lahtris „edu on peamiselt enda teha“.

Üldiselt kinnitas küsimus teoreetilisi seisukohti, et ettevõtjad on inimesed, kellel on tugevamalt väljendunud sisemine kontrollkese. Enamus küsitletud ettevõtjatest väljendas usku pigem enda võimetesse, kui välisesse õnne või vedamisse.

4. Küsimus (Q4): Mille nimel Te oma ettevõtet teete?

Ettevõtlusega alustamiseks on mitmeid erinevaid põhjuseid. Siin võivad mõju avaldada nii tõuke- kui tõmbejõud. Näiteks inimesed, kes on töötud, loovad ettevõtte pigem vajadustest kui võrd võimalustest sõltuvalt. Vaatamata samale sotsiaalsele staatusele (töötus) võib motivatsioon, miks ettevõtlusega alustati, olla täiesti erinev alates materiaalistest kuni spirituaalsete väärtusteni. Üheks enamlevinud põhjusteks ettevõtlusega alustamiseks on sõltumatus ning vabadus teha just neid asju, mis pakuvad enim rahuldust ning soov olla iseenda peremees.

R9Q4: *Mind viskas lõpuks üle, et mis mõttes ma nagu ei saa teha. Ma kogu aeg nagu sõltun kellestki. Ma ei saa ennast loominguiliselt teostada, sest ma sõltun kellestki ... Ma ei taha kellestki sõltuda, ma ei taha sõltuda mingitest rahavoogudest. Ma kontrollin ise oma palka, ma kontrollin ise oma puhkust, ma reguleerin ise oma tööaega. Mulle meeldib seda sorti vabadus ja ma olen nõus võtma pigem rohkem vastutust ja riskima.*

R2Q4: *Et oleks võimalik korralikult ära elada. Nii nagu enne ettevõtjaks hakkamist – mul oli korralik sissetulek.*

R1Q4: *Kõik see teekond on olnud raske selle ettevõteteni jõudmisel, aga mingi sisemine jõud ja energiaväli on kõik selle kasuks töötanud. Kõik lõppkokkuvõttes lõppenud positiivselt. Asjad on läinud kuidagi nii nagu nad on pidanud minema. See annab tunde, et tee on õige. See on oluline, ma tean, et ma olen õigel teel, et ma teen õiget asja. ... Aga mingis vanuses saad aru, et kui sa tahad seda teha, mida sa sisemuses mõtled, siis on aeg hakata sellega tegelema, millal siis veel.*

R3Q4: *Need asjad on teiste jaoks tähenduslikud ja sellepärast on nad ka mulle tähenduslikud. Mind huvitab ka see makrotasand.*

Antud küsimuste vastused on koondatud allolevasse tabelisse võttes aluseks Kauanui jaotuse (Kauanui 2008: 183).

Tabel 2. Motivatsioon ettevõtjana tegutsemiseks

Küsimus	Vastus	Vastajate arv
Mille nimel Te oma ettevõtet teete?	<i>Väline motivatsioon</i>	1
	<i>Peamiselt äripline</i>	1
	<i>Konfliktised eesmärgid</i>	2
	<i>Hinge otsijad</i>	3
	<i>Tee mind tervikuks</i>	2

Antud küsitlustest selgus, et oli nii materiaalsel põhjustel ettevõtjaid, kelle peamiseks eesmärgiks oli omanikutulu maksimeerimine, mis võimaldab vabamat äraelamist ja rohkem aega puhkuseks. Skaala teises otsas olevaid ettevõtjaid, kelle eesmärgid on vaimsemat laadi, ehk puudus otsene eristus töö- ja eraelu vahel, olid samuti esindatud. Enamusele ettevõtjatele olid olulised nii materiaalsed kui vaimsed eesmärgid.

5. Küsimus (Q5): Missugustest veendumustest või põhimõtetest Te oma elus juhitud?

Uskumused on aluseks hoiakute ja väärtuste kujunemisele. Väärtused on kesksed arusaamad sellest, mis on tähtis. Need on põhimõtted või printsiibid, mida inimesed

kasutavad otsustamiseks oluliste küsimuste üle oma elus. Väärtused, mida nimetati sagedamini, olid ausus (4), avatus (3), hoolimine (2).

R8Q5: *Üks on kindlasti ausus. See on number üks. Ma just kuulsin ka, et keegi rääkis ärist, ettevõtlusest, et kõige tähtsam tõesti on aus suhtumine, et kõik oleks hästi puhas ja selge. Pigem ma vaidlen vaidlemisi kauem, nt töötasude osas või koostööde osas või kui tellin midagi. ... Ausus ikka algusest peale. Reeglid peavad paigas olema. Ma ei taha öelda, et ma olen kõige ausam inimene, aga põhitegevustes, äris koostöösuhted peavad olema ausad.*

R3Q5: *Ma usun, et on olemas universaalsed väärtused, mis on inimeste, ettevõtete ja ühiskondade ülesed. See on nagu teistele head tegemine, midagi sellist.*

Üldinimlikud väärtused on universaalsed ja ajas muutumatud. Läbi aegade on nad aidanud olla parem inimene, kuulekam ühiskonnaliige, määranud ära, mis on õige või väär. Sellised üldinimlikud väärtustest juhitudakse ka tänapäeval ning need on väärtused, mis meenuvad esmajärjekorras. Sageli on uskumused, hoiakud ja väärtused inimeste jaoks teadvustamata, seepärast tekitab ka see küsimus kõige rohkem küsitlutes segadust. Selle peale ei oldud mõeldud või paluti tuua näiteid, millistest veendumustest või põhimõtetest on juttu. Uskumused, väärtused, põhimõtted paistavad välja juhi käitumisest. Seepärast on oluline need väärtused enda jaoks teadvustada, et aru saada, mida oma meeskonnale tegelikult oma käitumisega öeldakse.

6. Küsimus (Q6): Missugused tõekspidamised on Teie organisatsioonis äratuntavad (olete ise märganud või teised on öelnud)?

Kõik juhi põhimõtted ja väärtused on tajutavad ja teadlikult või alateadlikult omaks võetud ettevõtte töötajate poolt.

R8Q6: *Ma pole kunagi mõelnud, et me oleme kristlased ja kõik sügavalt ei olegi, mõned on ateistid võib olla, aga käitumine on selline kristlik – seesama ausus, ei ole pahedesse takerdunud. Meie seltskonnas ei suudaks olla ükski suitsetaja, ükski valetaja, ükski sõltlane, ja selliseid asju ka, et me räägime, et ta on kuidagi selline ... – see on välistatud meie meeskonna puhul. Pigem on kristlik, ma ei ole kunagi sellest juhitud otseselt, aga see on teineteise suhtes heatahtlikkus ja abivalmidus – see on küll kristlik ...*

R9Q6: *Ma arvan, - ma olen hästi hooliv, nad tajuvad toetust. Ma nagu hästi püüan neid toetada igas mõttes.*

Sellele küsimusele oli paljudel ettevõtte juhtidel keeruline vastata. Väikeettevõtetes ei ole väärtused sageli (kodulehel, sisedokumentides) selgelt väljendatud ning veelgi sagedamini on need töötajateni viimata. Igas ettevõttes on aga olemas põhimõtted, mida

vaikimisi järgitakse. Enamuses ei olnud ettevõtjad selle peale mõelnud, kuidas nende ettevõtet võidakse kirjeldada – seepärast ei olnud sellele küsimusele kerge vastata, mida intervjuu käigus ka esile toodi. Mõne ettevõtte puhul olid põhimõtted paigas, nendega viidi uued töötajad meeskonnaga liitumisel kohe kurssi ning neist juhitudi oma igapäevatöös.

7. Küsimus (Q7): Kuivõrd töö, mida Te teete, on Teie jaoks eneseteostus?

Kui eneseteostust lihtsustatult lahti seletada, siis inimene kas alateadlikult või mingi sisemise sunduse ajal rakendab oma oskusi ja teadmisi, võimeid ja andeid tehes just seda, mis teda huvitab. Kui inimesed teevad tööd ainult sellepärast, et see vahend teatud (materiaalsete) eesmärkide saavutamiseks, siis üldjuhul ei kasuta inimene täielikult ära oma potentsiaali ning ei tunne täit rahulolu oma tööst. Kui inimesed teevad tööd, mida nad armastavad, siis nad ei taju tööd tööna. Ettevõtjaks saamine ei saa olla ega ei ole eesmärk omaette. Lisaks sellele, et on sisemine vajadus luua midagi, on oskused ja pühendumine, on sama oluline ettevõtluse aspektist, et loodud tooted või teenused pakuksid lisaväärtust tarbijatele. Kuigi ettevõtluse tuumaks ongi just turunõudlus ja eeldatav tarbijate vajadustest arusaamine, siis ettevõtja psühholoogilisest profiilist lähtuvalt on oluline nii kliendi vajaduste mõistmine kui ka iseenda vajadustele truuks jäämine.

***R9Q7:** See on minu tee päris kindlasti. Ma mäletan lapsepõlvest, et mu ema ja isa on teinud sellist tööd, mida nad ei ole armastanud. Ja ma olin selle energia sees. Ja ma võtsin lapsepõlves vastu sellise otsuse, et ma ei tee kunagi sellist tööd, mida ma ei taha teha. Ükskõik kui vähe ka mulle ka makstakse, aga ma valin selle töö, mis mulle meeldib. Ja nii ma olen läinud seda rada. ... Minu jaoks üks olulisemaid asju on pidev areng. See kõik läheb kokku, see on eneseteostus, samas areng. Ma pean kogu aeg edasi arenema, et õpetada. Mu õpilased arenevad ja ma pean kogu aeg olema samm ees. Siin jooksevad kokku nagu mulle kõik tähtsad asjad.*

***R7Q7:** Mulle meeldib seda teha ja mulle meeldib inimestega suhelda. Mul on mida pakkuda, ma tajun kliendi vajadusi ja mulle meeldib alati näha, et nad jäävad rahule selle asjaga.*

***R2Q7:** Aga üldiselt jah, seda tööd ma armastan. Kui ma peaksin nädalavahetusel tegema mingit asja, mis mulle üldse ei meeldi, siis jah see ju poleks enam see.*

***R8Q7:** Ma väga kaua ikka otsisin, alles kahekümnendate keskel leidsin end, sain aru mida ma tegelikult tahan teha. ... Nüüd ma küpsen selles uues vormis, see kõik on nii loogiline, see peabki nii olema, see areng toimub kogu aeg. Ma ei saa öelda, et see oleks*

mu eluaegne unistus olnud, aga ma tundsin, et ma tahan seda teha. Ma tundsin, et see on minu valdkond. Ma tahan eluaeg ise õppida ja see ongi valdkond kus sa õpid eluaeg, sa oled õppimise keskel ja see mulle meeldib.

Mida suurem on töötuse määr ühiskonnas, seda rohkem on vajadustest tingitud ettevõtteid ehk eesmärgiks on (esialgu) iseendale töökoha loomine ning tegutsemine valdkonnas, kus nähakse võimalust, kuid mis tingimata ei pea kokku minema isiklike soovide ja võimetega. Selliste ettevõtjate jaoks on justkui kaks eraldi valdkonda: töö- ja eraelu ehk üks neist, millega nad peavad tegelema enamuses materiaalsel kaalutlustel ning eraelu, kus nad saavad tegeleda sellega, mis neile tegelikult meeldib. Eneseteostuseni jõudmisel selline eristamine kaob – kõik ongi üks. Oma tee leidmine ehk eneseteostuseni jõudmine ei ole nii mõnigi kord olnud lihtne, eelnevalt on kulunud selleks lühem või pikem aeg. Eneseteostus ei tähenda ainult kohalejõudmist, äratundmist, vaid pidevalt oma võimetele vastavat arenemist. Antud uuringus osalenud ettevõtted tegelesid kõik sellega, mis neile meeldis. Nad armastasid oma tööd ning tegelesid sellega meelsasti ka vabal ajal (nädalavahetustel) ning tõid mitmel juhul välja olulise tegurina isikliku arenemise võimaluse.

8. Küsimus (Q8) Mida tähendab Teie jaoks vaimsus (spirituaalsus)?

Protsessid, mis toimuvad ühiskonnas ei jäta ka mõjutamata ettevõtjaid. Võrreldes kahe viimase rahvaloenduse andmeid võib näha, et suurenenud on usku tunnustatavate ettevõtjate osakaal. 2000. aastal oli Registrite ja Infosüsteemide Keskuse andmetel ettevõtteid 38 467 ning kindlat usku tunnistas ettevõtjatest 5 672 inimest ehk 14,75%. 2011.aastal oli ettevõtteid 41 336 ning kindlat usku tunnistas 7 241 ettevõtjat ehk 17,52% ettevõtete juhtidest (Lisa 1).

***R9Q8:** Mina usun Jumalasse. ... Jumal minu arvates on kõik see, mis olemas on. Ma usun kõrgemasse jõudu ja see, millele ma nagu toetun, on ühendus Loojaga. Ja samas ühendusele oma enda hingega. Ja kui ma tunnen, et ma kaotan selle ühenduse ära, siis ma kohe tunnen, et ma kaotan ühenduse oma loovusega, lõdvestusega. Siis mul ei ole enam iseendaga kontakti, maailmaga kontakt, siis ma liigun kohe pähe, aga peas asuvad hirmud. ... See ühenduse hoidmine hingega ja läbi selle Loojaga on oluline ja ma alustan igat päeva sellega, et ma loon selle ühenduse.*

***R8Q8:** Ma ise olen vene õigeusku. Olenevalt lastetoast selline kirikumeelne, aga mitte nii väga religioosne, rituaale väga intensiivselt ei järgi, aga sellised ristimised ja matused ja pulmad kiriklikud – see ikkagi saadab mind. Õigeusk küll, aga see ei tähenda seda, et ma elimineerin teised võimalused. Aga samal ajal juured on kindla asja juures.*

Aga jälle avatud suhtumine. ... Teadlik püüan olla kõigest, käin aga põhivaldkondade järgi.

R5Q8: *Vaimne inimene on teadlik. Teadlik inimene iidsetest tarkustest. Need iidsed tarkused, mis meil on ühiskonnas alla surutud. Kuulata südame häält ja teha seda, mis sa õigeks pead ja mis ongi õige.*

Kuna teadlikult oli valimisse valitud ka materialistliku maailmavaatega vastajaid, siis nende kahe vastaja seisukohad olid ka väga lühidalt ja selgelt väljendatud, et vaimusus ei kuulu nende maailmapilti ning diskussiooni edasi ei tekkinud. Teiste vastajate puhul oli vastuseid erinevaid, neid ei ole võimalik üldistada. Igähel oli oma vaimne või religioosne maailmapilt.

9. Küsimus (Q9): Kui Teil oleks võimalik luua ideaalne ettevõtte, siis milline see välja näeks?

Sisuliselt paluti kirjeldada ettevõtte visiooni. Visioon on võimalikult realistlik kirjeldus, millisena ettevõtja tahab oma ettevõtet tulevikus näha. Visioon on teatud ideaal ja uskumus, mis annab ettevõtjale jõudu liikuda oma eesmärgi suunas.

R5Q9: *Ma loodan, et ta saab ikka väga suureks. See positiivne tagasiside, mis sealt praegu tuleb, kõik on üliposiitivne.*

R1Q9: *Sa pead tundma, kes sa siin maailmas oled. ... Leida oma koht inimeste südames oma disainiga. See on võimalik, aga ma olen lihtsalt aru saanud, et mul on oma väike aga suur vorm. ...*

R7Q9: *Kontor asuks looduskaunis kohas, mitte mingil juhul linnas. See kontor peaks olema sellise avatud lahendusega, et kui ta tahab suvel, siis ta võib minna keset päeva ujuma. Et see tööaeg ei ole piiratud 8-5ni, aga tellimused on täidetud, aga kuna need tellimused täidetakse, see on iga inimese enda asi. ... Inimesed oleksid teistmoodi motiveeritud, et oleks selline ühtne hingamine ...*

Enamuses oli visioon oma tuleviku ettevõttest väljendatud just toote või teenuse mahu kasvamise, kliendibaasi suurenemise või turu laienemise läbi. Vastavalt teoreetilistele uuringute tulemustele muutuvad üha tähtsamaks aga ka soovitud töökeskkond ja inimestevahelised suhted ehk väärtuspõhisele juhtimisele põhinedes just humaansete ja transtsendentsete väärtuste esiletulek, mis on kõrgemad kui majanduslik kasusaamine. Selliste väärtuste ilmnemiseks peab aga juht olema teadlik, kes ta on inimesena, millised on tema tõekspidamised ja milleni ta inimesena tahab kasvada. Vaatamata sellele, et käesolevas uuringus osalenud ettevõtjad tegelesid enamuses aktiivselt enesejuhtimisega

ning vaimsete praktikatega, siis ainult ühel juhul toodi välja visioon, milline saab olema töökeskkond ja inimeste arenguvõimalused kollektiivis.

Juhi visioon ettevõttest ja endast ettevõtjana on see, mis annab suuna, mille poole liikuda ettevõtja ja inimesena. Küsitluste põhjal võib eeldada, et see on alustala, millele teenimatult vähe ettevõtjate poolt tähelepanu on pööratud.

4.3. Arutelu

Käesolev töö püstitas eesmärgi anda teoreetiline ülevaade ettevõtte juhi uskumustest ja selle mõjust ettevõtluskäitumisele. Läbiviidud poolstruktureeritud süvaintervjuude põhjal kaardistati ettevõtte juhtide erinevaid uskumusi.

Tänapäeva üha kiiremini muutuv maailmas on ettevõtjana tegutsemiseks vaja teadmisi, mis aitavad nii äriideid ellu viia kui ka ettevõttel konkurentsivõimelisena püsida. Äri eesmärgid seavad selle omanikud. Ettevõtte finantsiliseks eesmärgiks on üldjuhul kasumi teenimine. Sõltuvalt ettevõtte omanikest võivad eesmärgid varieeruda. Mõned ettevõtted rõhutavad rahaliste eesmärkide asemel teatud väärtuste ja tõekspidamiste omaksvõtmist. Kuid vaatamata eesmärkide mitmekesisusele huvitab kõiki omanikke ja/või teisi huvigruppe alati äri püsijäämine. Kasulik on teada, kuidas ettevõtluseks valmistuda ja kuidas ettevõtet edukalt juhtida.

GEM uuringu andmetel on eestlaste üldised hoiakud ettevõtjatesse ja ettevõtlusesse EL keskmisest pisut tagasihoidlikumad. Kui ettevõtlusaktiivsuse määra poolest on Eesti endaga sarnaste riikide keskmisega võrreldaval tasemel, siis varase faasi ettevõtete ellujäämismäär on Eestis võrdlusgruppide keskmistest oluliselt madalam. Seega on endiselt oluline ettevõtja kui uue rikkuse looja väärtustamise temaatika ühiskondlikul tasandil kui ka ettevõtjate ellujäämismäära parandamine eriti varases faasis ettevõtjate osas.

Ettevõtte juhtide igapäevased väiksemate ja suuremate valikute ning otsuste kaudu on nähtavad juhi uskumused ja väärtushinnangud. Juhid kujundavad ja defineerivad juhtimismudeli ning teadvustamata või teadvustatult määravad ettevõtte näo ja käekäigu. See, kuidas juht mõistab iseennast ja maailma, määrab suuresti selle, kuidas ta juhib.

Inimese esimesed ja kõige tugevamad uskumused saavad alguse lapsepõlvest ning kuna sel perioodil puudub veel võime kriitiliselt mõelda, siis saavad neist sisemised tõekspidamised, mis salvestuvad sügavasse alateadvusesse. Vaatamata otsustele või püüdlustele igapäevategevustes, käitub inimene sageli alateadlikult sisemiste salvestatud programmide järgi.

Omandatud hoiakutel on oluline tegelikkuse seletamise ja ühiskondlike ettevõtmiste õigustamise funktsioon ning sellist sotsiaalselt omandatud uskumuste süsteemi kasutavad inimesed sündmuste interpreteerimisel, enda reflekteerimisel ja oma tegevuste planeerimisel. Ettevõtlikkus on eelkõige hoiak ja ellusuhtumine. Nende kujunemine algab sünnihetkest. Seega on oluline, et ettevõtlikkuse väärtustamisele ja eesmärgipärasele kujundamisele pööratakse tähelepanu juba maast-madalast (Ettevõtlusõppe edendamise kava ... 2010:1).

Ettevõtjaks hakkamise ja karjäärivalikuga seonduvalt on olemas mitmeid iseloomuomaduste teste, kuid neile ei ole seni pööratud sügavamal tasandil tähelepanu või õigemini ainult iseloomuomadustel põhinevad testid ei võimalda hinnata tegelikku ettevõtluspotentsiaali. Kui tahta aru saada inimeste ja ka ettevõtete motivatsioonist, siis tuleb minna sügavamale ehk aru saada uskumustest ja nende kujunemisest.

Inimeste käitumine on sisuliselt uskumuste väljendumine tegevustes. Uskumused võivad olla toetavad või lõhkuvad. Nad määratlevad inimest kui jõulist või jõuetut, pädevat või asjatundmatut, iseseisvat või sõltuvat. Uskumused mõjutavad enesehinnangut, suhteid, tööga toimetulekut, mentaalset ja füüsilist tervist. Mõistmaks, mida usutakse, on esimene samm hindamaks ettevõtja rolliks valmisolekut. Eelkõige on siin olulised enesekohased uskumused - sisemine kontrollkese, kõrge efektiivsususkumuse tase, realistlikud kontrolluskumused. Uskumused määravad nii inimese minapildi kui ka maailmavaate ning sellest tulenev arusaamine nii iseendast kui maailmast määrab selle, kuidas inimene toimib või kuidas ta juhina käitub.

Üldistusena võib välja tuua tähelepaneku, et väga vähesed ettevõtjad olid mõelnud küsimuste peale - millised sisemised tegurid mõjutavad nende juhtimisprotsesse ja otsuseid, millised on nende tugevamad iseloomujooned, peamised põhimõtted ja kas ja kuidas need mõjutavad nende ettevõtet.

Ettevõtluse fenomeni selgitada püüdvad mudelid on enamuses vältinud spirituaalset mõõdet inimese käitumises ja on selle asemel keskendunud personaalsetele iseloomujoontele, kavatsustele, käitumuslikele protsessidele ja välisele kontekstile. Vastavalt erinevatele teoreetilistele käsitlustele võib ka ettevõtjatega läbiviidud intervjuude põhjal Eestis väita, et tegemist on ettevõtluses alahinnatud mõõtmega.

See, millisesse maailmapilti usutakse, milliseid vaimseid uskumusi omatakse, on aluseks väärtustele, mida väljendatakse nii oma isiklikus kui professionaalses elus. Kui me vaatame spirituaalsuse (vaimsuse) aluspõhimõtteid, milleks on soov ühenduda transtsendentsega, integreerida mina tähenduslikusse üksiolemisse ja realiseerida oma potentsiaal, siis on need samad märksõnad, mida me kasutame, kui räägime enesetoetusest. Soov enesetoetuse ja tähendusriikka töö järele on sageli peamised põhjused ettevõtte loomiseks.

Vastavalt teoreetilistele seisukohtadele ja käesoleva uuringu tulemustele selgus, et ettevõtjad, kes teevad seda, mida nad tõeliselt armastavad, kirjeldavad tööd kui lõbu. See tuleneb oma elu erinevate aspektide integratsioonist, kooskõlas elamisest oma tegelike väärtustega ning tundeist, et ollakse osa millestki suuremast ehk ollakse ennast teostavad. Ehk teadlikult või alateadlikul liiguvad inimesed oma potentsiaali realiseerimise suunas. Eesmärgiks on teadvustamata protsessidelt, tunnetelt, mõtetelt, uskumustelt liikuda teadlikkuse suunas.

Intervjuude käigus võis täheldada, et kui inimesed ei ole teadliku, kes nad on, siis sageli aetakse tahtmatult segi oma ideaal-väärtused, millest tahetakse juhinduda ja väärtused, millest tegelikult igapäevaelus väljendunud on. Inimesed käituvad tihti vastupidiselt oma väärtustele. See on võitlus, mis on ideaalsete, soovitud väärtuste ja igapäevaselt väljendatud väärtuste vahel. Seega ollakse sageli tahtmatult silmakirjalikud tahtes avaldada muljet (Kriger & Hanson 1999: 312). Idealiseeritud väärtuste poole liikumine on võimalik ainult soovitud väärtusi teadlikult igapäevasesse käitumisse rakendades. Inimese personaalsus avaldub tema iseloomus ja väljendub tema tegutsemises ja käitumises. Kui inimene käitub oma sisemiste veendumuste kohaselt, on ta iseendaga tasakaalus –autentne ehk ehe.

Ettevõtja loomupärased või õpitud enesejuhtimisvõimed ja -oskused kujundavad ja toetavad ettevõtjat tema teel. Mitmed ettevõtjad kasutasid teadlikke enesejuhtimise

praktikaid - olgu selleks igapäevane eneseanalüüs või meditatsioon. Kõige alus on teadlikkus, mitte automaatne käitumine vastavalt lapsepõlves väljakujunenud mustritele.

Eestis on potentsiaalsetel ettevõtjatel võimalik läbida erinevaid ettevõtlusega alustamise koolitusi, mis eelkõige on suunatud äriidee testimisele ja äriplaani vormistamisele esitamaks seda potentsiaalsetele rahastajatele. Olemas on mitmeid äriidee valmisolekut ja ettevõtja iseloomuomadusi hindavaid teste, võimalus on pöörduda ka ärinõustaja poole - enamuses siiski äriidee testimiseks ja äriplaani kirjutamiseks. Praegu on jäänud tähelepanuta põhjalikum ettevõtjate testimine (ka eneseanalüüsi korras), et mõista erinevaid psühholoogilisi aspekte ettevõtjana tegutsemisel.

Loomuomadused aitavad mõista, kuidas ettevõtjad mõtlevad, mille poole nad sihivad, mida nad teevad ja mida nad tegelikult saavutada tahavad. Iseloomujoonte mõju ettevõtjatele võib olla palju tugevam kui teiste elukutsete esindajate puhul, sest ettevõtja roll pakub rohkem vabadust valikuteks ja keskkonna muutmiseks niisamuti kui tegutsemist vastavalt isiklikele eelistustele ja eesmärkidele. Aidates ettevõtjaid mitte ainult majanduse ja seadusandluse õpetamisega ning finantsilise toe pakkumisega, vaid ka arusaamisega nende võimalustest, piiratusest ja riskidest nende isiksuse struktuuris (kognitiivsed võimed, motiivid, väärtused, temperament) on heaks näiteks isiksuse psühholoogia ja majanduskäitumise ühendamisest (Brändstätter 2011: 229).

Paljud ettevõtjad alustavad unistusega – suure kinnisideega. On mitmeid psühholoogilisi muutjaid, mis võivad mõjutada selle unistuse täitumist. Need muutujad tuleb tõlkida praktilisteks lahendusteks et see unistus saaks tõeks. Unistus võib realiseeruda, psühholoogia saab aidata (Hisrich *et al* 2007: 387).

Kui alustavatele ettevõtjatele on mitmeid toetavaid tugitegevusi nii koolituste, nõustamiste, erinevate e-kanalitest leitudvate testide ja nõuannete näol ning tegutsevad suuremad ettevõtjad saavad lubada juhtimiskonsultantide kaasamist, siis varajase faasi ettevõtjad on jäänud sageli ilma tähelepanuta nii ettevõtte, kuid eelkõige ka enda kui ettevõtja arendamisest. Mõnes mõttes on praegu ümber saanud müümise ja juhtimise koolituste ajad ning tähelepanu tuleks pöörata hoopis rohkem isiku arendamisele. Mida kõrgemad on ettevõtja ja tema töötajate inimlikud väärtused, seda suurema tõenäosusega on rahulolevam ja ennastteostavam mitte ainult kogu kollektiiv, vaid ettevõtte kuvand tervikuna erinevate osapoolte silmis.

Organisatsioonikultuur põhineb teatud hoiakutel ja tõekspidamistel. Liidriks olemine tähendab oma inimeste keskel olemist, nendega suhtlemist, empaatilist suhtumist, oma ettevõtte visiooni ja väärtuste edasiandmist. Religioossed ja spirituaalsed uskumused on baasuskumused, millele toetub inimese maailmapilt. Samas ei ole veel Eesti kontekstis tavaks neist kõvasti rääkida vähemalt töökeskkonnas. See on justkui midagi, mis inimese erasfääri kuulub. Ometigi ei ole võimalik selliseid baasuskumusi töö juures või ettevõtluses elimineerida. Pigem vastupidi – selliste spirituaalsete uskumuste ja baasväärtuste selgelt sõnastamine on ettevõtte seesmise ja välise kuvandi tugevdaja. Kõik algab aga teadvustamisest ning veelgi teadlikumast enesejuhtimisest.

Vaatamata välise keskkonna tegurite kujundamisele saab ettevõtlus teoks ainult läbi ettevõtja ning seepärast on ettevõtja kui fenomen olnud üheks huvipakkuvamaks uurimisobjektiks, et saada aru, millised inimesed ja millistel tingimustel valivad ettevõtja tee. Kuid ettevõtlusvõimaluste järgimine ei ole limiteeritud ainult ratsionaalse otsuse tegemisega – väärtused ja käitumuslikud mustrid, intuiitiivsed ja emotsionaalsed komponendid on samuti tähtsad. Eneserefleksioon ettevõtlusaktiivsuse motiivide kohta, et otsustada milline ettevõtluslik enesearengu visioon omab tähendust erinevate indiviidide puhul ja valida, millist tüüpi ettevõtlusvõimalusi järgida on samuti ettevõtlusõppe küsimus, mis ei ole vähem tähtis kui tehniliste oskuste omandamine äriplaani koostamiseks (Elenurm *et al* 2007: 28).

Ankeedi väljatöötamise etapid on esitatud lisa 3. Järgnevalt mõned soovitusel teemadest, mis võiksid olla kajastatud enesereflektiivsel ettevõtjatele suunatud ankeedil.

- 1) Mina – uskumused. Ettevõtte juhid ei ole teadlikud oma käitumist määravatest teguritest, kõige vähem uskumustest. On olemas erinevaid psühholoogilisi teste, mis mõõdavad loomuomadusi või otsustusprotsesse. Kuna juhtimiskäitumine on mitmete psühholoogiliste komponentide kombinatsioon, siis mina – uskumuste küsimused peaksid sisaldama küsimusi nii loomuomaduste, kontrollkeskme, kontrolluskumuste, enesehinnangu kui ka efektiivsususkumuste kohta;
- 2) Religioossed ja spirituaalsed uskumused. See, milline on ettevõtja maailmapilt määrab selle, mis on neile oluline. Religioossust või spirituaalsust ei ole võimalik eraldada inimese elust. Seetõttu on oluline lisada erinevatesse ettevõtja suunatud küsimustikesse vaimseid väärtusi mõõtvaid küsimusi nagu spirituaalne maailmapilt, vaimsed praktikad, stressiga toimetulek;

3) Enesejuhtimine. Igal inimesel on erinevad moodused enesejuhtivaks käitumiseks. Need mentaalsed, füüsilised ja vaimsed praktikad on rohkem või vähem teadvustatud. Enesejuhtivate küsimustiku osa võiks sisaldada küsimusi probleemsetes olukordades toimetulekuviiside kohta, sisekõnes kasutusel olevaid kontsepte, praktiliste toimetulekuvõtete kaardistamist.

Juhtimiskäitumine on mitme teguri kombinatsioon. Sageli mõõdetakse ainult ühte või teist osa sellest. Tervikpildi saamiseks tuleks edaspidi lisaks ankeedile rakendada erinevate meetmete kombinatsiooni. Uskumusi ja põhimõtteid on rakse mõõta ainult ankeetidega. Ankeetides on sageli aimatavad soovitatavad ideaalväärtused, mida pahaaimamatult omaks võetakse. Kuna sageli on uskumused ja väärtused väikeettevõttes teadvustamata, siis ei osatagi aru saada, millised on neist on olulisema kaaluga. Tulemuslik võib olla kombineerida ankeeti ka näiteks 360-kraadi tagasisidega, et tuvastada väärtusi, mis organisatsioonis käesoleval hetkel tegelikult toimivad. Ettevõtte juhtide uskumusi aitavad avada ka erinevat tüüpi konsultatsioonid ja teraapiad, näiteks lugude jutustamine. Igas räägitavas loos kumavad välja inimestele omased uskumused ja põhimõtted.

Ettevõtja uskumustest arusaamine on olulise tähtsusega mõistmaks erinevat avaldunud ettevõtluskäitumist. Uskumusi kaardistava ankeedi väljatöötamisele eelneval etapil - teoreetilise materjali läbitöötamisel ja Eesti ettevõtjatega läbiviidud intervjuudel on siin oma panus.

KOKKUVÕTE

Käesolev magistritöö eesmärgiks oli uurida uskumuste mõju ettevõtluskäitumisele. Töö autori panus seisnes eelkõige teoreetilise materjali põhineva ülevaate andmises uskumuste ja ettevõtluskäitumiste vahelistest seostest. Ettevõtjatega läbiviidud poolstruktureeritud intervjuud võimaldasid mõtestada teoreetilisi lähtekohti Eesti kontekstis.

Töö esimeses osas käsitletakse ettevõtjate kohta käivaid erinevaid uuringusuundi, millest olulisemad on ettevõtjate iseloomuomadustele ja kognitiivsetele protsessidele tähelepanu pöörvad uurimused. Töö teises osas käsitletakse uskumusi psühholoogilisest aspektist. Ühed fundamentaalsemad uskumused on uskumus enda kohta. Ettevõtjaid iseloomustavad kõrge enesehinnang, positiivsed efektiivsususkumused, sisemine kontrollkese, optimistlik ellusuhtumine, realistlikud kontrolluskumused. Need uskumused on aluseks edukate ettevõtjate pidevale enesemonitooringule ning tõhusate enesejuhtimise võtete kasutamisele.

Selle töö teine oluline rõhuasetus oli vaimsetel uskumustel. Mitmed uuringud viitavad sellele, et ettevõtlus on jõudmas postmaterialistlikku ajajärku, kus hinnatakse materiaalistest väärtustest enam eneseteostust, tähendust, elu kvaliteeti. Samad märksõnad on kesksel kohal ka vaimsetes definitsioonides ehk ettevõtlus on muutumas teeks, mis viib vaimsele kasvule ja eneseteostusele. Ettevõtjad, kes peavad omaks religioosseid või vaimseid uskumusi kasutavad neid ka igapäevaselt oma ettevõtte juhtimisotsuste tegemisel ning nende töö- ja eraelu on integreerunud.

Ettevõtte juhi üheks olulisemaks ülesandeks on kujundada selline organisatsioonikultuur, mis toetab ettevõttes peituvat potentsiaali võimendumist ning muudab töötegemise kõigile tähendus- ja tulemusrikkaks. See on võimalik ainult läbi juhi pideva enesearengu ning oma uskumuste ning väärtuste teadvustamise ning teadliku edasiarenduse. Ettevõtja, kes omab tugevat arusaama sellest kes ta on isiksusena ning millised on tema uskumused, saab teha teadlikumaid valikuid ning valida efektiivsemaid juhtimismeetodeid.

Käesoleva töö käigus tehtud tähelepanekud viitavad sellele, et ettevõtjad sageli ei ole teadlikud oma uskumustest. Erinevad ettevõtjatele suunatud enesehindamise vahendid Eestis ei käsitle praegu ettevõtjate uskumuste temaatikat. Käesolev töö annab raamistiku ettevõtjate uskumusi kaardistava ankeedi väljatöötamiseks. Ankeet on abivahendiks nii juhile endale kui konsulantidele juhi uskumuste mõistmiseks ning mis omakorda võimaldab paremini suunata organisatsiooni väärtuste kujundamist.

KASUTATUD KIRJANDUS

1. Entrepreneurship in the EU and beyond. European Commission, 2012, 256p.
[http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf] 04.01.2014.
2. Ettevõtlusõppe edendamise kava „Olen ettevõtlik“. Eesti Tööstus-
Kaubandustööstuskoda, 2010. [[http://www.koda.ee/public/Ettevotlusoppe_](http://www.koda.ee/public/Ettevotlusoppe_edendamise_kava_Olen_ettevotlik_koos_lisadega.pdf)
[edendamise_kava_Olen_ettevotlik_koos_lisadega.pdf](http://www.koda.ee/public/Ettevotlusoppe_edendamise_kava_Olen_ettevotlik_koos_lisadega.pdf)] 04.01.2014.
3. **Ajzen, I.** The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. - *Psychology and Health, September 2011, 26(9), p1113-1127*
4. **Allik, J., Realo, A., Konstabel, K.** Isiksusepsühholoogia. Tartu Ülikooli Kirjastus, 2003, 357 lk.
5. **Almeida, P.I.L., Ahmetoglu, G., Chamorro-Premuzis, T.** Who Wants to Be an Entrepreneur? The Relationship Between Vocational Interests and Individual Differences in Entrepreneurship. - *Journal of Career Assessment, 2014, Vol 22(1), p 102-112.*
6. **Altnurme, L.** Kristlusest oma usuni. Tartu Ülikooli Kirjastus, 2006, 301 lk.
7. **Ashar, H.; Lane-Maher, M.** Success and Spirituality in the New Business Paradigm. - *Journal of Management Inquiry, Sep 2004, Vol. 13 Issue 3, p249-260.*
8. **Audretech D.B., Bönnte, W., Tamvada, J.P.** Religion, social class, and entrepreneurial choice. - *Journal of Business Venturing, November 2013 28(6), p774-789.*
9. **Bandura, A.** Self-efficacy. – *Harvard Mental Health Letter, Mar97, Vol. 13 (9), p4-7.*
10. **Barrett, R.** The New Leadership Paradigm. Fulfilling Books, 2011, 531p.
11. **Bird, B.** Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. - *Academy of Management Review, Jul 1988, Vol. 13 Issue 3, p442-453.*
12. **Boone, C., De Brabander, B., Van Witteloostuijn, A.** CEO locus of control and small firm performance: An integrative framework and empirical test. - *Journal of Management Studies, 1996, 33(5), p667-699.*
13. **Boutillier, C.** A unified model of qualitative belief change: A dynamical systems perspective. - *Artificial Intelligence, January 1998, 98(1-2), p281-316.*

14. **Boyd, N. G.; Vozikis, G. S.** The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship: theory and practice, Summer 1994, Vol. 18 Issue 4, p63-77.*
15. **Brandstätter, H.** Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. - *Personality and Individual Differences, August 2011, 51(3), p222-230.*
16. **Buchholz, R.A., Rosenthal S.B.** The Spirit of Entrepreneurship and the Qualities of Moral Decision Making: Toward A Unifying Framework. - *Journal of Business Ethics, 2005, 60, p307-315.*
17. **Cassar, G.** Are individuals entering self-employment overly optimistic? an empirical test of plans and projections on nascent entrepreneur expectations. - *Strategic Management Journal, August 2010, 31(8), p822-840.*
18. **Cervone, D.** Thinking about self-efficacy. - *Behavior Modification, January 2000, 24(1), p30-56.*
19. **Choe, K.-L., Loo, S.-C., Lau, T.-C.** Exploratory study on the relationship between entrepreneurial attitude and firm's performance. - *Asian Social Science, 28 March 2013, 9(4), p144-149.*
20. **Choi D.Y., Gray, E.R.** Socially responsible entrepreneurs: What do they do to create and build their companies? - *Business Horizons, July 2008, 51(4), p341-352.*
21. **Day, L., Maltby, J.** "With Good Luck?": Belief in good luck and cognitive planning. - *Personality and Individual Differences, November 2005, 39(7), p1217-1226.*
22. **De Carolis, D.M., Saporito, P.** Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. - *Entrepreneurship Theory and Practise, 2006, p41-56.*
23. **De Castella, K., Goldin, P., Jazaieri, H., Ziv, M., Dweck, C.S., Gross, J.J.** Beliefs About Emotion: Links to Emotion Regulation, Well-Being, and Psychological Distress. - *Basic and Applied Social Psychology, November 2013, 35(6), p497-505.*
24. **D'Intino, R.S., Goldsby, M.G., Houghton, J.D., Neck, C.P.** Self-Leadership: A Process for Entrepreneurial Success. - *Journal of Leadership and Organizational Studies, Vol. 13, No. 4, 2007, p105 – 120.*
25. **Dweck, C.S.** Can Personality Be Changed? The Role of Beliefs in Personality and Change. - *Current Directions in Psychological Science, Dec2008, Vol. 17 Issue 6, p391-394.*
26. **Elenurm, T., Alas, R.** Features of Successful Entrepreneurs in Estonia. *Working Papers in Economics, 2008, Vol. 25 Issue 168-180, p21-30.*

27. **Fernando, M., Jackson, B.** The influence of religion-based workplace spirituality on business leaders' decision-making: An inter-faith study. - *Journal of Management & Organization*, 2006, 12(1), p23–39.
28. **Fry, L.W.** Toward a theory of spiritual leadership. - *The Leadership Quarterly*, Volume 14, Issue 6, December 2003, p693–727.
29. **Fry, L.W., Vitucci, S., Cedillo, M.** Spiritual leadership and army transformation: Theory, measurement, and establishing a baseline. - *The Leadership Quarterly*, 2005, 16(5), p835-862.
30. **Gartner, W.B.** Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics. - *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 1989, Vol. 14 Issue 1, p27-37.
31. **Gloaalne ettevõtlusmonitooring 2012.** Eesti Arengufond, 2013, 78 lk.
32. **Hayek, M.** Control Beliefs and Positive Psychological Capital: Can Nascent Entrepreneurs Discriminate Between What Can and Cannot be Controlled? - *Journal of Management Research*, Apr2012, Vol. 12 Issue 1, p3-13.
33. **Hirsijärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P.** Uuri ja kirjuta. Kirjastus Medicina, 2010, 412 lk.
34. **Hisrich, R., Langan-Fox, J., Grant, S.** Entrepreneurship Research and Practice. *American Psychologist*, 2007, Vol. 62, No 6, p575 -579.
35. **Hoffman, W.M., McNulty R.E.** Transforming faith in corporate capitalism through business ethics. - *Journal of Management, Spirituality & Religion*, Sept 2012, 9 (3), p217-236.
36. **Houghton, J.D., Bonham, T.W., Neck, C.P., Singh, K.** The relationship between self-leadership and personality. *Journal of Managerial Psychology* 2004, Vol 19, No 4, p427-441.
37. **Jackson J.J., Konz G.N.P.** Spirituality and Entrepreneurs. - *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 2006, Vol.3 Issue 3, p242-257.
38. **Judge, W.Q., Douglas, T.J.** Entrepreneurship as a leap of faith. - *Journal of Management, Spirituality & Religion*. Vol. 10, No 1, 2013, p37 - 65.
39. **Kauanui, S.K., Thomas, K.D., Sherman, C.L., Waters, G.R., Gilea, M.** Exploring Entrepreneurship through the Lens of Spirituality. - *Journal of Management, Spirituality & Religion*, Jan2008, Vol. 5 Issue 2, p160-189.
40. **Kauanui, S.K., Thomas, Kevin.D., Rubens, A., Sherman, C.L.** Entrepreneurship and Spirituality: A Comparative Analysis of Entrepreneurs' Motivation. - *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, January 2010, Vol. 23 Issue: 4, p621-635.

41. **Khalil, E.L.** Rational, Normative and Procedural Theories of Beliefs: Can They Explain Internal Motivations? - *Journal of Economic Issues*, Sep2011, Vol. 45 Issue 3, p641-664.
42. **Konz, G.N.P., Ryan, F.X.** Maintaining an organizational spirituality: No easy task. – *Journal of Organizational Change Management*, 12(3), p200-210.
43. **Korunka, C., Frank, H., Lueger, M., Mugler, J.** The Entrepreneurial personality in the Context of Resources, Environment, and the Startup Process. A Configurational Approach. - *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, Vol. 28 Issue 1, p23-42.
44. **Kray, L.J., Haselhuhn, M.P.** Implicit negotiation beliefs and performance: Experimental and longitudinal evidence. - *Journal of Personality and Social Psychology*, July 2007, 93(1), p49-64.
45. **Kruger, M.P., Hanson, B.J.** A value-based paradigm for creating truly healthy organizations. - *Journal of Organizational Change Management*, 1999, Vol.12 Issue 4, p302-317.
46. **Lehtsaar, T.** Sissejuhatus religioonipsühholoogiasse. Eesti Keele Sihtasutus 2013, 223 lk.
47. **Liang, C., Dunn, P.** Are entrepreneurs optimistic, realistic, both or fuzzy? relationship between entrepreneurial traits and entrepreneurial learning. - *Academy of Entrepreneurship Journal*, 2008, Vol. 14, Issue 1/2, p51-73.
48. **Low, M.B., MacMillan, I.C.** Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. - *Journal of Management*, Jun88, Vol. 14 Issue 2, p139-161.
49. **Maslow, A.** Self-actualization and beyond, 1965, [<http://eric.ed.gov/?id=ED012056>], p27.
50. **McMullen, J.S., Shepherd, D.A.** Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. - *Academy of Management Review*, January 2006, 31(1), p132-152.
51. **Nordgren, L.F., Van Der Pligt, J., Van Harreveld, F.** Unpacking perceived control in risk perception: The mediating role of anticipated regret. - *Journal of Behavioral Decision Making*, December 2007, 20(5), p533-544.
52. **Osiri, J.K., McCarty, M.M., Davis, J., Osiri, J.E.** Entrepreneurship mix and classifying emerging sub-fields. - *Academy of Entrepreneurship Journal*. 2013, Vol. 19 Issue 2, p23-46.

53. **Phipps, K.A.** Spirituality and strategic leadership: the influence of spiritual beliefs on strategic decision making. - *Journal of Business Ethics*, March 2012, Vol. 106, issue 2, p177-189.
54. **Pollack, JM, Burnette, JL, Hoyt, CL.** Self-Efficacy in the Face of Threats to Entrepreneurial Success: Mind-Sets Matter. - *Basic and applied social psychology*, 2012, 34, 3, p287-p294.
55. **Radu, M, Redien-Collot, R.** The social representation of entrepreneurs in the French press: Desirable and feasible models? - *International Small Business Journal*, June 2008, 26(3), p259-298.
56. **Renshon, J.** Stability and Change in Belief Systems: The Operational Code of George W. Bush. - *Journal of Conflict Resolution*, Dec2008, Vol. 52 Issue 6, p820-849.
57. **Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., Hunt, H. K.** An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. - *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Summer 91, Vol. 15 Issue 4, p13-31.
58. **Siimon, A., Kaseorg, M.** Ettevõtlusaktiivsus ja selle arendamise võimalused Eestis. - *Discussions on Estonian Economic Policy*, 2008, Vol. 16, p219-235.
59. **Strange, J.M., Mumford, M.D.** The origins of vision: Charismatic versus ideological leadership. - *Leadership Quarterly*, Aug2002, Vol. 13 Issue 4, p343-377..
60. **Tenzin, G.- Dalai Laama XIV.** Iidne tarkus, moodne maailm. Uue aastatuhande eetika. Elmatar 2001, 142 lk.
61. **Uhlener, L., Thurik, R.** Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. - *Journal of Evolutionary Economics*, April 2007, 17(2), p161-185.
62. **Urbig, D., Monsen, E.** The structure of optimism: "Controllability affects the extent to which efficacy beliefs shape outcome expectancies". - *Journal of Economic Psychology*, August 2012, 33(4), p854-867.
63. **Uygun, R., Kasimoglu, M.** The Emergence of Entrepreneurial Intentions in Indigenous Entrepreneurs: The Role of Personal Background on the Antecedents of Intentions. - *International Journal of Business & Management*, Mar2013, Vol. 8 Issue 5, p24-40.
64. **Wood, R., Bandura, A.** Social Cognitive Theory of Organizational Management. - *Academy of Management Review*, Jul1989, Vol. 14 Issue 3, p361-384.
65. **Worden, S.** Religion in Strategic Leadership: A Positivistic, Normative/Theological, and Strategic Analysis. - *Journal of Business Ethics*, 2005 (57), p221 – 239.

66. **Zhao, H., Seibert, S.E.** The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. - *Journal of Applied Psychology*, 2006, Vol.91, No 2, p259-271.
67. **Zeiger, P.** Vajalikke teadmisi ettevõtlusest, 2013. [http://www.e-ope.ee/_download/euni_repository/file/3676/Zeiger,%20P.%202013.%20Vajalikke%20teadmisi%20ettev%C3%B5tlusest_090413_parandatud%20v%C3%A4ljaane.pdf]
04.01.2014.

SUMMARY

The aim of this paper was to investigate the beliefs affecting entrepreneurial behavior. Author's contribution was to provide an overview of the relationship between beliefs and entrepreneurial behavior. Semi-structured interviews with entrepreneurs allowed to conceptualize the theoretical starting points in the context of Estonia.

The first part of this paper considers different studies about entrepreneurs. The most important of them are studies that investigate traits and cognitive processes of entrepreneurs. The second part of this paper considers beliefs from psychological aspects. Some of the most fundamental beliefs are the beliefs about oneself. Entrepreneurs are characterized by high self-esteem, positive efficacy beliefs, internal locus of control, an optimistic attitude, realistic control beliefs. These beliefs are the basis for continuous self-monitoring and effective use of self-management techniques of successful entrepreneurs.

Another important focus of this work was spiritual beliefs. Several studies suggest that the business is entering a postmaterialistic era where self-actualisation, meaning and quality of life are valued over materialistic values. Similar keywords are central to the spiritual definitions. Entrepreneurship is becoming a pathway that leads to spiritual growth and self-realization. Entrepreneurs who have religious or spiritual beliefs use them in their daily decision-making and management of the company. Their professional and private lives are integrated.

One of the most important tasks for a companies head is to develop an organizational culture that supports the amplification of company's potential and that makes working in the company meaningful and successful. This is only possible through leaders continuous self-development, self-awareness and conscious development of his own beliefs and values. Entrepreneur who has a strong understanding of who he is as a person and what are his beliefs can make more conscious choices and choose more effective leading methods.

The findings suggest that entrepreneurs are often not aware of their beliefs. Different self-assessment tools available to entrepreneurs in Estonia do not treat the issue of beliefs at the moment. This paper gives the framework for the development of a questionnaire mapping the beliefs of entrepreneurs. The questionnaire would be a tool for both entrepreneurs and consultants for understand the beliefs of the leaders which in turn helps to direct the development of values in an organisation.

LISAD

- Lisa 1.** Isikud, kelle peamine elatusallikas on ettevõtjatulu või tulu talupidamisest 2000.a. ja 2011.a. rahvaloenduse andmete põhjal
- Lisa 2.** Poolstruktureeritud intervjuude küsimused
- Lisa 3.** Ettepanekud ankeedi koostamiseks

Lisa 1. Isikud, kelle peamine elatusallikas on ettevõtjatulu või tulu talupidamisest 2000.a. ja 2011.a. rahvaloenduse andmete põhjal

2011.a. rahvaloendus		2000.a. rahvaloendus	
Peab omaks mõnd usku	7241	Kindlat usku tunnistav	5672
Õigeusklik	3129	..õigeusklik	1930
Luterlane	2734	..luterlane	2986
Taara- ja maausuline	189	..taara- ja maausuline	85
Katoliiklane	145	..katoliiklane	104
Jehoova tunnistaja	133	..jehoovatunnistaja	93
Baptist	107	..baptist	103
Usk teadmata	95	..usk teadmata	54
Budist	86	..budist	44
Islamiusuline	70	..muslim/moslem	44
Kristlik vabakoguduslane	68	..kristlikud vabakogudused	4
Eristamata kristlane	60	..eristamata kristlane	38
Nelipühilane	56	..nelipühilane	53
Vanausuline	55	..vanausuline	30
Adventist	41	..adventist	36
New age	27	..new age	1
Metodist	22	..metodist	24
Judaist	20	..judaist	6
Eesti vanausuline	18	..eesti vanausuline	2
Armeenia apostlik kirik	17	..armeenia apostlik kirik	4
Hindu	12	..hindu	2
Mormoon	8	..mormoon	4
Krišnait	5	..krišnait	2
Animist	5	..animist	1
Baha'i-usuline	4	..baha'i	1
Anglikaan	2	..anglikaan	1
Karaiim	2	..karaiim	1
Unifikatsioonist	2	..unifikatsioonist	1
Karismaatiline episkopaalkirik	1	..karismaatiline episkopaalkirik	1
Šinto-usuline	1	..šinto	1
Uusapostlik kirik	1	..uusapostlik kirik	3
Erinevad muud	126	.. Erinevad muud	13
Ei pea omaks ühtegi usku	16330	usu suhtes ükskõikne	10165
		ateist	1593
		ei oska vastata	3675
Ei soovinud vastata	4364	ei soovi vastata	2369
Suhe religiooni teadmata	54	suhtumine religiooni teadmata	1982
Usk kokku	27989		25456

Allikas: Statistikaamet

Lisa 2. Poolstruktureeritud intervjuude küsimused

- Q1. Millised iseloomuomadused Teid aitavad ettevõtjaks olemise juures?
- Q2. Mis aitab Teil keerulistes olukordades toime tulla?
- Q3. Kuivõrd Te usute, et ettevõtluses on vaja head õnne?
- Q4. Mille nimel Te oma ettevõtet teete?
- Q5. Missugustest veendumustest või põhimõttest Te elus juhindute?
- Q6. Missugused tõekspidamised või iseloomujooned on Teie organisatsioonis ära tuntavad (olete ise märganud või teised on öelnud)?
- Q7. Kuivõrd töö, mida teete, on Teie jaoks eneseteostus?
- Q8. Mida tähendab Teie jaoks vaimsus (spirituaalsus)?
- Q9. Kui Teil oleks võimalik luua ideaalne ettevõtte, siis milline see välja näeks?

Lisa 3. Ettepanekud ankeedi koostamiseks

Ankeet on uurimismeetod, mille abil kogutakse vastavate inimestelt nende arvamusi või tahetakse saada teada nende inimeste muid omadusi. Ankeetküsitluse tugev külg on reliaablus. Olukorras, kus vastusevariandid on ette antud, mõõdab ankeetküsitlus alati ühtesid ja samu hoiakuid või omadusi.

Minu ettepanek on koostada ankeet uskumuste mõju uurimiseks ettevõtluskäitumisele.

Metodoloogiliselt eelneb ankeedi väljatöötamisele teoreetilise tausta loomine ja ankeedi küsimuste konstrueerimine. Selles osas võiksid olla järgmised sammud.

1. Andud töö intervjuude põhjal ankeedi esmavariandi konstrueerimine.
2. Fookusgrupi abil ankeedi küsimuste täiendamine.
3. Ankeedi pilootvariandi koostamine.
4. Ankeedi pilootvariandi katsetamine.
5. Ankeedi läbiviimine.

Järgnevalt peatun igal sammul eraldi.

Ankeedi esmavariandi konstrueerimine

Käesolevas uurimistöös kasutatud avatud küsimused eeldasid üldiseid vastuseid. Ankeedi koostamisel on eemärgiks käesoleva töö aluseks olnud küsimuste piiritlemine, mitmetähenduslikkuse vältimine ja sõnakasutuse korrastamine, erinevate vastusevariantide väljatöötamine, küsimuste arvu ja järjestuse läbimõtlemine, mille tulemusena valmib ankeedi esmavariant.

Fookusgrupi abil ankeedi küsimuste täiendamine

Fookusgrupp koosneb tavaliselt 6 – 9 liikmest. Fookusgruppi võiksid kuuluda kogemusega ettevõtlus- ja juhtimiskonsultandid ning ettevõtete esindajad. Fookusgrupi ülesandeks on isiklikele kogemustele toetudes anda panus ankeedi küsimuste kohandamiseks, uute vaatenurkade lisamiseks ning eeldatavate tulemuste efektiivsuse hindamiseks.

Ankeedi pilootvariandi koostamine

Käesolev magistritöö keskendus ainult uskumuste ja väärtuste kaardistamisele. Kuna ankeet uurib arvamusi, siis peaks olema ankeeti lülitatud ka ettevõtet kirjeldavad objektiivsed näitajad nagu näiteks töötajate arv, käibe kasv, rentaablus jms. Ankeedi üks osa võiks koosneda avatud vastustest, et anda sisendit edaspidisteks ankeedi täiustamiseks. Ankeedi väljatöötamisel tasub tutvuda vaimsete uskumuste küsimustikega, mis on kasutusel mujal maailmas: *Spiritual Leadership Scale* (Fry et al 2005:844), INSPIRIT (<http://www.resilientworldview.org/pdf/SRA-43.pdf>), jne. Küsimus on nende küsimustike kombineerimises ja valideerimises Eesti konteksti;

Ankeedi pilootvariandi katsetamine

Ankeedi pilootvariandi katsetamise eesmärgiks on välja selgitada ankeedi kvaliteet. See võimaldab katsetada üksikute küsimuste arusaadavust ja õigsust, võimaldab välja selgitada liigsed ja puuduvad küsimused. Samuti on võimalik uurida, kui aeganõudev ankeedi täitmine on. Ankeedi pilootvariandi katsetamise lõpuks on paigas ankeedi struktuur ning on valminud lõplik ankeet.

Ankeedi läbiviimine

Ankeedi on mõeldud ettevõtte juhi enesejuhtimise abivahendina, mistõttu võiks paralleelselt olla välja töötatud ka on-line versioon. Samuti on paber kandjal ankeet abivahendiks ettevõtlus- ja juhtimiskonsultantidele.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Meeli Vaikjärv,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
USKUMUSTE MÕJU ETTEVÕTLUSKÄITUMISELE,
mille juhendaja on prof. Tõnu Lehtsaar
 - 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, 05.05.2014