

MAJANDUS H24

**Kapitaliühingute lõppomanike
alusväärtuste ja tahte uurimine ning
omanikkonna tüpoloogia konstrueerimine**

MIKE FRANZ WAHL

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Väitekiri on filosoofiadoktori (PhD) teaduskraadi kaitsmiseks vastu võetud
09.11.2011

Juhendaja

Emeriitdotsent Kostel Gerndorf
Ärikorralduse instituut, Tallinna Tehnikaülikool

Kaasjuhendaja

Professor Urve Venesaar
Ärikorralduse instituut, Tallinna Tehnikaülikool

Oponendid

Professor Dr. Martin Hilb
IFPM Äriühingute Valitsemise Keskus, St. Gallen'i Ülikool, Šveits

Professor Erik Terk
Tallinna Ülikooli Eesti Tuleviku-uuringute Instituut

Väitekirja kaitsmine: 12.12.2011 kell 15.00 X-312

Deklaratsioon

Deklareerin, et käesolev väitekiri, mis on minu iseseisva töö tulemus, on esitatud Tallinna Tehnikaülikooli doktorikraadi taotlemiseks ja selle alusel ei ole varem taotletud akadeemilist kraadi.

Mike Franz Wahl

Autoriõigus: Mike Franz Wahl, 2011

ISSN 1406-4782

ISBN 978-9949-23-213-0 (trükiväljaanne)

ISBN 978-9949-23-214-7 (PDF)

THESIS ON ECONOMICS H24

**Basic Human Values & Will of Capital
Companies' Ultimate Owners and
Construction of an Ownership Typology**

MIKE FRANZ WAHL

TUT
PRESS

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	11
LÜHENDITE, TERMINITE JA SÜMBOLITE LOETELU.....	14
1. ÄRIÜHINGUTE VALITSEMINE JA OMANIKUKS OLEMINE.....	17
1.1. Äriühingute valitsemise olemus.....	17
1.1.1. Põhimõtted, õpetus omanikkonna tahte realiseerimiseks	17
1.1.2. Äriühingute valitsemise teooriad.....	18
1.2. Omanikuks olemine	19
1.2.1. Käsutusõigused, omand ja omanik	19
1.2.2. Isiklikud, sotsiaalsed, poliitilised ja majanduslikud väärtused	20
1.2.3. Omaniku individuaalne ja omanikkonna kollektiivne tahe	24
1.3. Omanike liigitus ja tüpoloogiate roll sotsiaalteadustes.....	26
1.3.1. Omanike liigitus kui heuristiline raamistik.....	26
1.3.2. Tüpoloogia koostamine kui teooria loomise võimalus ja seniste tüpoloogiate analüüs.....	29
1.4. Probleemipüstitus ja uurimisküsimused.....	31
1.4.1. Uurimistöö kontseptsioon ja probleemipüstitus	31
1.4.2. Lahendatavad uurimisküsimused.....	34
2. UURIMISTÖÖ METODOLOOGILISED ALUSED JA OLULISED VÕRDLUSDIMENSIOONID.....	37
2.1. Uurimistöö menetlus ja etapid	37
2.2. Uurimistöö metodoloogia kapitaliühingute omanikkonna tüpoloogia väljatöötamiseks	39
2.2.1. Omanikkonna uurimise filosoofilised lähtekohad	39
2.2.2. Uurimistöö strateegia.....	41
2.2.3. Uurimistöö valikud ja ajaline mõõde.....	42
2.3. Oluliste võrdlusdimensioonide väljatöötamine.....	42
2.3.1. Valimi moodustamine.....	42
2.3.2. Intervjuu juhendi koostamine, testimine ja rakendamine	43

2.3.3.	Intervjuu transkriptsioonide abduktiivne kodeerimine	45
2.3.4.	Kategooriate dimensioonimine, tunnuste ja nende dimensioonide identifitseerimine	45
3.	ANDMEBAASI KOGUTUD JUHTUMITE KIRJELDUS	50
3.1.	Juhtumite andmebaasi struktuur.....	50
3.2.	Intervjueeritav isik	50
3.3.	Omanikuks olemise olemus	51
3.4.	Omaniku isiklikud väärtused	54
3.5.	Üksikisiku alusväärtused	55
3.6.	Äriühingu väärtussüsteem.....	56
3.7.	Tahe, võim ja eriarvamused	60
3.8.	Äriühingu tunnused.....	62
3.9.	Investeermishorisont.....	63
3.10.	Suhtumine riski	65
3.11.	Roll valitsemisel ja juhtimisel.....	65
3.12.	Tulu ehk majanduslik eesmärk	66
3.13.	Panus äriidee elluviimisse.....	66
3.14.	Osaluse määr	67
3.15.	Residentriik	68
3.16.	Seotus äriühinguga.....	69
3.17.	Sidusgrupid	69
4.	TULEMUSTE GRUPEERIMINE JA EMPIIRILISTE SEADUSPÄRASUSTE ANALÜÜS	71
4.1.	Omanikuks olemise üldised ja olulised tunnused	71
4.1.1.	Taustinformatsioon.....	71
4.1.2.	Väärtused	72
4.1.3.	Eesmärgid ja tulemused.....	73
4.1.4.	Instrumendid.....	75
4.2.	Kvantifitseeritud andmete arvutipõhine andmeanalüüs	77

4.2.1.	Hierarhiline ja mittehierarhiline klasteranalüüs.....	78
4.2.2.	Mitmemõõtmeline skaleerimine	84
5.	OMANIKKONNA TÜPOLOOGIA KONSTRUEERIMINE.....	92
5.1.	Sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüs ja tüüpide moodustamine ...	92
5.2.	Moodustatud tüüpide iseloomustus.....	92
5.2.1.	Ideaaltüüpide konstrueerimine	92
5.2.2.	Humanistlik-traditsiooniline omanikkonna ideaaltüüp.....	93
5.2.3.	Modernistlik omanikkonna ideaaltüüp	95
5.2.4.	Pragmatistlik-materialistlik omanikkonna ideaaltüüp	98
5.2.5.	Idealistlik omanikkonna ideaaltüüp.....	101
5.3.	Omanikkonna tüpoloogia.....	105
6.	JÄRELDUSED JA SOOVITUSED	108
6.1.	Üldised ja põhimõttelised järeldused	108
6.2.	Omanikkonna tüpoloogia ja konstrueeritud ideaaltüübid	110
6.3.	Uurimistöö tulemuste panus valdkonna teadusesse	114
6.3.1.	Panus teooria arengusse.....	114
6.3.2.	Panus metoodikasse.....	114
6.3.3.	Panus praktika arendamisse.....	115
6.4.	Uurimistöö piirangud ja soovitused äriühingute omanikkonna edasisteks uuringuteks.....	115
	KASUTATUD KIRJANDUS	117
	KOKKUVÕTE.....	128
	ABSTRACT	135
	LISA 1: ELULOOKIRJELDUS.....	148
	LISA 2: CURRICULUM VITAE	151
	LISA 3: Intervjuu juhend „Äriühingute omanikkond Eesti Vabariigis”	156
	LISA 4: Intervjueerijate nimekiri	173
	LISA 5: Uuringus käsitletud kapitaliühingud.....	174
	LISA 6: Transformeerimata tunnuste andmebaas (VD_140511.xlsx)	175

TABELID

Tabel 1. Täpsustatud analüüsiühikud erinevatel analüüsisitasanditel (autori illustratsioon).....	33
Tabel 2. Väärtustüübid ja alusväärtused (Schwartz, 1992, 1994; Schwartz & Sagiv, 1995; autori tõlge).....	47
Tabel 3. Schwartz'i PVQ võti: küsimuste arv ja number (Schwartz, 2003; autori kompilatsioon ja tõlge).....	55
Tabel 4. Taustinformatsioon (autori arvutus).....	72
Tabel 5. Väärtused (autori arvutus).....	72
Tabel 6. Isiklikud väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus).....	73
Tabel 7. Sotsiaalsed väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus).....	74
Tabel 8. Poliitilised väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus).....	74
Tabel 9. Majanduslikud väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus).....	75
Tabel 10. Aeg kui instrument tulemuste saavutamiseks (autori arvutus).....	75
Tabel 11. Risk kui instrument tulemuste saavutamiseks (autori arvutus).....	76
Tabel 12. Protsess kui instrument tulemuste saavutamiseks (autori arvutus)	77
Tabel 13. Kategooriad, alamkategooriad ja teoreetiliselt võimalikud tüübid (autori illustratsioon).....	77
Tabel 14. Objektidele määratud klastrid (autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	84
Tabel 15. Omanikkonna tüpologia (autori konstruktsioon).....	106

JOONISED

Joonis 1. Alusväärtustest käitumiseni (autori illustratsioon).....	24
Joonis 2. Omanikkonna uurimistöö ala (autori illustratsioon).....	32
Joonis 3. Väärtusloomeprotsessi üldmudel äriühingus (autori illustratsioon)....	34
Joonis 4. Uurimistöö menetlus (autori illustratsioon).....	37
Joonis 5. Väärtustüüpidevaheliste seoste teoreetiline mudel ja kaks põhilist bipolaarset väärtusdimensiooni (Schwartz, 1992; autori mugandus).....	48
Joonis 6. Juhtumite andmebaasi struktuur (autori illustratsioon).....	50
Joonis 7. Mõttekaart selle kohta, miks taheti saada omanikuks (autori illustratsioon).....	51
Joonis 8. Mõttekaart selle kohta, mis meeldib omanikuks olemise juures (autori illustratsioon).....	52

Joonis 9. Mõttekaart selle kohta, mis ei meeldi omanikuks olemise juures (autori illustratsioon).....	53
Joonis 10. Väärtuskaart juhtumites kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	56
Joonis 11. Mõttekaart „Tähtsad asjaolud omamisel” (autori illustratsioon)	57
Joonis 12. Mõttekaart „Äriühingu missioon” (autori illustratsioon)	58
Joonis 13. Mõttekaart „Äriühingu põhiväärtused” (autori illustratsioon)	59
Joonis 14. Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud omanikkonna dendrogramm, <i>R mode</i> , Coph. Corr.: 0,2824 (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	80
Joonis 15. Naabriliite klasteranalüüsil saadud juurdumata dendrogramm, Horn'i sarnasuse mõõt (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal).....	81
Joonis 16. Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud tunnuste dendrogramm, <i>Q mode</i> , Coph. Corr.: 0,6073 (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	82
Joonis 17. Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud kahepoolne dendrogramm, <i>R mode</i> (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal).....	82
Joonis 18. Omanikkond tunnusruumis. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	85
Joonis 19. Lävendiga graaf 'omanikkond tunnusruumis'. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	86
Joonis 20. Lävendiga graafid 'omanikkond tunnusruumis', klastrid üks kuni neli (k 1, k 2, k 3, k 4). Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal).....	87
Joonis 21. Omanikkonna klastrid 3D tunnusruumis (<i>landmarks</i>) (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	88
Joonis 22. Tunnused omanikkonnaruumis. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)	89
Joonis 23. Lävendiga graaf 'tunnused omanikkonnaruumis'. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal).....	90
Joonis 24. Lävendiga graaf 'väärtustüübid omanikkonnaruumis'. Eukleidiline sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal).....	91
Joonis 25. Väärtuskaart HUSTA tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal).....	94
Joonis 26. Väärtuskaart tüübi MODERN juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal).....	96

Joonis 27. Väärtuskaart PRAMA tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal).....	99
Joonis 28. Väärtuskaart IDEA tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal).....	101
Joonis 29. Kolmemõõtmeline tunnusruum ja konstrueeritud omanikkonna tüübid (autori illustratsioon; PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)..	105

SISSEJUHATUS

Äriühingute valitsemine (*corporate governance*) ja omanikuks olemine (*ownership*) on väga keeruline, delikaatne, mitmepalgeline, huvitav ja ülimalt aktuaalne valdkond. Äriühingute valitsemise temaatika on vana, termin äriühingute valitsemine seevastu uus. Äriühingute valitsemine on seotud juhtimisega ja nende eristamine algab õiguslikust mudelist. Valitsemine on suunatud äriühingu välisele, juhtimine sisemisele olemusele. Valitsemine on suunatud strateegia loomisele, juhtimine selle elluviimisele. Omanikuks olemine on aegade jooksul muutunud aktiivsest tegevusest passiivseks. Omanike passiivsus annab kontrolli äriühingus toimuva üle juhtidele. Erinevate omanike ja juhtide käitumine võib tekitada arusaamatusi ning konflikte. Üheks põhjuseks võib olla asjaolu, et omanikud ei väljenda oma tahet juhtidele arusaadavalt. Juhid ei mõista omanike põhilisi sarnasusi ja erinevusi ning käituvad seetõttu ebaratsionaalselt.

Äriühingute valitsemisel puudub tänaseni üheselt tunnustatud alusteooria. Äriühingute valitsemise kirjanduses tõmmatakse paralleele või vastandatakse põhilised lähenemised väärtusloomele: omaniku vaade, sidusgrupi vaade ja valgustatud omaniku vaade. Valgustatud omaniku vaate kohaselt on tähtsaim sidusgrupp omanikkond ja pikas perspektiivis kasvatatakse eelkõige omanike heaolu, kuid võetakse arvesse teiste sidusgruppide asjakohased huvid.

Äriühingute valitsemise keskseks tegelaseks on omanik. Äriühingute valitsemist võib üldjoontes käsitleda kui omanikkonna tahte realiseerimise õpetust. Lõppomanik, äriühingu omanikkond ja äriühingute omanikkond on ühtemoodi tähtsad nii äriühingute valitsemise teooriates kui ka praktikas. Arvestades nende olulisust nii indiviidina kui ka majanduse seisukohalt, on neid selgelt liiga vähe uuritud.

Äriühingu olemasolu põhjus on tulemus ehk omanikkonna elluviidud tahe. Mõistmaks erinevate omanike käitumist, uuritakse käesolevas töös nende alusväärtusi, kuna alusväärtused juhivad, õigustavad või seletavad hoiakuid, norme ja tegevusi. Lõppomanike alusväärtuste väljaselgitamiseks ja seletamiseks rakendatakse üksikisiku alusväärtuste teooriat (*theory of basic human values*). Alusväärtustel põhinev tahe koos võimuga võimaldab omanikel kontrollida oma käitumist.

Käesoleva uurimistöö probleem seisneb selles, et ei mõisteta lõppomanike rolli ega käitumist indiviidi, äriühingu ega ka ühiskonna tasandil. Omanike sarnasusi ja erinevusi oluliste tunnuste alusel võib seletada omanikkonna tüpoloogia. Seda äriühingute valitsemise valdkonna probleemi aitab lahendada sellise omanikkonna tüpologia konstrueerimine, milles seostatakse kapitaliühingute omanikkonna alusväärtused ja tahe. Uurimistöö eesmärk on kapitaliühingute lõppomanike alusväärtuste ja tahte alusel identifitseerida omanikkonna ideaaltüübid ja määrata nende tüüpide omavahelised seosed. Eesmärgi saavutamiseks sõnastatakse kolm uurimisküsimust (Missugused on

kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused? Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis? Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi?). Uurimisküsimustele vastamine aitab jõuda eesmärgini, seletades, mida omanikuks olemiselt tahetakse ja kuidas tahetakse saavutada tulemusi. Tahe omakorda seostatakse alusväärtustega. Uurimistöö tulemuseks on omanike alusväärtustel ja tahtel põhineva tüpoloogialoomine. Töö tulemus panustab äriühingute valitsemise teooria, meetodika ja praktika arengusse.

Väitekiri on jaotatud kuueks põhiosaks. Esimeses peatükis „Äriühingute valitsemine ja omanikuks olemine” antakse äriühingute valitsemise ja omanikuks olemise temaatika esmane ülevaade. Selgitatakse, kuidas on äriühingute omanikkonda seoses äriühingute valitsemise ja omanikuks olemisega uuritud. Leitakse hulgaliselt väärtuslikke teemakohaseid allikaid, mis annab tunnistust valdkonna aktuaalsusest. Tutvustatakse äriühingute valitsemise teoreetilisi seisukohti ning antakse ülevaade äriühingute valitsemisega seotud valdkondadest. Peatüki lõpus sõnastatakse uurimistöö probleem ja eesmärk ning uurimisküsimused.

Töö teises peatükis „Uurimistöö metodoloogilised alused ja olulised võrdlusdimensioonid” töötatakse välja uurimistöö menetlus ja etapid. Tutvustatakse käesoleva uurimistöö teadusfilosoofilisi lähtealuseid. Tõlgendavale paradigmale ehk konstruktivismile (*constructionism*) tuginedes rakendatakse teadusliku meetodina abduktsiooni (*abduction*), s.o seletava hüpoteesi (*explanatory hypothesis*) moodustamise protsess ja ainuke loogiline operatsioon, mis tekitab uusi ideid. Töötatakse välja uurimistöö menetlus ja valmistatakse ette empiirilise uuringu instrumendid, katsetatakse väljatöötatud menetlust, kogutakse andmed ning valmistatakse ette analüüsiks.

Andmete kogumisel ja analüüsil järgitakse juhtumiuuringu strateegiat, sellega tagatakse konstrukti kehtivus (*construct validity*) ja usaldusväärsus (*reliability*). Kombineeritakse nii kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete kogumist kui ka analüüsi meetodeid (andmebaasid, intervjuud, mõttekaardid, klasteranalüüs, mittemeetriline mitmemõõtmeline skaleerimine, idealiseerimine). Eesmärgiga omanikke mõista moodustatakse sihipärane (heterogeenne) omanikkonna tüpология konstrueerimiseks piisav valim ning koostatakse intervjuu juhend. Intervjuu juhendi põhiküsimused arendatakse uurimisküsimuste laiendamise teel. Juhendi koostamisel rakendatakse teoreetilisi eelteadmisi, sealhulgas üksikisiku alusväärtuste teooriat ja sidusgruppide teooriat ning heuristilise raamina omanike liigitust. Seletava uurimistööga sobib kõige paremini poolstruktureeritud standardiseerimata intervjuu. Intervjuu transkriptsioonid kodeeritakse abduktiivselt.

Töö kolmandas peatükis „Andmebaasi kogutud juhtumite kirjeldus” kirjeldatakse põhjalikult juhtumite andmebaasi ja sellesse kogutud andmeid. Andmebaasi esmane struktuur moodustatakse juhtumitest ning intervjuu juhendi seitsmekümnest küsimusest. Transkriptsioonide kodeerimisel lisatakse andmebaasi kategooriad ning dimensioonimisel alamkategooriad. Andmebaas

sisaldab 146 valitud juhtumit Eesti Vabariigi kapitaliühingu aktsia ja/või osa omanikest.

Töö neljandas peatükis „Tulemuste grupeerimine ja empiiriliste seaduspärasuste analüüs” analüüsitakse kogutud andmeid, et neist leida vajalikku informatsiooni. Omanikuks olemise üldised ja olulised tunnused on seotud väärtuste ja tahtega. Kvantifitseeritud andmete arvutipõhise andmeanalüüsiga (klasteranalüüs, mitmemõõtmeline skaleerimine) rühmitatakse lõppomanikud nelja heterogeensesse kuid sisemiselt homogeensesse gruppi.

Töö viiendas peatükis „Omanikkonna tüpoloogia konstrueerimine” tõlgendatakse ja hinnatakse saadud informatsiooni. See on protsess, mis annab andmetele tähenduse ja võimaldab äriühingute omanikkonna väärtustest ja tahtest, eelistustest ja huvidest aru saada. Empiiriliselt leitud gruppe võrreldakse teooriaga, otsitakse kategooriatevahelisi seoseid ja üksikjuhtumid vastandatakse nende tüübiga. Konstrueeritakse neli ideaaltüüpi, mis üheskoos moodustavad alusväärtustel ja tahtel põhineva omanikkonna tüpoloogia.

Kuuendas peatükis „Järeldused ja soovitused” esitatakse järeldused ja töö tulemuste panus valdkonna teadusesse ja praktikasse. Näidatakse töö piirangud ning määratakse omanikkonna uurimise edasised suunad.

Uurimistöö tulemusena konstrueeritakse omanikkonna tüpoloogia, milles on seostatud kapitaliühingute omanikkonna alusväärtused ja tahe. Käesolev töö panustab äriühingute valitsemise teooria, metoodika ja praktika arengusse. Autori presentatsioonid konverentsidel ning publikatsioonid (Appendix to CV) kajastavad töö tulemusi ja tutvustavad neid laiemalt valdkonna teadlastele.

Tänuavaldused

Väitekirja autor tänab igakülgse toe ja abi eest eelkõige oma juhendajaid emeriitdotsent Kostel Gerndorfi ja professor Urve Venesaart. Eriline tänu kuulub külalisprofessor Milvi Teppile ja emeriitprofessor Jaak Leimannile. Autor tänab materiaalse toetuse eest TTÜ ärikorralduse instituuti, SIAR'i, sihtasutusi Carpe ja Archimedes.

Hinnaliste märkuste ja nõuannete eest väärivad autori tänu professor Asko Miettinen (Tampereen teknillinen yliopisto, Soome), professor Dr. Martin Hilb (Universität St. Gallen, Šveits), professor Laura Spira (Oxford Brookes University Business School, ÜK) ja professor Dr. sc. pol. Ralph Michael Wrobel (Westfälische Hochschule Zwickau, Saksamaa). Tänuavaldused õppejõududele, doktorantidele, õpilastele ja kõikidele teistele, kes olid töö loomise protsessis tähtsad osalised.

LÜHENDITE, TERMINITE JA SÜMBOLITE LOETELU

Agenditeooria, esindamisteooria – *agency theory*

Aksioloogia, väärtusõpetus, väärtushinnangute uurimine – *axiology*

Aktsiaselts (AS) – *joint stock company (JSC)*

Alalhoidlikkus, konservatiivsus, tagasihoidlikkus (**CON**) – *motivational type of value conservatism (CON)*

Alusväärtused – *basic values*

Avatus muutustele (OCH) – *motivational type of value openness to change (OCH)*

Dimensioonimine, dimensioneerimine (tegevus, mille käigus leitakse tunnustele väärtused või kategooriatele alamkategooriad; teooriast juhitud ja empiiriliselt põhjendatud alamkategooriate moodustamine) – *dimensionalisation, construction of variables*

Empiiriliste seaduspärasuste analüüs, empiiriliste regulaarsuste analüüs – *analysis of empirical regularities*

Enesemääratlemine, vaba tahe (**SD**) – *motivationally distinct basic value self-direction (SD)*

Eneseupitamine (SEN) – *motivational type of value self-enhancement (SEN)*

Eneseületamine (STR) – *motivational type of value self-transcendence (STR)*

Heasoovlikkus, heatahtlikkus (**BE**) – *motivationally distinct basic value benevolence (BE)*

Hedonism, naudingute taotlus (**HE**) – *motivationally distinct basic value hedonism (HE)*

Ideaaltüüp – *ideal type*

Institutsioon – *institution (rules of the game, the humanly devised constraints that structure human interaction)*

Investor, investeringu sooritaja, investeerija – *investor*

Isiklikud alusväärtused – *basic human values*

Juhatus – *Management Board*

Juhtumiuuring – *case study*

Kapitaliühing – *Capital Company, incorporated enterprise*

Kategoriaalsed andmed – *categorical data*

Klaster (k) – *cluster (k)*

Klasteranalüüs, klasterdamine – *cluster analysis*

Konformsus, ühtivus, muganduvus (**CO**) – *motivationally distinct basic value conformity (CO)*

Konstrukt (mõtteline konstruktsioon abivahendina keerukate nähtuste selgitamisel) – *construct*

Korrelatsioonikordaja (Coph. Corr.) – *cophenetic correlation coefficient (Coph. Corr.)*

Kvantifitseerimine – *quantification*

Kvantitatiivsed andmed – *data*

Kõikehaaravus, üldisus (**UN**) – *motivationally distinct basic value universalism* (UN)

Käitumine – *behaviour*

Käsitlusõigused, sealhulgas omandiõigused – *property rights*

Lihtne aritmeetiline keskmine (\bar{x}) – *arithmetic mean* (AVERAGE)

Lõppomanik (üksikisik ehk füüsiline isik omanikuna) – *ultimate owner*

Meetod, viis – *method*

Metodoloogia – *methodology*

Metoodika – *methodology*

Mittemeetiline mitmemõõtmeline skaleerimine (nMDS) – *non-metric multidimensional scaling* (nMDS)

Mood (Mo) – *modal value* (MODE)

Mõiste (mõistete abil kirjeldatakse asju (objekte) neid iseloomustavate tunnuslike omaduste ja suhete kaudu; mõiste abil seostatud nähtuste ja asjade rühma nimetatakse kategooriaks) – *concept*

Mõõde, dimensioon – *dimension*

Numbrilised andmed – *numerical data*

Nõukogu – *Supervisory Board* (*Board of Directors*)

Omand – *property*

Omanik – *owner*

Omanikkonna hajus struktuur – *diffuse ownership*

Omanikkonna koondumus – *ownership concentration*

Omanikkonna struktuur – *ownership structure*

Omaniku eelistused – *owner's preferences*

Omaniku huvid, eesmärgid – *owner's interests*

Omaniku tahe – *owner's will*

Organisatsioon – *organization*

Osalus omandis – *share ownership*

Osühing, piiratud vastutusega äriühing (**OÜ**) – *limited-liability company* (LLC)

Portree väärtusküsimustik (PVQ) – *Portrait Values Questionnaire* (PVQ)

Puuduvad andmed (?) – *missing data* (?)

Põhiväärtused – *core values*

Risk – *risk*

Saavutus, edusamm (**AC**) – *motivationally distinct basic value achievement* (AC)

Seletav uurimistöö, analüütiline uurimistöö – *explanative or analytical research*

Sidusgrupp, huvirühm – *stakeholder*

Sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüs – *analysis of meaningful relationships*

Standardhälve (s) – *standard deviation* (STDEV)

Stimulatsioon (ST) – *motivationally distinct basic value stimulation* (ST)

Tahe – *will*

Tegevus, tegu, mõju (teadlik vaimne või kehaline aktiivsus) – *action*

Termin (erialast mõistet tähistav, täpselt piiritletud tähendusega sõna või sõnaühend, oskussõna) – *term*

Traditsioon (TR) – *motivationally distinct basic value tradition (TR)*

Tulemus (äriühingu olemasolu põhjus ja omanikkonna elluviidud tahe, isiklik, sotsiaalne, poliitiline, majanduslik väärtus) – *result*

Tulu – *return*

Turvalisus (SE) – *motivationally distinct basic value security (SE)*

Tõlgendav paradigma, konstruktivism – *social constructionism, constructivism, interpretivism*

Tüpoloogia – *typology*

Tüüp – *type*

Uurimisküsimus (RQ) – *research question (RQ)*

Uurimistöö, teadustöö – *research*

Valgustatud omanik – *enlightened shareholder*

Valim (n) – *sample (n)*

Võim (PO) – *motivationally distinct basic value power (PO)*

Võrdlusdimensioonid – *analysing dimensions*

Äriühing, firma, ettevõte – *company or firm*

Äriühingu sooritus – *firm performance*

Äriühingu tulemuslikkus – *enterprise performance*

Äriühingu väärtus, omakapitali turuväärtus – *shareholder value*

Äriühingute valitsemine – *corporate governance*

Üldkogum (N) – *population (N)*

Üldkoosolek – *general meeting of shareholders*

Kuna uurimistöös on kasutatud rida uusi termineid, siis on tekstis selguse huvides toodud sulgudes nende tõlked.

1. ÄRIÜHINGUTE VALITSEMINE JA OMANIKUKS OLEMINE

1.1. Äriühingute valitsemise olemus

1.1.1. Põhimõtted, õpetus omanikkonna tahte realiseerimiseks

Äriühingute valitsemise temaatika on vana, see tekkis esimese teadaoleva aktsiaseltsi (*Vereenigde Oost-Indische Compagnie*, V.O.C.) loomisest aastal 1602. Termin äriühingute valitsemine (*corporate governance*) on uus, see võeti kasutusele eelmise sajandi kaheksakümnendatel aastatel (Tricker, 2009).

Äriühingute valitsemine on keeruline ja mitmepalgeline nähtus, mida perspektiivist lähtuvalt on mitmeti defineeritud (nt majandusteaduse ja juhtimise, kultuuri ja sotsioloogia, õiguse ja poliitika valdkonnas). Äriühingute valitsemist võib üldjoontes mõista kui omanikkonna tahte realiseerimise õpetust, sest äriühingute valitsemise keskseks tegelaseks on lõppomanik. Omanikud investeerivad ja riskivad, nende tahtest sõltub äriühingu, erinevate sidusgruppide ja kogu ühiskonna käekäik (Wahl, 2005). Omanikud on väärtuslik vara ning äriühingud peavad parimate omanike pärast võitlema (Veranen, 1996). Omanikud on suutelised andma äriühingule enam kui vaid kapitali (Veranen & Hensle, 2000).

Äriühingute valitsemisel puudub üheselt tunnustatud alusteooria (Cadbury, 1992; Cochran & Wartick, 1988; Tricker, 2009). Äriühingute valitsemise alusteooria loomise eelduseks oleks murda lahti „must kast”, mida nimetatakse äriühinguks, see tähendab saada aru, kuidas organisatsioonid toimivad ja inimesed neis töötavad (Jensen, 1993). Äriühingut tuleb käsitleda tervikuna, tegemist on keeruka süsteemiga, mille omadused tulenevad kõigi tema komponentide koosmõjust. Mõistetakse, et hästi toimivates organisatsioonides samastuvad töötajad töö ja organisatsiooniga, neis muudetakse töötajate identiteeti, juurutades sobivaid väärtusi (Akerlof & Kranton, 2000). Autori eesmärk ei ole äriühingute valitsemise alusteooria loomine, küll aga anda oma panus astumaks sammukese lähemale selle loomisele. Nimetatud „must kast” ehk äriühing on samuti organisatsioon (*organon* = tööriist). Organisatsiooni võib defineerida kui kindla inimrühma ühiste eesmärkide taotlemiseks moodustatud ja terviklikult korraldatud ühendust (Üksvärav, 2008), mille tähtsaim ülesanne on anda tulemusi. Tulemus on organisatsiooni kõige üldisem näitaja, samas ka olemasolu põhjus. Antud töö uurimisobjektiks on kindel inimrühm – äriühingu omanikkond, kusjuures tuleb meele pidada, et omanikud ei kuulu äriühingusse, ning autor on huvitatud nimetatud ühistest eesmärkidest ja tulemustest.

Organisatsioon on seotud „toimijatega”, tähtsaimad neist on äriühingute valitsemises omanikud ja juhid, kuid tuleb arvestada ka teiste seotud „toimijatega” (loe: sidusgruppidega), sealhulgas töötajate, hankijate, klientide, pankade, laenuandjate, seadusandjate, keskkonna ja ühiskonnaga. Äriühingute

valitsemise kirjanduses tõmmatakse paralleele või vastandatakse põhilised lähenemised väärtusloomele. Need on: a) omaniku vaade või b) sidusgrupi vaade ning kolmandana c) valgustatud omaniku vaade, mis püüab ühendada endas omaniku ja sidusgrupi vaadete head küljed, jättes kõrvale puudused. Valgustatud omaniku vaate kohaselt on tähtsaim sidusgrupp omanikkond, pikas perspektiivis kasvatatakse eelkõige omanike heaolu, orientiiriks „*long-term interest of the firm*”, mis on pikas perspektiivis identne omanikkonna tahetega, kuid arvesse võetakse ka teiste sidusgruppide asjakohased huvid (Andreadakis, 2011; Pichet, 2011).

Uut, terviklikku lähenemisviisi äriühingute valitsemisele ja juhtimisele esindab ühe näitena Hilb'i (2006) integreeritud äriühingute valitsemise süsteem, milles üheaegselt luuakse väärtust aktsionäridele, klientidele, töötajatele ja ühiskonnale. Selles integreeritakse seni teadustöös, õpetamisel ja praktikas äriühingute valitsemise isoleeritult käsitletud komponendid.

1.1.2. Äriühingute valitsemise teooriad

Majandusteaduses on tänaseni äriühingute valitsemise uurimistöodes enim rakendatud teoreetiline vaatenurk agenditeooria (*agency theory*) (Alchian & Demsetz, 1972; Eisenhardt, 1985, 1989; Jensen & Meckling, 1976). Agenditeooria esindab tüüpiliselt omaniku vaadet väärtusloomele. Varajased omanikkonna uurimistööd on kirjeldavad (Berle & Means, 1932). Uuringute muutumisel süstemaatilisemaks toetusid uurijad põhiliselt agenditeooriale (Eisenhardt, 1989; Jensen & Meckling, 1976).

Eelmise sajandi kuuekümnendatel ja seitsmekümnendatel aastatel uurisid majandusteadlased riski jaotumist üksikisikute või gruppide vahel. Vastav kirjandus kirjeldas riski jagamise probleemi, mis tekib, kui osapooltel on koostöös erinev suhtumine riski. Agenditeooria (*agency theory*) autorite Alchian'i ja Demsetz'i (1972), Eisenhardt'i (1985, 1989), Jensen'i ja Meckling'i (1976) täiendus eelnevale seisneb agendi probleemi lisamises, mis tekib erinevate eesmärkidega osapoolte vahel (Jensen & Meckling, 1976; Ross, 1973). Agenditeooria juhindub alati esinevast vastuolulisest suhtest, kus üks osapool (esindatav) delegeerib teisele (agent) mingi töö, mille see sooritab. Agenditeooria kirjeldab antud seost kasutades lepingu metafoori (Jensen & Meckling, 1976). Agenditeooria tugineb lepingulisele firmakäsitlusele (*contractual view of the firm*), mille kohaselt ei ole võimalik heaolu maksimeerida, sest esindataval ja esindajal on erinevad eesmärgid ja erinevad eelsoodumused riski kandmiseks.

Agenditeooria püüab lahendada kahte agendi suhetes esinevat probleemi. Esiteks agendiprobleem, mis tekib, kui esindatava ja agendi tahe ja eesmärgid on konfliktised, sealhulgas tegevuse ajahorisont, ja esindataval on keeruline või kulukas tõendada agendi tegelikku käitumist. Agenditeooria kohaselt eeldatakse põhimõtteliselt, et nii agendid kui ka esindatavad käituvad ratsionaalselt – lähtuvad enda huvidest (Jensen & Meckling, 1976). Äriühingute valitsemise

kontekstis on omanikud enamasti esindatava ja juhid agendi rollis. Omanikud on huvitatud pigem suuremast kasumist, reputatsioonist ja jätkusuutlikkusest. Juhataja seevastu suuremast palgast, lisahüvedest, suurest organisatsioonist, kasvust ja enda reputatsioonist. Tegevused mitteomanike (s.o hankijate, klientide, töötajate või ühiskonna) huvides on tõlgendatavad kui juhataja katse tugevdada oma võimu ja isiklikku prestiiži. Teiseks kerkib esile riski jagamise probleem. Kui omanikel ja juhatajal on erinev suhtumine riski, võivad nad eelistada erinevaid tegevusi.

Agenditeooriat on teravalt kritiseeritud, kuna selle kohaselt eeldatakse, et igal juhul eksisteerib huvide konflikt, ka võetakse arvesse vaid omanike ja juhataja tahe, jättes kõrvale näiteks töötajate ja klientide soovid. Samuti ei arvestata eri riikide olulisi erinevusi (Aguilera & Jackson, 2003). Eelloetletud puudusi on püütud lahendada agenditeooriat täiendades või teiste teooriatega kombineerides. Absoluutse huvide konflikti probleemi on püüdnud lahendada Davis, Schoorman ja Donaldson (1997) käsundajateooria (*stewardship theory*) abil.

Sidusgrupi vaadet väärtusloomele esindab Freeman'i (1984) sidusgruppide teooria (*stakeholder theory*). Sidusgruppide teooria kohaselt eeldatakse, et väärtused on tingimata ja selgesõnaliselt äri tegemise osa, lükatakse tagasi lahususe tees (*separation thesis*). Sidusgruppide põhine käsitlus (*stakeholder thinking*) kerkis ärietikas esile uue narratiivina saamaks aru ja abistamaks kolme vastastikku seotud äriprobleemi lahendamisel: a) probleem saada aru, kuidas on väärtus loodud ja kaubastatud, b) eetika ja kapitalismi ühendamise probleem, ja c) probleem aidata juhtidel mõelda juhtimisest nii, et esimesed kaks probleemi on kaetud. Sidusgruppide teooria üheks põhiküsimuseks on „väärtuse” tähenduse väljaselgitamine teatud sidusgrupile ja see, kuidas äriühingud seda erinevat tüüpi „väärtust” sidusgruppidele loovad. Sidusgruppide kirjanduses on fundamentaalse tähtsusega sidusgruppide ja nende huvide identifitseerimise temaatika (Parmar, Freeman, Harrison, Wicks, Purnell, & de Colle, 2010). Sidusgruppide teooria annab kasuliku perspektiivi, kuid praktikas on teooria rakendamine problemaatiline, mistõttu autor valib antud uurimistöös kolmanda tee – valgustatud omaniku vaate.

1.2. Omanikuks olemine

1.2.1. Käsutusõigused, omand ja omanik

Organisatsioon, millest eelnevalt juttu oli, on seotud „toimijatega”, institutsioon seevastu mängureeglitega. Mängureeglid on piirangud, mis korrastavad inimestevahelist suhtlemist, need koosnevad formaalsetest kitsendustest ja informaalsetest kitsendustest. Formaalsed kitsendused ehk õiguslik raamistik annab erinevatele „toimijatele” erinevad õigused. Õigusliku raamistiku arengutase mängib olulist rolli õiguste jagamisel ja äriühingute valitsemise arengus (Mygind, 1999).

Omanikuks olemine on võimalik tänu käsutusõigustele (*property rights*). Majandusteaduses rakendatakse Demsetz'i (1967) käsutusõiguste teooriat (*property rights theory*). Käsutusõigused on kasutusõigus (*usus*), tulemite omastamise õigus (*usus fructus*), muutmisõigus (*abusus*) ja võõrandamisõigus. Põhjaliku ülevaate omandi käsitlustest majanduses annab Steiger (2006) raamatus „*Eigentum und Recht und Freiheit*”.

Eestis on äriühingu liikideks täisühing, usaldusühing, osaühing, aktsiaselts ja tulundusühistu. Osaühingul on osadeks jaotatud osakapital, aktsiaseltsil aktsiateks jaotatud aktsiakapital. (Äriseadustik) Aktsiaseltsid ja osaühingud on kapitaliühingud.

Äriühingu varad kuuluvad juriidilisele isikule, antud kontekstis kapitaliühingule. Kapitaliühingu omanikud on de jure osaühingu osa ja aktsiaseltsi aktsiate omanikud ehk investorid. Seega saab kapitaliühingu omanikust rääkida vaid ülekantud tähenduses. Autor kasutab siiski omaniku terminit, sest omanikuks olemisel on majanduslikud, sotsiaalsed ja psühholoogilised dimensioonid. Omanikud (erinevalt laenuandjatest) paigutavad oma vara äriühingusse, andmata sellele omandit üle. Omanikud kannavad ebaõnnestumise riski, neil on õigus saada oma varalt kasu, s.t osa kasumist (*usus fructus*).

Kui äriühingul on mitu omanikku, võib rääkida äriühingu omanikkonnast ja moodustub omanikkonna struktuur (*ownership structure*). Lisaks seoste omanik–omand tuleb nüüd arvestada omanikevahelisi suhteid (Koni, 2011; Leimann, 2007; Wahl, 2004). Omanikevahelisi suhteid saab uurida sotsiaal-antropoloogiast tuntud Granovetter'i (1973) sotsiaalvõrgustike teooria (*social network theory*) abil. Omanikkonna struktuuri defineeritakse omakapitali jaotuse kaudu vastavalt häältele ja kapitalile, kuid ka omanike identiteedi kaudu (Mathiesen, 2002). Omanike identiteet on omadused, mis teevad konkreetse omaniku või omanikkonna grupi võrreldes teiste omanikega unikaalseks. Et omanikuks olemist seletada, on oluline väärtusi rõhutada ja selgelt tunnetada (Licht, 2004), seda nii üksikisiku, äriühingu kui ka ühiskonna tasandil.

1.2.2. Isiklikud, sotsiaalsed, poliitilised ja majanduslikud väärtused

Seletamaks omanikuks olemist üksikisiku, äriühingu ja ühiskonna tasandil tuleb mõista väärtuste olemust, sest väärtused on äri tegemise loomulik osa. Väärtuse mõiste leiab kasutamist filosoofias, matemaatikas, füüsikas, majandusteaduses, sotsioloogias, psühholoogias. Max Weber (1864–1920) eristas seitset väärtus-sfääri (*Wertsphären*), need on majanduslikud, poliitilised, intellektuaalsed (teaduslikud), religioossed, perekondlikud ja erootilised üksteisest sõltumatud väärtusvaldkonnad.

Zetterberg'i (1997) fundamentaalsed väärtused (*cardinal values*) on rikkus, kord, tõde, pühadus, voorus ja ilu. Nende institutsionaalsed alad on vastavalt majandus, riigikord, teadus, religioon, eetika, kunst. Majandus toodab rikkust, riik korda, teadus tõde jne. Üldtunnustatud on, et rikkust eelistatakse vaesusele, korda kaosele, tõde valskusele. Oluline on vaba ettevõtlus, kodanikuõigused,

akadeemiline vabadus. Tema väärtustüübid paigutuvad kolmemõõtmelisse tunnusruumi, mille teljed on idealism – pragmatism, humanism – materialism ja modernism – traditsionalism.

Aimre (2005) definitsioonis on väärtus ükskõik milline asi, materiaalne või ideaalne, idee või institutsioon, tegelik või kujuteldav, kõik see, mille suhtes inimene võtab hinnangulise seisukoha, mille kohta arvatakse, et see on oluline, etendab olulist rolli, ning mille saavutamine, mille poole püüdlemine või mille tõrjumine on vajalik indiviidile või tervele grupile ja ühiskonnale. Väärtused on enamuse poolt heaks kiidetud ja omaks võetud arusaamad sellest, mis on hea ja halb, lubatud ja keelatud, ilus ja inetu, kasulik ja kahjulik.

Väärtuste olemasolu tingimuseks on enamasti millegi teadlik või mitteteadlik väärtustamine kellegi poolt. Inimkäitumises väljenduvad väärtused väärtushinnangutena, väärtused kui sellised on aga enamasti sõnades väljendatavad. Tänapäeva pluralistlikes ühiskondades peetakse oluliseks ühiste väärtuste määratlemist.

Dietrich (2003) seletab, et väärtused omandatakse teiste inimeste jälgimise ja jäljendamise käigus. Reeglina antakse väärtused järgmisele generatsioonile edasi sotsialiseerimise teel. Sotsialiseerimine on protsess, mille käigus inimene õpib tundma oma kultuuri ja kujundab oma arusaama enda kohta, algselt omandatud väärtused ja hoiakud on kõige püsivamad. Sotsialiseerimise protsess pole täielik, kuna keskkonna tingimused muutuvad, samuti esinevad generatsioonidevahelised konfliktid, mistõttu väärtused muutuvad. Väärtused pole püsivad, nad on muutuvad nii ajas kui ruumis, kuid nad püsivad konkreetsetes olukordades.

Omanikkonna uurimisel on kõige olulisemad isiklikud, sotsiaalsed, poliitilised ja majanduslikud väärtused. Isiklikud väärtused on teadvustatud ja moodustavad kriitilise osa üksikisiku väärtustest, ilmnedes hoiakutes, tõekspidamistes ja tegevustes. Väärtused võivad üksteise suhtes olla konfliktised, neil on erinev kaal ja tähtsus. Isiklikud väärtused järjestuvad suhtelise tähtsuse järgi, näiteks ausus, vastutus, lojaalsus jne. Järjestatud väärtused moodustavad väärtuseelistuste süsteemi. Väärtuste suhteline tähtsusjärjekord määrab tegevused. Sotsiaalsed väärtused (*social values*) on sellised, mis eelistavad laiemat inimgrupi õigusi. Need võivad sisaldada väärtusi, nagu võrdsus, õiglus, vabadus, priius ja rahvuslik uhkus.

Rokeach (1973), hiljem Schwartz (1992) võtavad kokku, et enamiku sotsiaalteadlaste jaoks on väärtused veendumused või mõtted, sügavale juurdunud abstraktsed motivatsioonid, mis juhivad, õigustavad või seletavad hoiakuid, norme, arvamusi ja tegevusi. Väärtused on inimeste pikaajalise kollektiivse elu ja tegevuse saadused, traditsioonist väljakasvanud arsenal, ühise ja individuaalse tegevuse eeldused.

Väärtused on üldistused suhteliselt püsivatest ja terviklikest eelistustest, sellest kuidas tahetakse elada (Zetterberg, 1997). Väärtustes dokumenteeritakse see, mis näib üksikisikule, grupile või ühiskonnale sobiv (Meglino & Ravlin, 1998; Noll, 2002). Väärtused on seotud soovitatavate tagajärgedega või käitumisviisidega, nad on käitumisreeglite oluline osa, olemata ise käitumis-

reeglid. Väärtused on inimekäitumise ja eriti selles sisalduva komponendi – inimliku tahte hindamiseks (Homann, 1980). Väärtused on enamiku poolt vastuvõetavaks tunnistatud ideaalid või orientiirid, millest inimesed oma tegevuses juhivad, nad toimivad standardina ja mõjutavad eesmärgistatud tegevuste valikut, vahendeid ja teid (Noll, 2002). Väärtused on inimese käitumise ja püüdluste tähtsaimad regulaatorid, samuti aitavad nad hinnata teiste tegusid (Meglino & Ravlin, 1998). Väärtused aitavad valikute tegemisel või hinnangu andmisel tegevustele, poliitikatele, inimestele või sündmustele.

Hoiak on üldine ja suhteliselt püsiv hinnanguline suhtumine mingisse nähtusesse, see hõlmab tõekspidamisi (kognitiivne ehk tunnetuslik komponent), tundeid (emotsionaalne komponent) ja käitumist (käitumuslik komponent). Hoiak võib olla kas positiivne või negatiivne. Väärtused on hoiakutest stabiilsemad. Iga hoiak, arvamus või käitumine põhineb tüüpiliselt mitmel väärtusel. Inimese tegelikud hoiakud ja käitumine sõltuvad mitte ühe kindla väärtushinnangu prioriteetsusest, vaid kompromisslahendusest mingi käitumisviisi või hoiaku puhul üheaegselt mõjuvate konkureerivate väärtushinnangute vahel; igal inimesel on arvukalt mitmesuguse tähtsusega väärtushinnanguid (Schwartz, 2003). Enamasti tuvastatakse seosed konkreetse majandusliku käitumise ja mingi kindla hoiaku vahel, mis suunab vastavalt käituma, harvem uuritakse üldiste inimväärtuste potentsiaali majandusliku käitumise seletamiseks (Chuah, 2010).

Väärtustest on võimalik tuletada sotsiaalsed normid. Kui uurime inimeste otsuseid nende identiteedi ja sotsiaalsete normide vaatenurgast, saame vastused paljudele küsimustele. Seda lähenemist kutsutakse identiteedimajanduseks (*identity economics*), mis aitab seletada, kes on inimesed ja kuidas nad endast mõtleavad, see on võti nende otsuste mõistmiseks (Akerlof & Kranton, 2000).

Väärtused on atraktiivsed, normid seevastu on loomult piiravad. Ühiskonnas üldiselt aktsepteeritud väärtustest kujuneb ühiskonnas normide ja sanktsioonide süsteem. Väärtustest on inimestel mõnikord kasulik mitte kinni pidada, seetõttu luuakse ühiskondlik sanktsioonide süsteem, mis peab tagama väärtustest kinnipidamise kõikide poolt võimalikult suurel määral. Survestamine ei tohi olla liiga tugev, sest üksikisiku otsustusvabadust (vaba tahe) ei tohi piirata.

Lähiajaloo tuntuimad väärtuste uurijad on sotsiaalteadlased Rokeach (1973), Inglehart (1977), Hofstede (1980) ja Schwartz (1992).

Rokeach'i (1973) väärtussüsteem võimaldab prognoosida inimeste käitumist organisatsioonis, sealhulgas äriühingutes. Tema teooria kohaselt jaguneb üksikisikute väärtussüsteem kaheks: a) lõppväärtused ehk soovivad seisundid (elutarkus, eneseteostus, eneseaustus, küps armastus, lunastus, mugav elu, nauding, perekonna turvalisus, põnev elu, rahu kogu maailmas, rahvuslik julgeolek, sisemine tasakaal, sotsiaalne tunnustus, tõeline sõprus, vabadus, võrdsus, õnn, ümbritsev ilu); b) instrumentaalsed ehk abistavad väärtused (abivalmidus, andestavus, armastus, ausus, edasipüüdlikkus, julgus, korralikkus, kujutlusvõime, kuulekus, loogilisus, rõõmsameelsus, sallivus, sõltumatus, tasakaalukus, vaimsus, vastutustunne, viisakus, võimekus). Lõppväärtusi

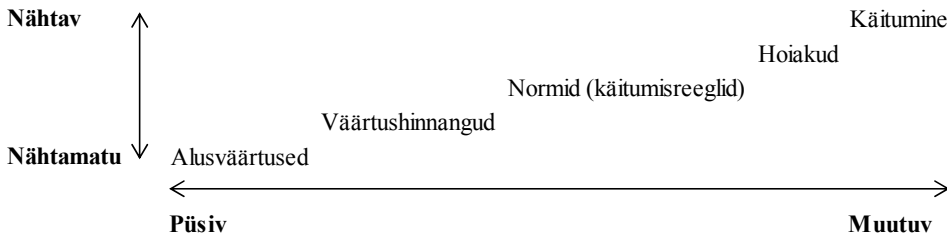
kasutavad üksikisikud sisemise referentsina hoiakute ja arvamuste formuleerimisel. Lõppväärtusi väljendavad inimesed sageli eesmärkidena. Instrumentaalseid väärtusi kasutatakse vahenditena nende eesmärkide saavutamiseks. Välja on jäänud omanike uurimisel olulised väärtustüübid, nagu traditsioon ja võim (Schwartz, 2003).

Väärtustüübid ja väärtustüpoloogiad on loonud ka Inglehart (1977), eristatakse materialiste, postmaterialiste ja segatüüpe (MPM). Mida kõrgem on lapsepõlves kogetud heaolu, seda tõenäolisem on, et inimene areneb postmaterialistlikuks, materialistlikuks aga siis, kui lapsepõlves kogeti vaesust. Ühiskonna arenedes väheneb materialistlike väärtuste (nt turvalisus, esmatasandi vajaduste rahuldamine) osakaal, postmaterialistlike väärtuste (nt poliitiline vabadus, keskkonnakaitse) osakaal kasvab.

Hofstede (1980) kultuuridimensioonide teooria tegeleb tööga seotud väärtustega (individualism-kollektivism, ebakindluse tõrjumine, võimudistants, maskuliinsus-feminiinsus, lühema ja pikema aja orientatsioon), kuid ei seosta üksikisikute väärtusorientatsioone nende hoiakute või käitumisega (Schwartz, 2003).

Käesoleva uurimistöö seisukohalt on sobivaim lähenemine Schwartz'i välja-töötatud üksikisikute alusväärtuste teooria (*theory of basic human values*) (Schwartz, 1992, 1994, 2003; Schwartz & Bardi, 1997; Schwartz & Sagiv, 1995; Licht, 2004; Licht, Goldschmidt, & Schwartz, 2005), mis kirjeldab ja seletab ning struktureerib kogu inimkonnale omaseid universaalseid isiklike alusväärtusi (vabadus, loovus, sõltumatus, eneseaustus, uudishimu, oma eesmärkide seadmine, põnev elu, mitmekesine elu, nauding, lõbu, edukus, mõjukus, võimekus, auahnus, väljakutsete vastuvõtmine, eneseteostus, sotsiaalne võim, jõukus, otsustamisõigus, maine hoidmine, sotsiaalne tunnustus, sotsiaalne kord, rahvuslik julgeolek, vastastikused teened, tugev perekond, puhtuse-armastus, kokkukuuluvustunne, tervis, viisakus, enesedistsipliin, austus, kuulekus, traditsioonide austamine, mõõdukus, vähenõudlikkus, vagadus, leppimine oma kohaga elus, lojaalsus, ausus, abivalmidus, vastutusvõimelisus, andestamine, küps armastus, tõeline sõprus, võrdsus, rahu maailmas, ühtsus loodusega, elutarkus, kaunis maailm, sotsiaalne õiglus, sallivus, keskkonna säästmine). Alusväärtused pole igasugused inimtegevuses avalduvad või sellest tingitud väärtused, vaid see osa neist, millel on erinevate ühiskondade suurim jagatav ühisosa, väärtused, millela inimkoosluste nii ajalisel kui ruumilisel latus toimimine pole võimalik. Vastavalt Schwartz'i (2003) käsitlusele on väärtused stabiilsed ihaldatud seisundid, ihaldusväärsed olukorralised eesmärgid, objektid või käitumisviisid, mis reguleerivad sobiva käitumise valikut.

Alusväärtuste, väärtushinnangute, normide, hoiakute ja käitumise seoseid näidatakse kokkuvõtvalt joonisel 1. Suhteliselt püsivad alusväärtused on nähtamatud, käitumine seevastu nähtav ja muutuv. Omanike käitumine on seotud nii alusväärtuste kui ka normidega. Käitumist kontrollib tahe, valikud viiakse ellu võimu olemasolul. Väärtustega sidumata käitumine on mõttetu.



Joonis 1. Alusväärtustest käitumiseni (autori illustratsioon)

Poliitilised väärtused (*political values*) on ideoloogilised tõekspidamised selle kohta, kuidas valitseda kõige paremini riiki või organisatsiooni, sealhulgas äriühinguid. Äriühingute valitsemine, omanikuks olemine ja igasugune äri põhineb usaldusel. Usalduse aluseks on sõnastatud väärtused, millest peetakse ühtlasi kinni (Pendleton & King, 2002). Usaldus on oluline organisatsioonilise edu faktor (Skinner & Spira, 2003). Äriühingu tasandil on usalduse aluseks läbipaistvus, mis põhineb tundlikul kommunikatsioonil ja realistlikul avalikustamisel.

Majanduslikud väärtused (*economic values*) on seotud eelkõige rahaga. Majanduslikud väärtused on äriühingute valitsemise ja omanikuks olemise põhiline eesmärk, kuid mitte ainult (Leimann, Skärvad, & Teder, 2003). Omanikuks olemise seletamiseks tuleb mõista väärtuste olemust. Alusväärtused on mõõdetavad ning on seotud omanike tahtega.

1.2.3. Omaniku individuaalne ja omanikkonna kollektiivne tahe

Edukas omanikuks olemine eeldab omaniku võimekust ja tahtet (Koiranen, 2007). Tahe (*will*) on sihiteadlik püüdlus ja võime teha valikud ning need ellu viia. Tahe võimaldab kontrollida oma käitumist (*behaviour*), isiklikult kontrollituna tajutakse vaid tahtlikku tegu (*action*). Selleks et oma tahtet ellu viia, peab omanik kasutama võimu (*power*). On ju võim inimese võime sundida oma tahtet peale teistele inimestele (Weber, 1922). Äriühingu tasandil avaldub tahe seadusliku õiguse kaudu äriühingu üldkoosolekul, kus omanik annab oma hääle. Ülimalt oluline on oma hääleõiguse kasutamine, et anda hinnang ja tagasiside nõukogu ja juhatuse tegevusele, ning pikas perspektiivis eesmärkide täitmisele. Puuduva omaniku sündroom (*absentee-owner syndrome*) (Hilb, 2006; Holton, 2006) tähendab, et aktsionärid ei käitu omanikuna, mis tekitab arusaamatusi, kuna nõukogu ja juhatus ei saa aru äriühingu omanikkonna ootustest. Nõukogu ja juhatus kannavad omanikkonna kollektiivset tahtet, tahte viiakse ellu vastavalt omaniku osaluse määrale. Juhatus korraldab äriühingu operatiivse juhtimise ja viib ellu nõukogu otsused. Mida kõrgem on teatud omanikkonna tüübi koondumus (*ownership concentration*) äriühingus, seda enam langevad äriühingu eesmärgid kokku vastava omanikkonna tüübi eesmärkidega. Üldjuhul realiseerub enamusosalusega (mitte aga vähemusosalusega) omaniku tahe.

Tüüpiline erainvestor on vähemusosalusega, enamasti puuduvad tal võimalused ja oskused juhatuse diskreetsust jälgida ja kontrollida (Watson, 2005).

Enamik äriühingute valitsemise uuringuid keskendub hajusa omanikkonnaga äriühingutele, omanikkonna kõrge koondumusega äriühingutest teatakse vähe (Holderness & Sheehan, 1988). Euroopas on omanikkonna struktuurid moodustunud keerulise vastastikuse toime mõjul, nagu ajalugu, riiklik regulatsioon, institutsionaalsete investorite tugevus, üksikisikute ja perekondade eelistused, piirangud ja psühholoogia (Kirchmaier & Grant, 2005).

Omanike tahe ei piirdu majanduslike eesmärkide, jooksva tulu ja kapitalikasvu saavutamise, kuigi domineeriv on arusaam, et äriühingu eesmärk on eelkõige omanike jõukuse maksimeerimine, ehk teiste sõnadega, raha teenimine. Pikaajalises perspektiivis omab olulist tähtsust omanikkonna nägemus äriühingu strateegiast ning valitsemispõhimõtetest, see eeldab omaniku panust äriidee elluviimise.

Omanikud võivad eelistada elu nautimist täna, selle asemel et säästa tulevikuks. Tahte ajaline faktor väljendub investeerimishorisondis. Juriidiline seisund sõltub samuti tahtest. Lõppomanik füüsilise isikuna võib mitmetel põhjustel eelistada omanikuks olemist juriidilise isikuna. Oluline kultuuriline omanikuks olemise aspekt on omaniku rahvus. Rahvus ei sõltu tahtest, küll aga sõltub omaniku tahtest residentriik. Eesti omanik on võrreldes välismaise omanikuga rohkem ettevõtja tüüpi, kontsentreerudes oma tegemistes detailidele (Tafel, Elenurm, & Terk, 2004).

Tahtest sõltumata tuleb arvestada tõsiasja, et risk on igasuguseid omanikke ühendav mõjur, mida tuleb paratamatult kanda. Risk on igasuguse äri loomulik osa, riski on võimalik vältida vaid mitte midagi tehes, kuid ka siis võivad aset leida ootamatud sündmused. Äris kehtib hästi tuntud reegel, et mida suurem on risk, seda suurem on ka potentsiaalne tulu (Tricker, 2009).

Edukas omanikuks olemine eeldab lisaks tahtele omaniku võimekust, omaniku roll äriühingu valitsemisel ja juhtimisel võib vastavalt tahtele ja ambitsioonidele olla aktiivne või passiivne. Võimekusega seostub ka omaniku seotus äriühinguga. Professionaalne omanik võib järgida põhimõtet „hoia nina äriühingu tegevuste sees, käed eemal” (Hilb, 2006).

Omanike ja juhtide vahelised koostöö mustrid strateegilise juhtimise protsessis käsitlevad strateegiat koos äriühingute valitsemisega. Elenurm, Terk ja Andresoo (2008) leidsid, et integratsiooni ajastul on paranenud äriühingute valitsemise kultuur, kuid vastupidiselt ootustele on vähenenud juhtide vabadus mõjutada strateegia loomisprotsessi.

Strateegilisele lähenemisele alternatiiviks on evolutsiooniline lähenemine, mis põhineb ökoloogias rakendataval evolutsiooniteoorial (*evolutionary theory*) (Nelson & Winter, 1982). Klassikalise majandusteooria kohaselt eeldatakse, et suhteliselt lihtsas maailmas tegutsevad suhteliselt targad inimesed, tegelik maailm on aga keeruline ning selles elavad lihtsad inimesed (Beinhocker, 2007).

Omanikkonna kollektiivne tahe võib äriühingus avalduda omanikkonna strateegiana (*ownership strategy*), oluline on selle sobivus äriühingu strateegiaga

(*corporate strategy*). Paremus tagab selge ja otsene seos organisatsiooni missiooni/väärtuste, strateegia ja funktsionaalsete strateegiatega vahel (Miles & Snow, 1978). Omanikkonna kollektiivse tahte koondamine ühtsesse dokumenti (*ownership strategy*) võimaldab omanikkonnal oma tahtest anda ühene ja selge signaal, hajusa omanikkonna struktuuriga börsiettevõtte omanikkonna strateegiat ei vaja (Luoma, 2011). Oluline on arvestada ka asjaolu, et tegelikult avaldub omaniku tahe juba palju varem, valikufaasis. Väärtustest ja tahtest sõltub, millisesse äriühingusse, ja kas üldse, tehakse investeering.

Omandisuhted, võim ja omanike tahe – äriühingu poliitika – ei piirdu äriseadustikus kirjeldatuga, omanikevahelised kokkulepped võimaldavad omandist tulenevat võimendada. Nagu poliitikaski sünnivad koalitsioonid, mille ideaal on omanike ühine tahe ehk konsensus.

1.3. Omanike liigitus ja tüpoloogiate roll sotsiaalteadustes

Omanikkonna liikmed on erinevad, omanikud tunnetavad kapitaliturgu erinevalt (investeering võib olla lühi- või pikaajaline), nende riskitaluvus võib olla vägagi erinev. Aktsiaväärtuse või selle kasvupotentsiaali hindamisel võib omanike valikuks olla lokaalne või rahvusvaheline investeering. Tegutsetakse ise või eelistatakse investeerimisfondi. Erinevuste mõistmiseks ja seletamiseks vajavad omanikud, juhid ja teadlased teoreetilist raamistikku, milleks võib olla erinevalt omanike liigitusest omanikkonna tüpoloogia.

1.3.1. Omanike liigitus kui heuristiline raamistik

Käsitledes omanike liigitamist, tuleb märkida, et puudub ühtne liigitus: uurijad on omanikke liigitanud vastavalt oma uuringu vajadustele, kasutades erinevaid liigitusaluseid. Sarnaseid omanikke on defineeritud erinevalt, mistõttu uuringute tulemused ei ole võrreldavad. Omanikkonna liigitamise problemaatika leiab käsitlemist mitmetes töödes (Sur, 2006; Veranen, 1996; Veranen & Hensle, 2000; Wahl, 2004, 2005, 2006). Autori liigitus, mis leiab rakendust heuristilise raamina tüpoloogia konstrueerimisel, koosneb üheksast liigituse alusest ehk omanikkonna kategooriast ja kaheksateistkümnest alamkategooriast:

1. juriidiline seisund (füüsiline isik, juriidiline isik),
2. majanduslik eesmärk (jooksev tulu, kapitalikasv),
3. panus äriidee elluviimisse (strateegiline, finantsiline),
4. roll valitsemisel ja juhtimisel (aktiivne, passiivne),
5. investeerimishorisont (pikaajaline, lühiajaline),
6. osaluse määr (enamusosalus, vähemusosalus),
7. suhtumine riski (riski hajutav, riski mittehajutav),
8. residentriik (kodumaine, välismaine),
9. seotus äriühinguga (väline, sisene).

Järgnevalt selgitatakse heuristilise raamistikuna rakendatavaid omanikkonna kategooriaid ja alamkategooriaid.

1. Omaniku juriidiline seisund (*owners' legal status*) võib olla põhimõtteliselt kas füüsiline või juriidiline. Kõigi äriühingute lõppomanikuks on füüsilised isikud või riiki esindav pädev institutsioon. Juriidilised isikud võivad olla eraõiguslikud juriidilised isikud või avalik-õiguslikud juriidilised isikud. Eraõiguslikud juriidilised isikud omanikena on kõik aktsiaseltsid, osauhingud, täisühingud, usaldusühingud ja tulundusühistud. Siia kuuluvad ka finantsinstitutsioonid, nagu investeerimisfondid, pangad, pensionifondid ja kindlustusseltsid. Avalik-õiguslike juriidiliste isikute omanikena esinevad riik, kohalik omavalitsus ja muud seaduse alusel asutatud organisatsioonid.

2. Omanike majandusliku eesmärgi (*owners' economic goal*) uurimine võimaldab hinnata, millised on omanike strateegiad kapitali paigutamisel. Liigituse alus jaguneb kaheks alamkateooriaks, esiteks jooksev tulu ehk dividendid ja teiseks kapitalikasv ehk aktsiahinna tõus. Börsiettevõtte puhul suureneb omanike heaolu eelkõige aktsiahinna tõusu ja väljamakstud dividendide arvelt. Eestis oli uuringu läbiviimise ajal vaid kaheksateist börsiettevõtet, see on vaid murdosa (0,02%) kapitaliühingute arvust.

3. Omaniku panusena äriidee elluviimisse (*owners' contribution to the realisation of a business idea*) eristatakse strateegilisi ja finantsinvestoreid. Strateegilisi investoreid huvitab eelkõige äriühingu ja kogu tegevusala areng, finantsinvestoreid seevastu kapitali paigutus ja raha teenimise võimalus, kusjuures panus äriidee elluviimisse seisneb rahastamises. Strateegiline investor tegutseb tavaliselt ühel kindlal tegevusalal, tal on pikaajalised eesmärgid, ta omab oskusteavet ning teda huvitab selle rakendamine. Strateegiline investor osaleb valitsemisel ja juhtimises, tema eesmärgiks on ka tegevusala arendamine. Strateegiline investor ei hooli eriti aktsiahinna tõusust, see on muidugi soovitatav, kuid vähemalt esialgu ei ole see peamine eesmärk. Strateegilise omaniku tunnuseks on, et ta on ideekandja, tegutseb samal tegevusalal, osaleb valitsemisel ja juhtimises. Finantsinvestori ainus eesmärk on teenida rohkem raha. Omaniku panus võib olla äriidee ise, selle elluviimine, aga ka lihtsalt rahaline investeering.

4. Omaniku roll äriühingu valitsemisel ja juhtimisel (*owners' role in governance and management*) võib vastavalt tahtele ja ambitsioonidele olla aktiivne või passiivne. Aktsiaomandi ja aktsiaomanike aktiivsuse uuringud on populaarne teema (Holderness & Sheehan, 1988). Omanikul ei ole õiguslikult kohustusi, tal on õigused. Omaniku põhiliseks õiguseks on korraldada äriühingu valitsemist. Professionaalne ja aktiivne omanik kasutab seda õigust. Aktiivne omanik on huvitatud selle äriühingu käekäigust, kuhu ta on investeerinud, tal võib olla mingi emotsionaalne seos oma „varaga”, mingi kõrgem eesmärk või idee. Aktiivne omanik ei lepi aktsia või osa virtuaalse omamisega, mõtteline omand asendub tema jaoks millegi reaalsega. Igal juhul on aktiivsel omanikul lisaks majanduslikele eesmärkidele teatud võimed ja tahe olla aktiivne. Äri edu sõltub suuresti omaniku panusest äriühingu tegevusse, alati ei piisa ainult rahast. Omanikud saavad oma aktiivsust üles näidata, osaledes ja hääletades aktsiaseltsi üldkoosolekul. Teatud tingimustel on omanikel ka võimalus osaleda nõukogu

või juhatuse töös. Omanike osalemine juhtimises ei ole soovitatav, sest juhatus peab võrdselt pingutama kõikide omanike huvides. Omanikkonna ja juhtide kommunikatsioonis peab valitsema selgus eesmärkide osas, kuid tihti ei jõua omanikkonna tahteavaldused juhtide ja töötajaskonnani, mistõttu peetakse omanikke passiivseteks, ning töötajaskond on oma eesmärkide täitmisel omanikkonnast aktiivsem (Nyyssölä, 2008).

5. Investeeringuhorisontide (*owners' investment horizon*) erinevuse alusel liigitatakse omanikke pika- ja lühiajalisteks investoriteks. Pikaajalised omanikud loodavad reeglina teenida dividende, neil ei ole kavas osalust müüa, nende eesmärgid langevad suuresti kokku strateegiliste investorite eesmärkidega. Lühiajalised investorid mängivad aktsiahinna tõusu ja languse peale, eesmärk on müüa esimesel soodsal võimalusel, nende eesmärgid kattuvad suurelt jaolt finantsinvestorite eesmärkidega. Kuid lühiajalisi investoreid, erinevalt finantsinvestoritest, peetakse lihtsalt spekulantideks (Veranen, 1996). Pikaajaline omanik on konkreetset omandit vähemalt ühe aasta omandis hoidnud.

6. Osaluse määr (*owners' participatory rate*) määrab omanike võimu, see tähendab võimalust seaduslikult oma taht väljendada. Võim tuleneb omandist, kus realiseerub võimulolijate tahe. Omaniku osaluse määr võib olla ühest häälest saja protsendini, kuid tähtsaimad piirid seab omanike enamus- või vähemosalus. Äriseadustik annab selged piirid: üle 50% häälest annab kapitaliühingu juhtimisõiguse, mis tekib nõukogu valimise kaudu. Nõukogu liikmed valib ja kutsub tagasi üldkoosolek. Eesti on suuromanikukeskne, alla 10% hääle omanikul õigused praktiliselt puuduvad. Gerndorf, Elenurm ja Terk (1999) märgivad, et tänu liberaalsele majanduspoliitikale ja avatusele, samuti kehtiva seadusandluse madalale regulatsiooni tasemele on enamusaksionärid eelisolukorras. Enamusosaluse tunnuseks on, et omanikul on üle 50% häälest. Vähemosaluse omanikul on hääli 50%, tal puudub otsustamisõigus, kuid on nõudeõigus.

7. Omanike suhtumine riski (*owners' attitude to risk*) ja sellega toimetulek on vägagi erinev, selle alusel võib omanikud jaotada riski hajutavateks ja riski mittehajutavateks. Riskide maandamisel on võimalik rakendada mitmeid taktikaid. Omanikud kasutavad sagedasti hajutamistaktikat, jagades riskid erinevate varade vahel laiali. Üheks võimaluseks riski hajutada on diversifikatsioon, mis tähendab investeringuid mitmesse äriühingusse, erinevatesse majandusharudesse, aga ka globaliseerumist. Diversifikatsioon võib vähendada investeringute (*portfolio*) tootlust. Olulisel kohal on samuti ennetav taktika, kus rakendatakse kontrollmehhanisme ennetamiseks ebameeldivate olukordade tekkimist. Delegeerimistaktika puhul jagatakse vastutust mõne teise omanikuga. Riskiv omanik ei hajuta oma investeringut, vaid paigutab raha ühte riskantsesse projekti. Õnnestumisel võib tulu olla väga suur, ebaõnnestumisel aga kaotatakse kogu investering.

8. Omaniku residentriik (*owners' country of residence*) määrab, kuhu laekuvad maksutulud. Tulumaksuseadus määratleb, et füüsiline isik on resident, kui tema elukoht on Eestis või kui ta viibib Eestis 12 järjestikuse kalendrikuu

jooksul vähemalt 183 päeva või on välisteenistuses viibiv Eesti riigiteenistuja. Juriidiline isik on resident, kui ta on asutatud Eesti seaduse alusel.

9. Seotuse järgi äriühinguga (*owners' involvement*) jagatakse omanikud välisomanikeks (*outsiders*) ja siseomanikeks (*insiders*). Siseomanike puhul kujuneb huvitavaks alajaotuseks omanikud-juhid ja omanikud-töötajad. Seotus äriühinguga tähendab, et omanik töötab või on töötanud äriühingus, mille omanikkonna liige ta on. Vastavalt sellele võib kapitali päritolu lugeda äriühingu väliseks või siseseks.

Erinevalt liigitusest võib tüpologia olla teatud tingimustel teooria. Järgneb selgitus, mis tingimustel võib tüpoloogiat teooriaks lugeda, ning valikülevaade senistest tüpoloogiatest.

1.3.2. Tüpoloogia koostamine kui teooria loomise võimalus ja seniste tüpoloogiate analüüs

Sotsiaalteadustes on teooria loomise üheks hästi tuntud võimaluseks tüpologia (Elo-Pärssinen, 2007; Erikson, 2007; Hornaday, 1990; Hung, 1998; Kellermann, 1979; Pedersen & Thomsen, 1997; Sur, 2006; Zetterberg, 1997) koostamine. Tüpoloogia on teooria, kui ta vastab minimaalsetele teooria kriteeriumitele. Need on: a) konstruktid peavad olema identifitseeritud, b) identifitseeritud konstruktid vahelised seosed on kindlaks määratud ja c) kindlaks määratud seosed on falsifitseeritavad (Doty & Glick, 1994).

Tüpoloogia koostamist arvutusmatemaatikat kasutades õpetab Sneath'i ja Sokal'i (1973) numbriline taksonoomia (*numerical taxonomy*). Kelle ja Kluge (2010) seletavad, et tüüpe moodustatakse selleks, et võimalikult sügavalt mõista ja seostatult seletada keerulisi sotsiaalseid reaalsusi ja nende tausta. Tüübi mõiste mängib olulist rolli, tüüp on defineeritud kui mingite tunnuste kombinatsioon, mille abil on võimalik kirjeldada omanikkonna liikmete sarnasusi ja erinevusi.

Rohkelt võib kirjanduses leida ettevõtjate tüpoloogiaid. Mugler (1998) märgib, et ettevõtjate tüübid põhinevad enamasti isikuomaduslikel tunnustel, motiividel või ettevõtja käitumisel turu suhtes. Autor leiab, et liiga vähe on omanikkonna liikmete tüpoloogiaid. Samuti on enamasti käsitletud väike- või keskmise suurusega äriühingute omanikkondi. Üheks põhjuseks on asjaolu, et suurte äriühingute omanikkonna hajus struktuur annab kontrolli juhatajale ning omanikkonna liikmed taandatakse investori seisusesse. Sellisel juhul ei pääse lõppomanikud, enamasti üksikisikud, oma ainuomaste motiivide, eesmärkide ja tegevustega mõjule. Tänapäeva tegelik olukord on midagi muud, seega on aeg uurida lõppomanike väärtusi, tahet, eesmärke ja tegevusi.

Ettevõtja (*entrepreneur*) on üksikisik, kes asutab ja juhib äri põhilise eesmärgiga saada kasumit ja äri kasvatada, ta loob organisatsiooni (Gartner, 1988). Ettevõtjat iseloomustab innovatiivne käitumine ja ta rakendab oma äris strateegilise juhtimise praktikaid. Ettevõtlikkuse väärtused on eriti kõrged saavutuse (AC), võimu (PO) ja enesemääratlemise (SD) väärtused ning madalad

kõikehaaravuse (UN) väärtused (Adams, Licht & Sagiv, 2010). Carland, Hoy, Boulton ja Carland (1984) defineerisid väikeettevõtte omanikku (*small business owner*) kui üksikisikut, kes asutab ja juhib äri põhilise eesmärgiga edendada isiklike eesmärgi. Äri on väikeettevõtte omanikule põhiline sissetuleku allikas ja võtab enamiku tema ajast ja ressursidest. Väikeettevõtte omanik tajub äri oma isiksuse laiendina, äri on suunatud perekonna vajaduste ja soovide rahuldamisele. Investor seevastu investeerib raha investeerimistoodetesse eesmärgiga saada minimaalse riskiga maksimaalset rahalist kasumit.

Üks esimesi ettevõtjate motiividel põhineva tüpologia loojaid on Schumpeter (1928), kes püüdis ettevõtlikult tegutsevaid üksikisikuid haarata nelja põhitüübiga. Schumpeter mõistis, et klassikalises majandusteaduses kasumit maksimeerivast ettevõtjast majanduslike seoste seletamiseks ei piisa. Majandusteaduses pööratakse üha rohkem tähelepanu käitumisteaduslikele aspektidele, kuna kõike ei saa ainult kasumipüüdlusega selgitada. Heuß (1965) toob ettevõtjate põhi- ja üleminekutüüpide kirjelduses esile asjaolu, et ettevõtja tüüp võib äriühingu arenedes muutuda, kuid see on väga raske protsess. Tema tüpologia põhitüübid on: a) Initsiatiivikas ja b) Konservatiivne Ettevõtja. Üleminekutüübid on: c) Pioneer, d) Imiteeriv, e) Reageeriv ja f) Immobiilne. Ettevõtjat iseloomustab sõltumatuse taotlus. D'Amboise ja Muldowney (1988) pakuvad neli ettevõtja tüüpi: a) Innovaatiline Ärijuht, b) Omanik-Ettevõtja, c) Tehnikast Huvituv Ettevõtja ja d) Oskustöolisest Ettevõtja. Eelnimetatud tüpoloogiad põhinevad otseselt või kaudselt isikuomaduslikel tunnustel.

Isiksuse iseloomustamiseks või mõõtmiseks kasutatakse tänapäeval enamasti viie faktori mudelit (*Five Factor Model*, akronüüm OCEAN). Isikuomaduse faktorid on vajadusel osaliselt seostatavad Schwartz'i väärtustüüpidega. Avatus (*openness*) korreleerub positiivselt väärtustüüpidega enesemääratlemine (SD) ja heasoovlikkus (BE), kohusetundlikkus (*conscientiousness*) väärtustüüpidega saavutus (AC) ja konformsus (CO), ekstravertsus (*extraversion*) väärtustüüpidega saavutus (AC) ja stimulatsioon (ST) ning sotsiaalsus (*agreeableness*) korreleerub positiivselt väärtustüüpidega heasoovlikkus (BE) ja traditsioon (TR) (Roccas, Sagiv, Schwartz, & Knafo, 2002).

Miles'i ja Snow' (1978) strateegiliste põhikontseptsioonide (s.t konservatiivse või progressiivse strateegia) alusel eristatakse kuut ettevõtja tüüpi: a) Reageerija, b) Kaitsja, c) Riski Hajutaja, d) Otsija, e) Novaator ja f) Arhitekt.

Hendry, Arthur'i ja Jones'i (1995) tüpologia põhineb mitmesuguste tunnuste kombinatsioonil. Tüpologia võtab lisaks ettevõtja tunnustele arvesse ka pakutavad tooted ja teenused, turu ja kvalifikatsiooni. Tüpoloogiad, mis ei tulene kõikide a priori defineeritud tunnuste kombinatsioonidest, moodustuvad kas äriühingute konsulteerimisel saadud kogemustest või leitakse statistilise andmeanalüüsi käigus (Miner, 1997).

Majandus pakub paremaid võimalusi neile äriühingutele, mis on võimelised edendama järjepidevalt innovaatilist käitumist ja äri evolutsiooni lubavaid väärtusi. García-Álvarez ja López-Sintas (2001) pakuvad väärtustel põhinevat neljatüübilist äriühingu asutaja tüpoloogiat. Toulouse (1979) võttis oma

tüpoloogias lisaks väärtustele aluseks riskivõtu ja tegevused (d'Amboise & Muldowney, 1988). Elo-Pärssinen (2007) konstrueeris omanikuks olemise väärtustüpoloogia (*omistajuuden arvotypologia*), mis põhineb kolmel väärtusel (edukus, kollektiivsus ja vastutustunne), ning tüübid on: a) Iseseisev Väljakutsete Otsija, b) Kollektiivse Heaolu Edendaja, c) Peretraditsioonide Austaja, d) Egoistlik Sooritaja ja e) Vastutustundlikult Edukas. Ta rakendas väärtustüpoloogiat oma uuringus juhtumite valikul.

Hornaday (1990) kolmekategoriaalne omanike tüpoloogia äriühingute omanikkonna kirjeldamiseks defineerib kolm omaniku tüüpi: a) Oskustöölise (*Craft*), b) Edendaja (*Promoter*) ja c) Professionaalne Juht (*Professional Manager*), samas tuuakse omanike eesmärgid ja instrumentaalsed tegevused. Oskustöölise tüüpi omanikud on motiveeritud tegema ihaldusväärset tööd. Edendaja tüüpi omanikud taotleavad isiklikku rikkust ja Professionaalse Juhi tüüpi omanikud soovivad üles ehitada organisatsioone, et neil oleks, mida juhtida. Instrumentaalsed tegevused on vähemalt kahel tüübil ühised. Lojaalsus äriühingule ja karjäär on ühisosaks Oskustöölise ja Professionaalse Juhi tüüpi omanikele. Oskustöölise ja Edendaja tüüpi omanikud ihaldavad mõlemad iseseisvust ja isiklikku kontrolli. Professionaalse Juhi ja Edendaja tüüpi omanikud on huvitatud innovatsioonist ja organisatsioonilisest kasvust. Professionaalse Juhi ja Oskustöölise tüüpi omanike põhierinevus seisneb selles, et Professionaalne Juht ei oma peale teiste juhtimise oskuse muud müüdavat oskust. Oskustöölise tüüpi omanikud töötavad ka ise ja naudivad tootmis- või teenindusprotsessi.

Omanikud on äriühingute valitsemise tähtsaimad tegelased. Omanikkonna tüpoloogiad võimaldavad erinevat tüüpi omanikke paremini mõista ja omanikuks olemise nähtusest nii omanikel endil kui ka juhtidel ja teadlastel aru saada. Tüpoloogia on teatud tingimustel teooria. Seniste tüpoloogiate analüüs näitas, et seni puudub omanike alusväärtusi ja tahet seostav kapitaliühingute omanikkonna tüpoloogia, mis vastab teooria minimaalsetele kriteeriumitele.

1.4. Probleemipüstitus ja uurimisküsimused

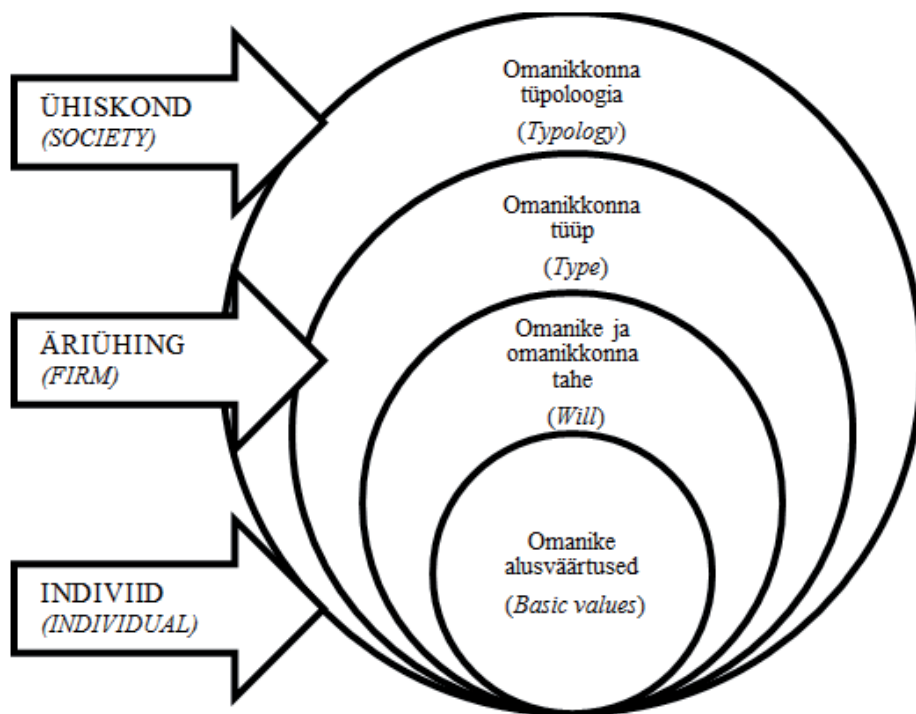
1.4.1. Uurimistöö kontseptsioon ja probleemipüstitus

Äriühingute valitsemise uurimistööd põhinevad valdavalt agenditeoorial, vajaka jääb käitumisteaduslikust perspektiivist ja mitmetasandilistest multiteoreetilistest uurimistöödest. Üksikisikud oma erinevate meelsuste ja nõrkustega ei esine tänapäeva teooriates, täielikult jääb tähelepanuta alusväärtustes juurdunud isiklik käitumine (Gartner, 1988; Tricker, 2009; Van der Laan, 2009; Watson, 2005). Uuringutes tuleb rohkem panustada väärtuste ja eesmärkide mõistmisele (d'Amboise & Muldowney, 1988), milleni jõutakse kirjeldades ja seletades. Uurimisvaldkond on interdistsiplinaarne, hõlmates mitmeid teadusharusid.

Rahvusvahelise äriühingute valitsemise võrgustiku uuring autori osalusel Eestis aastal 2008 (*International Corporate Governance Survey 2008*) oli

empiriiline uuring, mille käigus selgus, et äriühingute valitsemises ja omanikkonna uurimisel on ülimalt tähtis arvesse võtta erinevate sidusgruppide väärtusi, mis tähendab käesoleva uurimistöo puhul omanike ja omanikkonna väärtusi. Rahvusvahelise äriühingute valitsemise võrgustiku uuringu ja töötubades toimunud arutelude tulemusi on kasutatud autori artiklites (Wahl, 2008, 2009).

Eeltoodu võimaldab määrata käesoleva uurimistöo ala, skeem (joonis 2) tuleneb eelnevast. Omanikke (*unit of analysis*) uuritakse kolmel analüüsitasandil (*level of analysis*). Esiteks üksikisiku ehk indiviidi tasandil, teiseks äriühingu tasandil ning kolmandaks ühiskonna tasandil.



Joonis 2. Omanikkonna uurimistöo ala (autori illustratsioon)

Uurimistöo ala tuuma moodustavad omanike alusväärtused (*basic values*), alusväärtused avalduvad indiviidi tasandil väärtushinnangutena (*value judgment*) ja üksikomaniku tahtena (*will*). Äriühingu tasandil avalduvad omanike alusväärtused omanike kollektiivse tahtena, viimast viiakse ellu. Omanike alusväärtused peegelduvad äriühingu põhiväärtustes (*core values*). Arvestades omanike alusväärtusi ja tahtet, konstrueeritakse tüübid ja omanikkonna tüpoloogia. Valitud analüüsitasanditel täpsustatud mõisted on selguse huvides alljärgnevalt kokku võetud (tabel 1).

Tabel 1. Täpsustatud analüüsiühikud erinevatel analüüsisitasanditel (autori illustratsioon)

Analüüsisitasand (level of analysis)	Analüüsiühik (unit of analysis)	Väärtused (values)	Tahe (will)
Indiviid	Lõppomanik	Alusväärtused	Üksikisiku tahe
Äriühing	Äriühingu omanikud	Põhiväärtused	Äriühingu omanike kollektiivne tahe
Ühiskond	Äriühingute omanikkond	Väärtustüübid	Äriühingute omanikkonna kollektiivne tahe

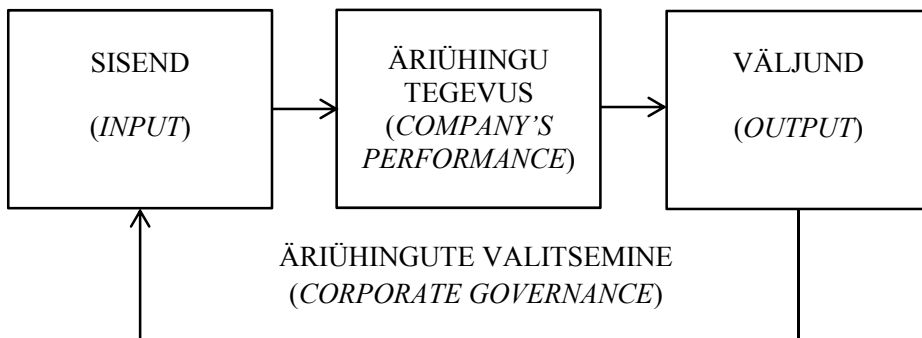
Lõppomanik, äriühingu omanikkond ja äriühingute omanikkond on ühtemoodi tähtsad nii äriühingute valitsemise teooriates kui ka praktikas. Arvestades nende olulisust nii üksikisikuna kui ka majanduse seisukohalt, on neid selgelt liiga vähe uuritud. Omanikuks olemist mõistetakse käesolevas töös kui omaniku ja omandi vahelist seost, millel on majanduslikud, sotsiaalsed ja psühholoogilised dimensioonid. Äriühingu olemasolu põhjus on tulemus ehk omanikkonna elluviidud tahe. Tulemus võib olla nii isiklik, sotsiaalne, poliitiline kui ka majanduslik väärtus. Edukas omanikuks olemine eeldab nii lõppomaniku võimekust kui ka tahtet. Mõistmaks erinevate omanike käitumist, uuritakse nende alusväärtusi, kuna alusväärtused juhivad, õigustavad või seletavad hoiakuid, norme ja tegevusi. Alusväärtustel põhinev tahe, koos võimuga, võimaldab omanikel kontrollida oma käitumist. Üksikisiku tahe ja äriühingu tegevus on määratud väärtustega, mida üksikisikud kannavad (Rokeach, 1973; Joyner & Payne, 2002).

Käesoleva uurimistöö probleem seisneb selles, et lõppomanikke ei ole piisavalt uuritud, mistõttu ei mõisteta nende rolli ega käitumist ei indiviidi, äriühingu ega ühiskonna tasandil. Seetõttu ei ole võimalik piisavalt hästi prognoosida omanike käitumist, mis omakorda raskendab omanikele soovitude andmist, kuidas äriühingute valitsemise teostamisel käituda. Omanike sarnasusi ja erinevusi oluliste tunnuste alusel võib seletada omanikkonna tüpologia. Tüpoloogiat, milles käsitletakse seostatult omanike alusväärtusi ja tahtet, autor kirjanduses ei leidnud. Seda äriühingute valitsemise valdkonna probleemi aitab lahendada sellise omanikkonna tüpologia konstrueerimine, milles seostatakse kapitaliühingute omanikkonna alusväärtused ja tahe.

Uurimistöö eesmärk on kapitaliühingute lõppomanike alusväärtuste ja tahte alusel identifitseerida omanikkonna ideaaltüübid ja määrata nende tüüpide omavahelised seosed, mis iseloomustavad omanikkonna tüüpide sisulis-kontekstuaalset seost. Omanikkonna uurimine võimaldab leida omanike tüübid ning tüüpide omavahelised seosed, see annab vastuse aktuaalsetele küsimustele (kes? mida? kus? millal? miks? ja kuidas?), väljendades omanike tahtet ning määrates, missugused väärtustüübid sellega seostuvad. Samuti on võimalik tagasipöörduvalt näidata konstrueeritud tüüpide tunnused.

1.4.2. Lahendatavad uurimisküsimused

Uurimisküsimustest sõltuvad töö filosoofilised ja metodoloogilised valikud. Äri omanikuks olemise nähtusest (*phenomenon*) püütakse aru saada seoseid luues. Seoste seletamiseks rakendatakse väärtusloomeprotsessi sisend-väljund üldmudelit (Gerndorf, 1975, 2006). Väärtusloomeprotsessi üldmudeli (joonis 3) sisendiks on alusväärtused, tahe, eesmärgid ja ressursid ning väljundiks eesmärkide realiseerumise tulemusena isiklik, sotsiaalne, poliitiline, majanduslik väärtus.



Alusväärtused
Tahe
Eesmärgid (mida, kuidas?)
Ressursid

Basic human values
Owners' will
Objectives (what, how?)
Resources

Tulemus:
isiklik, sotsiaalne, poliitiline,
majanduslik väärtus

*Results in the achievement of
objectives:*
*Personal, social, political,
economic values*

Joonis 3. Väärtusloomeprotsessi üldmudel äriühingus (autori illustatsioon)

Ressurssidest (maa, kapital ja töö) luuakse väärtusloome protsessi tulemusena autori nägemuses isiklikku väärtust (*personal value*), sotsiaalset väärtust (*social value*), poliitilist väärtust (*political value*) ja majanduslikku väärtust (*economic value*). Väärtusloome toimub äriühingus, soovitud tulemus määratakse äriühingute valitsemisega. Ühtlasi realiseerivad omanikud ja töötajad äriühingu abil oma väärtusi. Valitud uurimistöö ala haarab mudeli sisendid (alusväärtused, tahe, eesmärgid, ressursid), väljundid (isiklik, sotsiaalne, poliitiline, majanduslik väärtus) ja tagasiside (äriühingute valitsemine). Valitud uurimistöö alast jääb välja äriühingu tegevus, äriühing on vahend sisendist väljundi loomiseks. See ei puuduta otseselt omanikke, vaid on palgatud tippjuhtide tegevusala.

Töö eesmärgist ja lahendatavast probleemist tulenevalt on üldised ja olulised omanike tunnused lisaks väärtustele seotud tahtega. Tahe seostub eelkõige küsimusega „mida?“, ning seejärel „kuidas?“.

Esimene uurimisküsimus (RQ 1) on seotud omanike alusväärtustega: Missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused? (*What are the owners' basic human values?*) Küsimusele vastamiseks rakendatakse üksikisiku alusväärtuste teooriat (*theory of basic human values*). Alusväärtustest ja institutsioonidest sõltub omanike käitumine, kus omaniku tahtlikku tegevust võimaldab kontrollida tahe. Tegevuste analüüsis võivad väärtused omada prognoosivat või seletavat võimu, samuti võivad väärtused peegeldada olulisi sotsiaalseid muutusi ühiskonnas (Schwartz, 2003). Alusväärtusi uurides on võimalik hinnata, kuidas tahe ja erinevate omanike väärtushinnangud on seotud ja kas ning kuidas need üksteist mõjutavad. Alusväärtuste tundmine võimaldab teha õigeid valikuid, otsuseid ja tegevusi, seada prioriteete, saavutada tulemusi ja rahulolu. Eelnevast tulenevalt on igati õigustatud ja originaalne uurida, missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused.

Teine uurimisküsimus (RQ 2) on seotud omanike tahtega: Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis? (*What will the owners of the company want to have from the company in the long run?*) Kõikide omanike tahe ei piirdu majanduslike eesmärkide saavutamisega (Thomsen & Pedersen, 2000), kuigi põhieesmärk on enamasti raha (Fama & Jensen, 1983).

Kolmas uurimisküsimus (RQ 3) on seotud omanike eesmärkide ehk tulemuse saavutamise protsessiga: Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi? (*Valuation of the way how values are created and how the owners' will is achieved*). Küsimused, mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis ja kuidas tahetakse saavutada tulemusi, on väga mitmetahulised. Tahte küsimusi uuritakse lähtuvalt sidusgruppide teooriast (*stakeholder theory*). Kuidas muidu saaksid juhid luua väärtust lõppomanikele, kui et luues tooteid ja teenuseid, mida kliendid soovivad osta, pakkudes töökohti, mida töötajad ihaldavad, luues häid suhteid koostööpartneritega, mida äriühingud vajavad, ja olles head ühiskonna liikmed (Freeman, Wicks, & Parmar, 2004)? Tähtis on luua sidusgruppidele väärtust. Autor valib valgustatud omaniku vaate, mille kohaselt tähtsaim sidusgrupp on omanikkond ja pikas perspektiivis realiseeritakse eelisjärjekorras omanike eesmärgid, kuid arvestades teiste sidusgruppide asjakohaseid huvisid.

Majandusteaduslikku omanikkonna tüpoloogiat, milles on seostatud omanike väärtused ja tahe, autor kirjandusest ei leidnud. Käitumuslik vaade, mida autor rakendab, eeldab isikuomaduslike tunnuste kõrval tegevuste uurimist. See tähendab, et ei uurita, kes on omanikud, vaid mida omanikud teevad, kuidas nad käituvad. Käitumise aluseks on institutsioonid (normid) ja väärtused (isiklikud alusväärtused). Lõppomanikud on enamasti üksikisikud, neid kõiki iseloomustavad neile ainuomased motiivid, eesmärgid ja tegevused. Väärtustel põhinevad tüpoloogiad, näiteks García-Álvarez'i ja López-Sintas'i (2001)

äriühingu asutaja tüpoloogia, põhinevad pereettevõtete problemaatikal, mis on seotud generatsioonide vahetumisega. Sarnast problemaatikat käsitletakse Elo-Pärssinen'i (2007) omandisuhete väärtustüpoloogias. Hornaday (1990) kolmekategoorialine omaniku tüpoloogia väikeettevõtete omanikkonna kirjeldamiseks põhineb omanike eesmärkidel ja instrumentaalsetel tegevustel. Eesmärgid ja tahe on osaliselt võrreldavad, kuid ei arvestata omanike alusväärtusi. Vaatamata puudustele on Hornaday (1990) ja Elo-Pärssinen'i (2007) tüpoloogiad käesoleva töö sisule kõige lähemal.

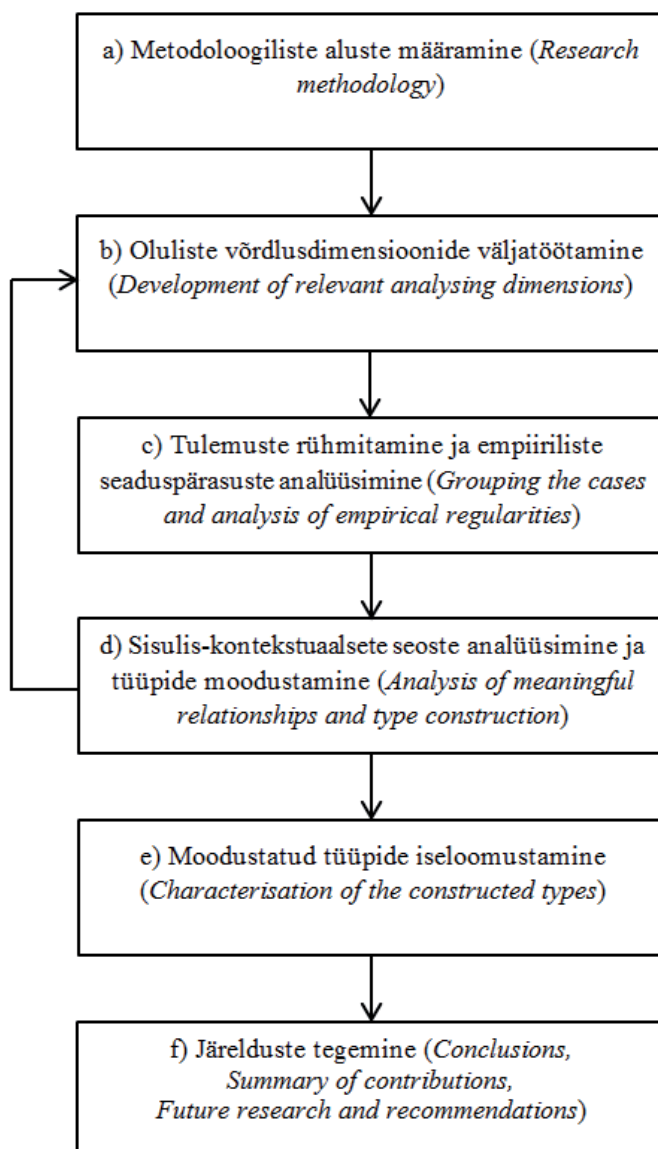
Põhimõtteliselt on siinses uurimistöös konstrueeritav omanikkonna tüpoloogia grupeerimisprotsessi tulemus, kus omanikud jaotatakse vastavalt nende tunnustele tüüpideks, kusjuures tüübi elemendid peavad olema omavahel võimalikult sarnased, tüübid ise aga erinevad. Küsitakse, missugused on lõppomaniku alusväärtused ja tahe, ning seletatakse, missugused on Eesti äriühingute omanikkonna väärtustüübid ja kollektiivne tahe ning kuidas need on seotud.

Uurimisküsimustele vastamisega saavutatakse töö eesmärgi täitmine ja lahendatakse uurimisprobleem, seletades, mida omanikuks olemiselt tahetakse ning kuidas tahetakse saavutada tulemusi. Tahe omakorda seostatakse alusväärtustega ning kokkuvõttes konstrueeritakse kapitaliühingute omanikkonna tüpoloogia.

2. UURIMISTÖÖ METODOLOOGILISED ALUSED JA OLULISED VÕRDLUSDIMENSIOONID

2.1. Uurimistöõ menetlus ja etapid

Uurimistöõ eesmärgist lähtuvalt on tegemist seletava (*explanatory*) tööga.



Joonis 4. Uurimistöõ menetlus (autori illustratsioon)

Menetlus (joonis 4) ja selle etapid tulenevad otseselt lahendatavast probleemist (ei mõisteta lõppomanike rolli ega käitumist ei indiviidi, äriühingu ega ühiskonna tasandil) ja uurimisküsimustest.

Menetluses tehakse kindlaks etapid, mille lahendamine on käesoleva uurimistöö probleemi lahendamise eelduseks:

- a) Metodoloogiliste aluste määramine, sealhulgas millist informatsiooni on vaja, ning
 - uurimistöö filosoofiliste lähtekohtade määramine,
 - uurimistöö strateegia valimine,
 - uurimistöö valikute ja ajalise mõõtme määramine.
- b) Oluliste võrdlusdimensionide väljatöötamine
 - valimi moodustamine,
 - intervjuu juhendi testimine ja rakendamine,
 - intervjuu transkriptsioonide abduktiivne kodeerimine,
 - kategooriate dimensionimine, tunnuste ja nende dimensionide identifitseerimine,
 - juhtumite andmebaasi koostamine,
 - üksikjuhtumite temaatiline analüüsimine, juhtumite omavaheline võrdlemine.
- c) Tulemuste rühmitamine ja empiiriliste seaduspärasuste analüüsimine
 - omanikuks olemise üldiste ja oluliste tunnuste määramine,
 - kvantifitseeritud andmete analüüsimine, klasteranalüüs ja mitmemõõtmeline skaleerimine,
 - gruppide heterogeensuse ja sisemise homogeensuse analüüsimine.
- d) Sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüsimine ja tüüpide moodustamine
 - empiiriliselt eestleitud gruppide võrdlemine teooriaga,
 - kategooriatevaheliste seoste otsimine,
 - üksikjuhtumite vastandamine nende tüübiga.
- e) Moodustatud tüüpide iseloomustamine
 - ideaaltüüpide ja tüpologia konstrueerimine.
- f) Järelduste tegemine
 - järeldamine,
 - valdkonna teadusesse tehtava panuse piiritlemine,
 - piirangute ja nõrkuste määramine,
 - soovitusel äriühingute omanikkonna edasiseks uurimiseks.

Uurimistöö menetluses arvestatakse Kluge (2000) neljaastmelise empiiriliselt põhjendatud tüüpide moodustamise mudeli reegleid. Tüübi ja tüpologia moodustamine peab olema süstemaatiline tegevus ning reeglipärane ja taasesitav protsess. Tüüpide ja tüpologia moodustamise menetlust on

kirjanduses vähe käsitletud. Autor lähtub eelmainitud mudeli reeglitest, kuna see kehtestab üldised põhimõtted ja määrab etappide järjestuse, kuid võimaldab kombineerida erinevaid meetodeid, mis suurendab saadavate tulemuste usaldusväärsust.

Esimeses etapis töötatakse välja b) olulised võrdlusdimensionid. Teises etapis toimub c) tulemuste (juhtumite) rühmitamine ja empiiriliste seaduspärasuste analüüs. Kolmandas etapis d) tehakse sisulis-kontekstuaalsete (sisukate, mõttekate) seoste analüüs ja moodustatakse tüübid. Esimeses ja teises etapis piirduakse põhiliselt andmete kirjeldamisega, kolmandas etapis analüüsitakse seoseid, see on seletav funktsioon. Neljandas etapis e) antakse iseloomustus moodustatud tüüpidele ja konstrueeritakse tüpologia.

Kirjeldatud neli etappi on tüübimoodustamise menetluse alammenetlused, kus rakendatakse sobivaid meetodeid. Mudeli üksikud etapid on loogilises järjekorras. Mitmedimensionilise tüpologia konstrueerimiseks tuleb etapid läbida mitu korda. Eriti kehtib see d) sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüsi osas, kus abduktiivsete järelduste kaudu identifitseeritakse täiesti uued relevantssed tunnused, mis viib tüübimoodustamise protsessi komplekssemale tasemele.

Senisest tüpologiast arendatakse uue tunnuse lisamisel uus lisandunud dimensionidega tüpologia, selleks käiakse uuesti läbi mudeli kolm esimest etappi.

Uurimistöö menetluse viimane osa on f) järelduste tegemine. Järelduste tegemine tähendab arusaamisele jõudmist ja võimelisust seletada uuritavat. Ühtlasi antakse soovitusel äriühingute omanikkonna edasiseks uurimiseks. Uurimistöö järgmistes peatükkides rakendatakse eespool kirjeldatud menetlust, sealjuures selgitatakse iga alapeatüki alguses vastava etapi sisu põhjalikumalt.

2.2. Uurimistöö metodoloogia kapitaliühingute omanikkonna tüpologia väljatöötamiseks

2.2.1. Omanikkonna uurimise filosoofilised lähtekohad

Käesolev uurimistöö rajaneb kindlatel filosoofilistel lähtekohtadel. Veel enne, kui asuda lahendama püstitatud probleemi ja leida vastus uurimisküsimustele, selgitatakse autori seisukohti. Uurimistöö paradigmat (*research paradigm*) võib mõista kui uurija maailmavaadet seoses uurimistöö traditsioonidega. Eksisteerib rida paradigmasid, mis on mõjutanud sotsiaalteaduslike uuringuid, sealhulgas positivism (*positivism*), konstruktivism (*constructivism, interpretivism, social constructionism, constructionism*), pragmatism (*pragmatism*), kriitiline teooria (*critical theory*), kriitiline realism (*critical realism*), realism (*realism*). (Chua, 1986; Hine & Carson, 2007; Guba & Lincoln, 1994) Käesoleva uurimistöö paradigma on tõlgendav, seega konstruktivism (*constructionism*). Tõlgendava uurimistöö filosoofiliseks baasiks on hermeneutika (*hermeneutics*) (Gadamer, 2002).

Uurimistöö traditsioonid sisaldavad neli põhilist seisukohta ehk eeldust, need on ontoloogia, epistemoloogia, aksioloogia ja metodoloogia. Ontoloogia (*ontology*) ehk olemisõpetus tegeleb oleva ja olemise kui niisugusega ning olemisviiside ehk entiteetidega. Ontoloogia määrab eeldused, millele tugineb uurimistöö ja millest lähtutakse sotsiaalse maailma olemuse mõtestamisel. Ontoloogia vastab küsimusele, milline on olemasolevate teadmiste baas. Tõlgendav lähenemine tähendab, et sotsiaalse tegelikkuse loovad ja taasloovad sotsiaalsed tegutsejad, see on mitmekesise sotsiaalse tegelikkuse kooslus, kus sünnib kultuuri, tähenduste ja sotsiaalsete institutsioonide süntees. Antud töös on tegelikkus konstrueeritud omanike poolt, põhinedes nende usul, tunnetel ja kogemustel. Tegelikkus ei ole see, mis ta on, vaid see, mis ta arvatakse olevat. See tähendab, et tegelikkus on subjektiivne. Omanikuks olemisest saadakse aru tähenduste kaudu, mida omanikud neile omistavad.

Epistemoloogia (*epistemology*) ehk teadmisteooria on teadus meetoditest või teadmiste alustest, see hõlmab inimteadmise päritolu, loomuse ja piiride uurimist. Epistemoloogia määrab, mil viisil on võimalik sotsiaalse maailma kohta teadmisi saada. Mida võib pidada teadmisteks? Milline on uurija suhe teadmistesse või potentsiaalsetesse teadmistesse? Tõlgendav lähenemine tähendab, et uuritakse omanikuks olemise sotsiaalset konstruktsiooni ja tähendusi (*verstehen*), mitte sotsiaalset struktuuri ja sotsiaalset fakti nagu positivistliku lähenemise korral.

Aksioloogia (*axiology*) ehk väärtusõpetus on filosoofia valdkond, mille raames uuritakse väärtusi. Kitsamas mõttes kuulub aksioloogia alla eetika ja esteetika, laiemas mõttes mahub antud töö kontekstis aksioloogia alla kõik, mis on seotud omanike või omanikkonna ning nende poolt pooldatavate või taunitavate väärtustega. Tõlgendav lähenemine tähendab, et väärtused on sotsiaalse elu integreeritud osa, ei ole valesid väärtusi, on ainult erinevad väärtused. Kõik omanike tegevused põhinevad kas enda või omaksvõetud väärtushinnangutel.

Tabavalt on tahte ja käitumisega seonduvat kirjeldanud Nietzsche (1887): Naerame selle üle, kes väljub oma kambri hetkel, kui päike tõuseb, ja ütleb: „Ma tahan, et päike tõuseks”; ja selle üle, kes maadluses seljatatakse ja ütleb: „Siin ma nüüd laman, aga ma tahangi siin lamada!“. Vaatamata naeruväärsusele käitume pea alati samamoodi, kasutades sõnu „ma tahan”. Tuginedes eelnevale on arusaadav, miks on vaja tahte uurimiseks uurida omanike alusväärtusi. Hofstede (1980, 2010) märkis, et väärtuste puhul on oluline vahet teha, mida tegelikult ja isiklikult ihaldatakse, võrreldes sellega, mida teised arvavad, et nemad peaksid ihaldama. See on eriti oluline, kui soovitakse käitumist väärtustega seletada. Küsimustele vastamine on käitumisvorm, tuleb vahet teha „sõnadel” (küsimused, intervjuud, kohtumised, sõnavõttud) ja „tegudel” (mitteverbaalne käitumine).

Metodoloogia (*methodology*) on teooria sellest, kuidas uurimistöö peaks kulgema, kuidas luuakse ja testitakse teooriaid, milline on uurimistöö loogika ja kuidas antud teoreetiline perspektiiv vastab uurimistöös püstitatud probleemile.

Meetod hõlmab tehnikad ja protseduurid andmete kogumiseks ja analüüsimiseks. Interpretatsiooni meetodiks antud töös on kvalitatiivne hüpoteeside genereerimine.

Uute konstruktide arendamine kvalitatiivsete andmete põhjal tähendab lähtumist nii olemasolevast teoreetilisest materjalist kui ka empiirilistest andmetest. Sellist lähenemist toetab abduktiivne formaalloogika. Antud töös rakendatakse teadusliku meetodina (*research approach*) abduktsiooni (*abduction*). Abduktsioonid on esialgsed eeldused, mida tuleb hiljem testida. Peirce (1931) on abduktsiooni defineerinud kui seletava hüpoteesi (*explanatory hypothesis*) moodustamise protsessi. Abduktsioon on ainuke loogiline operatsioon, mis tekitab uusi ideid. Abduktsioon määrab eelduse, kasutades järeldust ja seaduspärasust selleks, et eeldus seletaks järeldust. Näiteks: Kui omanik on professionaalne, saavutab ta oma eesmärgid. Omanik saavutas oma eesmärgid, see tähendab, et ta võis olla professionaalne.

Tõlgendav lähenemine seletab, et omanike käitumine põhineb väärtustel. Omanikkonna tüübid konstrueeritakse olemasoleva teadmise ja uute üllatavate kogemuste kombineerimisel. Konstrueeritud abduktsioonid on seletavad hüpoteesid, mida tuleb hiljem testida.

2.2.2. Uurimistöö strateegia

Tulenevalt lahendatavast probleemist ja uurimisküsimustest ning autori filosoofilistest tõekspidamistest valis autor uurimistöö strateegiaks juhtumiuuringu. Juhtumiuuringul on mitu tähendust, antud juhul käsitletakse juhtumiuuringuna uurimistöö strateegiat, aga juhtum kirjeldab ka analüüsi ühikut, see tähendab lõppomanikku. Juhtumiuuringus uuritakse omanikuks olemist omanike loomulikus keskkonnas, säilib tõeliste sündmuste terviklikkus.

Eisenhardt (1989a) ja Yin (1994) märkisid, et juhtumiuuringu kõige tähtsamad elemendid on uurimisküsimused ja teoreetilised eeldused. Antud töö kontekstis näiteks asjaolud, et tahe on mitmepalgeline nähtus ja omanik tahab muudki kui raha ning et väärtused ja tahe on seotud, aga ei teata, kuidas ja miks. Olulised elemendid on veel analüüsiühik, andmete ja eelduste seostamise loogika ning tulemuste tõlgendamise kriteeriumid. Järgides juhtumiuuringu strateegiat menetlustes, andmete kogumisel ja analüüsil, tagatakse konstrukti kehtivus (*construct validity*), sisemine kehtivus (*internal validity*), väline kehtivus (*external validity*) ja usaldusväärsus (*reliability*). Antud töös tagatakse konstrukti kehtivus mitmest allikast andmete kontrollimisega, juhtumite andmebaasi koostamine tagab usaldusväärsuse. Juhtumiuuringuid on võimalik üldistada teoreetiliste väideteni, juhtumiuuringu eesmärk on avardada ja üldistada teooriaid, mitte paika panna numbrilisi sagedusi. Käesolevas töös on juhtumiuuringu strateegia ainuõige valik empiiriliste andmete analüütiliseks üldistamiseks.

2.2.3. Uurimistöö valikud ja ajaline mõõde

Uurimistöö meetodiks valis autor kombineeritud meetodi, see tähendab kombineeritakse nii kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete kogumist kui ka analüüsi meetodeid. Niglas (2004) märkis, et nii kvalitatiivsed kui ka kvantitatiivsed meetodid on aktsepteeritud kui sotsiaalteaduslikeks uuringuteks sobivad, nende integreeritud kasutamist pooldatakse, kui on oodata, et see annab parema tulemuse uurimisküsimustele vastamisel. Kvalitatiivsed ja kvantitatiivsed meetodid ei ole polaarselt erinevad, vaid moodustavad pigem kontinuumi. Antud töös eelistatakse andmete kogumisel meetodeid, mis võimaldavad säilitada lõppomanike keelekasutuse eripära ning aitavad anda inimestest, sündmustest ja ilmingutest tervikliku, rikkaliku ja detailiderohke pildi.

Ajalise mõõde (*time horizon*) poolest on tegemist läbilõikeuuringuga (*cross-sectional*), tulevikus uuringut korrates on võimalik läbi viia paneelandmetega uuring (*longitudinal*). Paneelandmetega uurimistöö võib näiteks siduda äriühingute valitsemise tsüklilisuse (*the life-cycle of corporate governance*) (Filatotchev & Wright, 2005) uuringutega.

2.3. Oluliste võrdlusdimensioonide väljatöötamine

Töös kasutatakse oluliste võrdlusdimensioonide väljatöötamiseks Kluge (2000) empiirilisel põhjendatud tüüpide moodustamise neljaastmelise mudeli reegleid. Tähendab, töötatakse välja ja defineeritakse sellised kategooriad (tunnused, muutujad), mis võimaldaksid haarata erinevate juhtumite (üksikisikud, sotsiaalsed grupid, käitumisviisid, tegevused, sündmused, normid, linnad, organisatsioonid jmt) vahelised sarnasused ja erinevused ning mille abil leitud grupid ja tüübid on iseloomustatavad. Ehk teisisõnu: konstrueeritakse relevantssed tunnused omanikkonna tüüpide iseloomustamiseks ja vastupidi.

Oluliste võrdlusdimensioonide väljatöötamisel määrati teoreetilisele eelteadmisele tuginedes uurimisküsimused, misjärel moodustati sihipärane valim ning koostati intervjuu juhend. Juhendit testiti, parendati ja rakendati. Intervjuu transkriptsioonid kodeeriti abduktiivselt. Kategooriad dimensiooniti, konstrueeriti relevantssed tunnused ja nende dimensioonid.

2.3.1. Valimi moodustamine

Valim (n) on objektide kogum, mis on valitud üldkogumist (N), mille kohta soovetakse saada informatsiooni. Trochim ja Donnelly (2006) seletavad, et valim võetakse siis, kui üldkogumi haaramine pole võimalik, võtab liiga palju aega või maksab liiga palju.

Kogu Eesti Vabariigi kapitaliühingute omanikkonna kaasamine uuringusse ei ole mõistlik ega ka vajalik. Äriregistri ning mittetulundusühingute ja sihtasutuste registri statistika on võrgu kaudu põhitegevusalati ja maakonniti kättesaadav

aastast 2002. Alates 2010. aasta juulikuust on samas kättesaadav ka uute registreeritud ettevõtjate arv ning kustutatud likvideerimisel olevate ja pankrotistunud ettevõtjate arv. Tallinna Börsil on noteeritud vaid murdosa aktsiaseltsidest, seisuga 03.02.2009 oli noteeritud vaid 18 aktsiaseltsi. Börsiettevõtete aktsiaraamatud on avalikud. Eesti väärtpaberite keskregistri seaduse § 7 lg 2 kohaselt on Eesti väärtpaberite keskregistri pidaja kohustatud tagama igapäevase võimaluse tutvuda börsil noteeritud aktsiaseltside aktsionäride nimede ning nende väärtpaberikonto(de)l registreeritud aktsiate arvuga. Seisuga 01.02.2009 oli Eesti Väärtpaberikeskuses registreeritud 116 415 füüsilise isiku ja 19 975 juriidilise isiku kehtivat kontot, nendest 97 992 olid väärtpaberitega kontod, seega võib väita, et Eesti Väärtpaberikeskuses oli registreeritud 116 415 lõppomanikku.

Valimi koostamisel lähtus autor mittetõenäosuslikul valikul, mis ei põhine juhuslikul selekteerimisel. Uuritavate valiku aluseks ei ole mitte üldpopulatsioonist konstrueeritud statistiliselt esinduslik valim: uuringu osalised valitakse vastavalt sellele, kui olulised nad on uuringu seisukohast, oluline on kontekst ja protsess. Tähelepanu on praktilikal, mitte kujutlustel, mis tähendab, et aluseks on tegevus ise, mitte see, mida omanikud sellest tegevusest mõtleavad. Tulemus on antud käsitluses (tõlgendav paradigma) esinduslik teoreetilises, mitte statistilises mõttes. Juhtumite valikuga tagati teoreetiliselt oluliste tunnuskombinatsioonide olemasolu valimis.

Arvestades omandi temaatika delikaatsust, võeti eesmärgiks koguda võimalikult objektiivsed ja usaldusväärsed üksikjuhtumid, seega lõppomanikud, ligipääs kellele on realistlik ja eetiline. Omanikke uurides on teatud juhtudel tarvis teada ka eraelulisi ja delikaatseid andmeid. Isikuandmete kaitse seaduse eesmärk isikuandmete töötlemisel on füüsilise isiku põhiõiguste ja põhivabaduste kaitsmine kooskõlas avalike huvidega. Isikuandmete töötlemine on lubatud üksnes andmesubjekti nõusolekul.

Autor valis sihipärase (*subcategories of purposive sampling methods, heterogeneity & snowball sampling*) mittetõenäosusliku valimi, sest eesmärgiks ei ole statistiline representatiivsus, vaid jõuda arusaamisele omanike tegevusest ning anda seletused. Lisaks heterogeense valimi moodustamisele rakendatakse lumepalli-valimit (*snowball sampling*). Uuritavatele pakuti ka võimalust koguda ise andmeid. Lumepalli-valim on kasulik, sest uuritakse lõppomanikke, kellele on keeruline läheneda ja keda on keeruline leida. Valim koosneb Eesti Vabariigi kapitaliühingu aktsia ja/või osa omanikest. Leiti ekstreemseid, informatsiooni-rohkeid, maksimaalselt varieeruvaid juhtumeid saamaks aru, mida omanikud tegelikult pikas perspektiivis tahavad.

2.3.2. Intervjuu juhendi koostamine, testimine ja rakendamine

Intervjuu juhendi „Äriühingute omanikkond Eesti Vabariigis” (lisa 3) koostas autor kooskõlas uurimistöö probleemi, uurimisküsimuste ja uurimistöö

menetlustega. Intervjuu juhendi põhiküsimused arendati uurimisküsimuste laiendamise teel.

Teoreetilised eelteadmised annavad uurijale vajalikud „prillid”, mille abil muutuvad nähtavaks empiiriliste nähtuste kontuurid (Kelle & Kluge, 2010). Autor rakendas teoreetiliste eelteadmistena üksikisiku alusväärtuste teooriat (*theory of basic human values*) ja sidusgruppide teooriat (*stakeholder theory*) ning heuristilise raamina omanike liigitust (Wahl, 2006), mis koosneb üheksast liigituse alusest ehk omanikkonna kategooriast ja kaheksateistkümnest alamkategooriast.

Saunders, Lewis ja Thornhill (2009) õpetavad, et seletava uurimistööga sobib kõige paremini poolstruktureeritud (*semi-structured*) intervjuu tüüp. Poolstruktureeritud intervjuud erinevad struktureerimata intervjuudest selles mõttes, et käsitletavad teemad ja küsimused on eelnevalt kindlaks määratud ning saadakse isiklikku, hoiakulist ja väärtushinnangulist materjali (Ghuri & Grønhaug, 2004). Standardiseerimata (kvalitatiivse) intervjuu valiku tingis uuringu eesmärk, olulisus luua isiklik kontakt lõppomanikega, esitatavate küsimuste delikaatsus ja ajafaktor. Eesmärgiga koguda rikkalik ja detailne andmestik küsiti nii avatud kui ka suletud küsimusi. Sundimatus õhkkonnas vesteldi üks-ühele, silmast silma (*face-to-face*). Standardiseeritud intervjuul täideti intervjuueerija vahendusel modifitseeritud Schwartz'i (2003) portree väärtusküsimustik (*portrait values questionnaire*) – PVQ (lisa 3, küsimused 11 kuni 31).

Mitmed uuringud, kus väärtusi mõõdeti PVQ abil, on kinnitanud küsimustiku toimivust ja vastavust teooriale (*theory of basic human values*), on olemas kindlad tõendid selle kehtivuse kohta ja see on oma praktilisust väärtuste mõõtmisel tõestanud (Schwartz, 2003). Schwartz'i modifitseeritud portree väärtusküsimustikku (PVQ) testis autor esimest korda aprillis 2009 ning seda on tänaseni korratud 119 korda. Vastajate tagasiside põhjal võib väita, et küsimustik tõepoolest töötab, mis tähendab, et see võimaldab mõõta üksikisiku isiklikke alusväärtusi.

Koostatud juhendile tuginedes korraldas autor rida teste ja pilootuuringud, juhendit parendati. Intervjuu juhendi esimest versiooni testiti pilootuuringuga oktoobris 2008, mil tehti kuus intervjuud. Lõplik juhend, millele tuginedes koguti uuringu andmed, koosneb küsitlemise metoodikast, küsimustest ja kaaskirjast. Standardiseerimata (*non-standardised*) poolstruktureeritud intervjuu ühendatakse intervjuu juhendis standardiseeritud, struktureeritud portree väärtusküsimustikuga (PVQ).

Põhiuuring toimus ajavahemikul 19.02.–11.06.2009. Vastavalt uurimistöö eesmärgile intervjueris 77 Tallinna Tehnikaülikooli üliõpilast (lisa 4) 154 omanikku ($n = 154$). Võimalusel salvestati intervjuud diktofoni abil, kõik intervjuud transkribeeriti MS Word dokumendina. Käesolevas töös loetakse üksikjuhtumiks iga omanikuga individuaalsel kohtumisel tehtud intervjuu. Autor kontrollis transkriptsioonide ja salvestuste põhjal esmased andmed, täiendas neid

teiseste andmetega ning lisas iseseisva juhtumina omanikkonna andmebaasi. Juhtumid on andmebaasis anonümiseeritud üliõpilaskoodi kasutades.

2.3.3. Intervjuu transkriptsioonide abduktiivne kodeerimine

Kvalitatiivsete andmete kodeerimist (*coding*) võib vaadata kui teatud sorti liigitamist. Sneath'i ja Sokal'i (1973) järgi on kodeerimine ja skaleerimine (*scaling*) osaliselt kattuvad, kodeerimine on põhiliselt seotud loogikaga, skaleerimine aga on enamasti mingi matemaatiline teisendus.

Abduktiivne kodeerimismenetlus koosnes juhtumite andmebaasis tekstiosade kodeerimisest sel viisil, et kindlale tekstiosale määrati kategooria, kategooriatele omistati koodid. Formaalloogika mõistes on kategooria määramine tekstiosale, mis esindab mingit nähtust, nähtuse kirjeldamine, mõistmine ja seletamine teatud mõistete vahendusel. Andmed liigendati tähendusüksusteks, tähenduselt sarnased üksused koondati ühe kategooria või alamkategooria alla. Määratud kategooria kinnituseks kasutatakse lõppomanike tsitaate, mis on tekstis jutumärkide vahel ja viidatud. Kodeerimise usaldusvärsus tagati samade andmete korduva kodeerimisega.

Arvandmeid käsitleti nende esialgsel kujul, see tähendab, et esialgu ei muudetud vahemik- või suhtelisi skaalasisid nominaal- või järjestavaiks skaaladeks. Standardkoodi „info puudub” jaoks kasutati küsimärki „?”, et seda eristada vastusest „ei tea”. Väljale kirjutati „Anon”, kui omanik soovis anonüümsust. Arvutati omaniku vanus intervjuuerimise hetkel. Juhul kui oli teada vaid sünniaasta, loeti sünnipäevaks 01.01. Küsimused, kus vastuses oodati järjestamist ja omanik ei teinud selget valikut, loeti eelistatuks esimesena mainitu.

Kogutud andmete hindamise käigus järgnes andmete kodeerimisele tekstiosade süstemaatiline võrdlus. Võrdlused on vajalikud empiiriliste andmete ja mõistete seostamiseks.

2.3.4. Kategooriate dimensioonimine, tunnuste ja nende dimensioonide identifitseerimine

Dimensioonimisel võeti antud töös aluseks Kelle ja Kluge (2010) ning Schwartz'i (1992) seisukohad, mille kohaselt on dimensioonimine vaadeldava kategooria teoreetiliselt relevantsete tunnuste ja nende dimensioonide ehk mõõtmete identifitseerimine. Teiste sõnadega tegevus, mille käigus leitakse tunnustele väärtused või kategooriatele alamkategooriad. Dimensioonimise eesmärk on luua sellised teooriast juhitud ja empiirilisel põhjendatud kategooriad ja nende alamkategooriad, mis võimaldavad juhtumite selget eristamist. Käesoleva uurimistöö puhul leiti relevantssed tunnused kogutud andmete ja teoreetiliste eelteadmiste käitlemise vältel, s.o dimensioonimisel. Samasse kategooriasse kuuluvaid ja muude ühiste tunnustega tekstiosasid võrreldi sünoptiliselt ja analüüsi. Võrdluse tulemusel identifitseeriti andmetes

struktuurid, millest moodustati uued kategooriad ja alamkategooriad. Analüüsi alguses on kategooria kasutatav koodsõna, analüüsijärgselt moodustub koodsõnast kompleksne teoreetiline mõiste. Käesolevas töös on sellisteks kategooriateks omanikkonna ideaaltüübid. Kategooriate moodustamine ja nende dimensioonimine, s.o alamkategooriate loomine, mis juhindub teoorast ja on empiirilisel põhjendatud, paneb aluse mitmedimensiooniliste tüüpide konstrueerimisele.

Väärtuste kategooriad ja nende alamkategooriad tulenevad Schwartz'i (1992) üksikisiku alusväärtuste teooriast. Väärtused on veendumused või mõtted, mis on seotud soovitatavate tagajärgedega või käitumisviisidega, on konkreetsetes situatsioonides püsivad ning suunavad käitumise või inimeste või sündmuste valikut / hinnangut ning järjestuvad suhtelise tähtsuse järgi.

Universaalsed alusväärtused tõepoolest eksisteerivad, kuid peab arvestama asjaolu, et uuringuga on võimalik kindlaks teha vaid faktilisi väärtushinnanguid, seega mitte objektiivset tõe, vaid tendentse, kuna inividid hindavad väärtusi praktikas erinevalt. Väärtuste selline relatiivsus tuleneb asjaolust, et „väärtuslikkus” on subjektiivne tegur, mis põhineb indiviidi otsustel ja tunnetel. Universaalsed väärtused (Schwartz, 1992) võimaldavad seletada strateegilist käitumist. Erinevad väärtuste kombinatsioonid seostuvad erineva strateegilise käitumisega (Chuah, 2010). Väärtustüübid ehk väärtusorientatsioonid eristuvad üksteisest väärtust esindava motivatsioonilise eesmärgi tüübi poolest (*type of motivational goal*). Teoreetiliselt defineerib Schwartz (1992) kümme üldist väärtustüüpi (*value types*) vastavalt motivatsioonile, millele neist igauks allub. Need väärtustüübid on tõenäoliselt universaalsed, sest nad põhinevad ühel või enamal universaalsel inimeksistenti põhinõudel: inimeste vajadused bioloogilise organismina, tarbed koordineeritud sotsiaalseks interaktsiooniks ning gruppide ellujäämise ja heaolu vajadused. Loetletud kolmest universaalsest inimeksistenti põhinõudest on tuletatud kümme motivatsiooni poolest eristuvat üldist väärtustüüpi:

a) saavutus (*achievement*): saavutada isiklik edu läbi näidatud kompetentsi, vastates sotsiaalsetele standarditele. Kompetentsi hinnatakse selle põhjal, mida peetakse väärtuslikuks süsteemis või organisatsioonis, kus inimene paikneb;

b) heasoovlikkus (*benevolence*): säilitada ja suurendada oma lähedaste heaolu. Siin on hoolitsus teiste heaolu eest kitsamalt defineeritud kui väärtustüübis kõikehaaravus;

c) konformsus (*conformity*): tegutseda vaoshoitult, mitte teisi endast välja viia või kahjustada ja rikkuda sotsiaalseid ootusi või norme;

d) hedonism (*hedonism*): nauding või meeleline rahulolu. See väärtustüüp tuleneb füüsilistest vajadustest ja naudingust, mis on seotud nende rahuldamisega;

e) võim (*power*): sotsiaalne staatus ja prestiiž, ning võime saavutada kontroll või üleolek inimeste ja ressursside üle;

f) turvalisus (*security*): ohutus, ühiskonna stabiilsus, harmoonia nii suhetes teistega kui ka iseendaga;

g) enesemääratlemine (*self-direction*): iseseisev mõtlemine ja tegutsemine, ka loomine ja avastamine. Enesemääratlemine tuleneb kontrolli ja meisterlikkuse vajadusest koos autonoomia ja sõltumatusena;

h) stimulatsioon (*stimulation*): erutus, uudsus, väljakutseid pakkuv elu. See väärtustüüp tuleneb mitmekesisuse vajadusest, võpatama panev elamusjanu võib olla tingitud tugevast stimulatsioonivajadusest;

i) traditsioon (*tradition*): indiviidile teatud kultuuriruumis kehtestatud tavade ja ideede austamine, täielik pühendumine ja heakskiit;

j) kõikehaaravus (*universalism*): eeldus, et ideed rakenduvad kõikjal. Kõikehaaravuse motivatsiooniline eesmärk on kõikide inimeste ja looduse heaolu kaitsmine, mõistmine, tunnustamine ja sallivus.

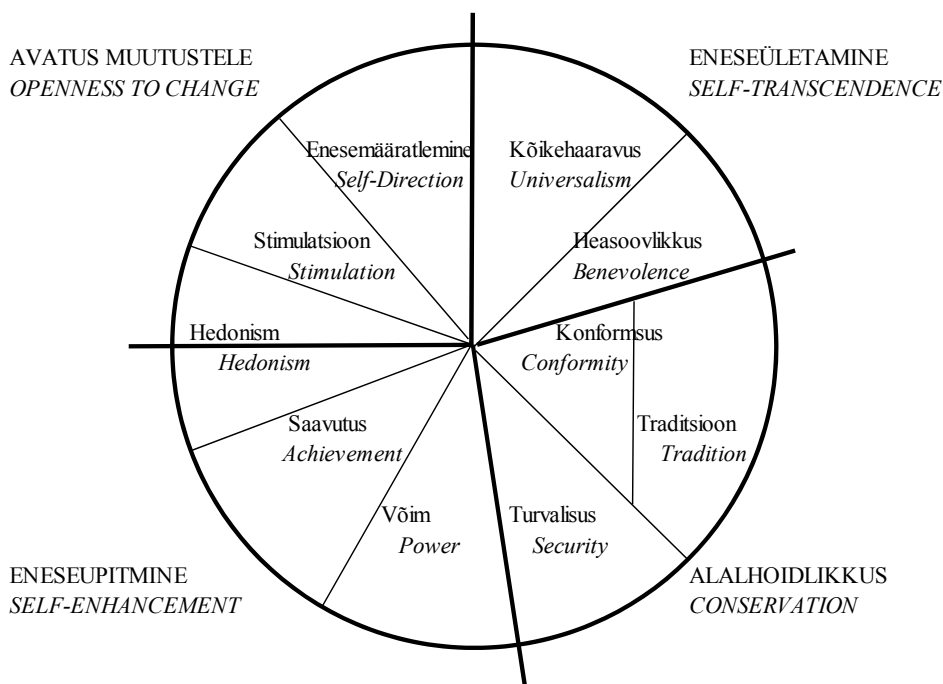
Erinevate kultuuride võrreldavad väärtusdimensioonid on kaetud väärtustüüpide ja alusväärtustega (tabel 2).

Tabel 2. Väärtustüübid ja alusväärtused (Schwartz, 1992, 1994; Schwartz & Sagiv, 1995; autori tõlge)

Väärtustüüp	Alusväärtused
Saavutus (AC)	Edukus, mõjukus, võimekus, auahnus, väljakutsete vastuvõtmine, eneseteostus
Heasoovlikkus (BE)	Lojaalsus, ausus, abivalmidus, vastutusvõimelisus, andestamine, küps armastus, tõeline sõprus
Konformsus (CO)	Viisakus, enesedistsipliin, austus, kuulekus
Hedonism (HE)	Nauding, lõbu, endale vabanduste otsimine
Võim (PO)	Sotsiaalne võim, jõukus, otsustamisõigus, maine hoidmine, sotsiaalne tunnustus
Turvalisus (SE)	Puhtus, sotsiaalne kord, rahvuslik julgeolek, vastastikused teened, tugev perekond, kokkukuuluvustunne, tervis
Enesemääratlemine (SD)	Vabadus, loovus, sõltumatus, eneseaustus, uudishimulikkus, oma eesmärkide seadmine
Stimulatsioon (ST)	Väljakutsuv, põnev, mitmekesine elu
Traditsioon (TR)	Siirus, vagadus, mõõdukus, vähenõudlikkus, leppimine oma kohaga elus, traditsioonide austamine
Kõikehaaravus (UN)	Keskonna säästmine, kaunis maailm, ühtsus loodusega, võrdsus, rahu maailmas, elutarkus, sotsiaalne õiglus, sallivus

Eeltoodust lähtudes koostas Schwartz (1992) väärtustüüpidevaheliste seoste teoreetilise mudeli (joonis 5), kus väärtustüübid koondatakse omakorda kaheks bipolaarseks väärtusdimensiooniks (*bipolar value dimensions*). Avatus muutustele (*openness to change*): stimulatsioon, enesemääratlemine ja osa hedonismi. Eneseupitamine (*self-enhancement*): saavutus, võim ja osa

hedonismi. Alalhoidlikkus (*conservation*): turvalisus, traditsioon ja konformsus. Eneseületamine (*self-transcendence*): kõikehaaravus ja heasoovlikkus.



Joonis 5. Väärtustüüpidevaheliste seoste teoreetiline mudel ja kaks põhilist bipolaarset väärtusdimensiooni (Schwartz, 1992; autori mugandus)

Tahte kategooriad ja alamkategooriad tulenevad sidusgruppide teooriast (*stakeholder theory*). Äriühingu sooritus (*firm performance*) sõltub sidusgruppide huvidest (*stakeholder interests*), loe: majanduslikust väärtusest (*economic value*), isiklikust väärtusest (*personal value*), sotsiaalsest väärtusest (*social value*), poliitilisest väärtusest (*political value*).

Andmete eeltöötlemise (*data cleaning, cleansing, transformation, pre-processing*) põhiline eesmärk on kindlustada andmete kvaliteet. Juhtumite andmebaasi koondatud andmeid kontrolliti veel kord, vajadusel korrigeeriti juhtumit andmebaasis. Teiseste andmete allikates (äriregistri teabesüsteem, Eesti väärtpaberite keskreister, Krediidinfo online, Directa) kontrolliti ja täpsustati fakte. Kontrolliti muuhulgas omanike identiteeti, vanust, kas on tegemist asutajaga ja töötajate arvu. Andmete eeltöötlemise käigus eemaldati juhtumite andmebaasist ebakvaliteetsed juhtumid. Kuna uuriti Eestis asuvaid kapitaliühinguid, eemaldati andmebaasist juhtum 074865_1, sest omand asub Hispaanias, ja juhtumid 082107_2 ning 082290_2, sest omand asub Soomes. Samuti eemaldati juhtum 082119_1, kuna omandit ei ole nime järgi võimalik tuvastada. Põhjusel, et üle 15,0% olulistest küsimustest on jäänud vastuseta, eemaldati juhtumid 082120_1, 082257_1, 082262_2, 090148_1.

Põhilised andmetüübid kodeerimisel on numbrilised andmed (*numerical data*), kategoriaalsed andmed (*categorical data*) ja puuduvad andmed (*missing data*). Andmetüüp määrab, missugused matemaatilised operatsioonid andmetega on võimalikud. Kategoriaalsed andmed võimaldavad operatsioone võrdne, mittevõrdne, suurem, väiksem ($= / \neq$ ja $< / >$), arvutatakse mediaan (*Me*) ja mood (*Mo*). Numbrilised andmed võimaldavad lisaks eelnevatele liitmist, lahutamist, korrutamist ja jagamist, arvutatakse lihtne aritmeetiline keskmine (\bar{x}).

Temaatiline üksikjuhtumi ning juhtumitevaheline analüüs algab õigete juhtumite valikust juhtumite andmebaasi. Valikul tagati teoreetiliselt oluliste tunnustekombinatsioonide olemasolu valimis. Juhtumite andmebaasi moodustamine algas 23.04.2009. Andmebaasi esmane struktuur moodustus juhtumitest ning intervjuu juhendi seitsmekümnest küsimusest. Transkriptsioonide kodeerimisel lisati andmebaasi kategooriad ning dimensioonimisel alamkategooriad.

3. ANDMEBAASI KOGUTUD JUHTUMITE KIRJELDUS

3.1. Juhtumite andmebaasi struktuur

Juhtumite andmebaasi (Juhtumite andmebaas_220311.xlsx) struktuuri kirjeldab joonis 6. Andmebaasi veerus A näitab „Q” küsimuse numbrit, „q” veerus B moodustatud kategooria või alamkategooria numbrit. Edaspidi viidatakse tekstis intervjuu juhendi (lisa 3) küsimuse numbrile ja juhtumite andmebaasi kodeeritud kategooriale või dimensioonitud alamkategooriale kujul (Q_q). Veerg C sisaldab küsimust, kategooriat, alamkategooriat, veerus D antakse vajadusel eelnevale selgitus. Veerud E kuni G näitavad andmetüüpi (*Categorical / Numerical; Nominal (Dichotomous) / Ordinal / Interval / Ratio; Continuous / Discrete*), veerg H koodi. Veerud I kuni EX võtavad enda alla juhtumid ning EY kuni FF võimalusel lihtstatistikud: lihtne aritmeetiline keskmine (\bar{x}), mediaan (*Me*), mood (*Mo*), standardhälve (*s*), maksimum, miinimum, loend (AVERAGE, MEDIAN, MODE, STDEV, MAX, MIN, COUNT, COUNTA).

A	B	C	D	E	F	G	H	I kuni EX	EY	EZ	FA	FB	FC	FD	FE	FF
1					Andmetüüp											
					Nominal (Dichotomous) / Ordinal / Interval / Ratio											
2	Q	q	Küsimus / kategooria / alamkategooria	selgitus	Categorical / Numerical	Continuous / Discrete	kood	Juhtumid	AVERAGE	MEDIAN	MODE	STDEV	MAX	MIN	COUNT	COUNTA

Joonis 6. Juhtumite andmebaasi struktuur (autori illustratsioon)

Lõplik juhtumite andmebaas koondab endasse 146 valitud juhtumit ($n = 146$) Eesti Vabariigi kapitaliühingu aktsia ja / või osa omanikest. Seisuga 01.02.2009 oli Eesti Väärtpaberikeskuses registreeritud 116 415 lõppomanikku ($N = 116\,415$), seega moodustab valim 0,13% üldkogumist. Kuna valiti sihipärane mittetõenäosuslik valim ei ole valimi suurus oluline.

Andmebaasi kolmandas reas (0_1) on „väljapaistev intervjuu” tähistatud sümboliga „A”, vastava hinnangu on saanud 41,1% juhtumitest. Digitaalselt salvestatud on 13,0% juhtumitest.

Intervjuud periodiseeriti, selleks fikseeriti nende toimumise aeg ja koht. Intervjuu toimumiskohaks oli enamasti küsititava töökoht. Intervjueerija suhted intervjueeritavaga olid enamasti sõbralikud, tegemist oli tuttava või vähemalt tuttava-tuttava inimesega. Intervjuu kestis keskmiselt 61 minutit ($s = 32,5$).

3.2. Intervjueeritav isik

Intervjuu algas väga üldiste ning lihtsate faktiküsimustega (*demographic data*). Pärast intervjuud kogutud andmed anonümiseeriti – delikaatsed isikuandmed (küsimused 1 kuni 5) eraldati ülejäänud andmetest. Suletud küsimused (kas?, mis? jmt) eeldasid vastuseid jah, ei või mõnda muud lühivastust.

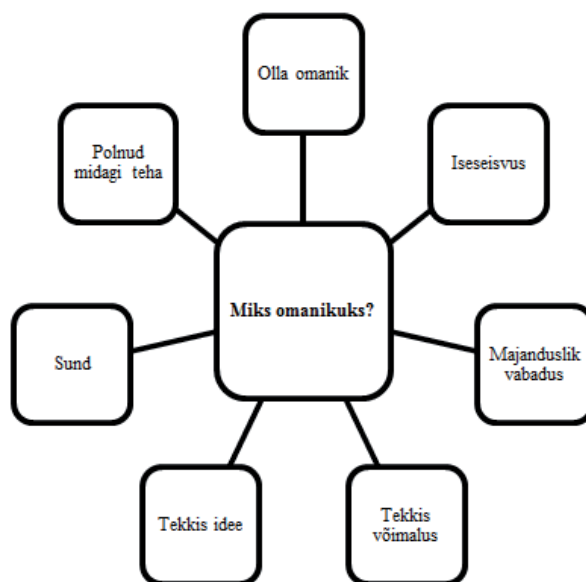
Omaniku ees- ja perekonnanimi (1_0) on autorile teada 97,9% juhtumitest, vaid kolm intervjuueeritavat soovis jääda anonüümseks. Sooline jaotus: 78,1% mehed ($n = 114$) ja 21,2% naised ($n = 31$), ühe intervjuueeritava sugu on teadmata. Sünniaeg varieerub 1.01.1931 kuni 16.06.1986, lõppomaniku keskmine vanus on 44 aastat (9,9).

Omanike sünnikohaks (2_0) on Tallinn ($n = 36$), Pärnu ($n = 14$), Tartu ($n = 8$), Kuressaare ($n = 5$), Paide ($n = 4$), Viljandi ($n = 4$), Võru ($n = 4$), Haapsalu ($n = 3$), Kärdla ($n = 3$), Põltsamaa ($n = 3$), Tapa ($n = 3$), Valga ($n = 3$), Elva ($n = 2$), Jõgeva ($n = 2$), Kohtla-Järve ($n = 2$), ühel neist ($n = 1$) ka Ahja, Kaasan, Kilingi-Nõmme, Kiviõli, Kose, Loksa, Märjamaa, Neksikan, Novokuznetsk, Otepää, Rakvere, Rapla, Stockholm. Sünnikoht on teada 74,7% juhtumitest.

Omaniku rahvus (3_0) on 93,8% juhtumitest eestlane ($n = 137$), järgnevad venelane ($n = 4$), soomlane ($n = 1$), ukrainlane ($n = 1$) ja tatarlane ($n = 1$), teadmata on kahe omaniku rahvus. Omanik on 76,2% juhtumitest abielus, peres elab kaks täiskasvanud last. Omanike kontaktandmed (telefon ja / või e-post) on autorile teada 93,8% juhtumitest.

3.3. Omanikuks olemise olemus

Järgnevad mõned avatud küsimused (6 kuni 8) omanikuks olemise olemuse kohta. Avatud küsimused võimaldavad lõppomanikel eri vastusevariantide valimise asemel vabalt vastata. Avatud küsimuste tunnuseks on see, et nad tõstatavad teema, kuid ei paku vastajale välja vastuse võimalikku struktuuri, vastajal oli võimalus vastata oma arusaamist mööda.

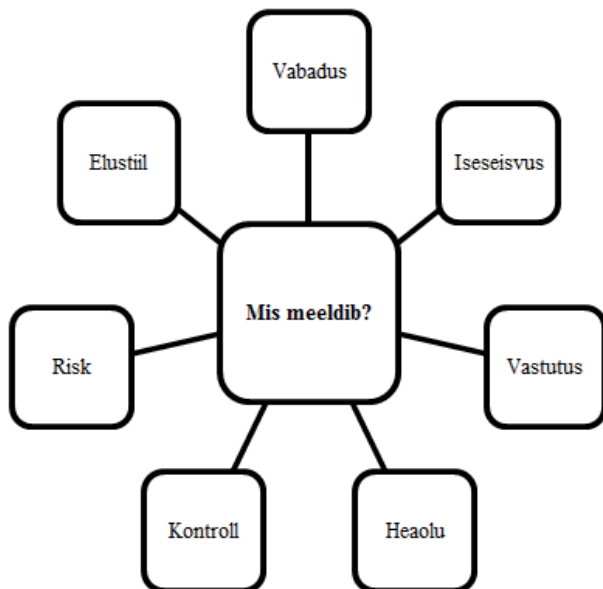


Joonis 7. Mõttestruktuur selle kohta, miks taheti saada omanikuks (autori illustatsioon)

Küsitati, miks intervjuueeritav tahtis saada omanikuks (6_0). Kvalitatiivsete andmete abduktiivsel kodeerimisel tekkinud kategooriad kanti mõttekaardile (*mind-map*) (joonis 7), andmed redutseeriti (olemus), struktureeriti, visualiseeriti ja viimistleti (seosed).

Kvalitatiivsete andmete abduktiivsel kodeerimisel leiti alljärgnevad kategooriad ja alamkategooriad. Tahtis olla omanik, tahtis olla iseseisev (ise otsustada, ise teha, ise mõelda, olla sõltumatu, ettevõtja), tahtis majanduslikku vabadust (rikkust, heaolu, edukust kindlustada, rohkem raha teenida, ära elada). Tahtis kasutada soodsat võimalust (erastamine, ülevõtt, likvideerimine, vaba raha). Tekkis idee (äriidee, mõte, oli soov, kindel plaan, teadlik plaan, ennast tõestada, muuta maailma, teha inimeste elu huvitavamaks, paremaks ja emotsionaalsemaks, pakkuda midagi teistsugust, teenuseid pakkuda, avada restoran). Oli sunnitud (koondamine, töökoha kaotus, et mitte kaotada rublasid, ületootmine, vajadus, olud, häda, elu, ahnus). Ei jõudnud enam tööd üksinda ära teha. Polnud midagi teha (tegevusetus, millegagi tegeleda). Omanikuks saadi aastatel 1990 kuni 2008, kõige rohkem aastal 1992 ning 71,2% omanikest olid äriühingu asutajad.

Küsitati, miks meeldib olla omanik (7_0) (joonis 8). Omanikuks olemise juures meeldib vabadus (valikuvabadus, tegevusvabadus, juhtimisvabadus, isiklik vabadus). Omanikuks olemisega, omamisega kaasneb väga tihti sõna „ise”.

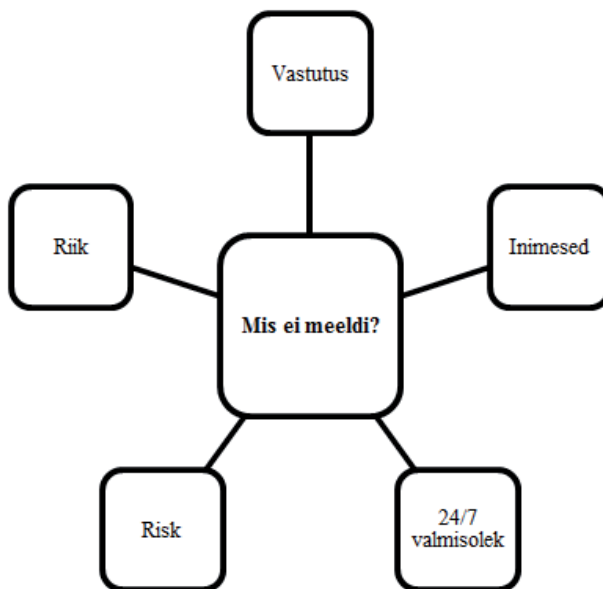


Joonis 8. Mõttekaart selle kohta, mis meeldib omanikuks olemise juures (autori illustratsioon)

Meeldib iseseisvus (ise otsustada, ei sõltu teistest, ei pea teistele aru andma, ei ole kellegi käsualune, oma tegevust planeerida, ise tööd koordineerida, otstarbekalt tööd korraldada, äritegevust suunata, meeldib midagi ära teha,

midagi muuta, ise luua, väärtusi luua, isetegemise rõõm), kui otsustada meeldib, siis tuleb ka vastutada. „Kõige mugavam oleks otsustada ilma vastutuseta, kuid nii ei ole võimalik.” (Intervjuu, 2009). Meeldib olla iseenda peremees, teha, mida ise tahan (teha, mis meeldib, oma tahte realiseerimine, võimalus ennast teostada, motiveeritus, võimalus erinevaid asju teha), juhtida täielikult enda tegevusi ja aega (olla oma aja peremees, ise tööaega planeerida, oma aega sättida, piiramatut tööaeg). Võime sundida oma tahet peale teistele inimestele on võim. Meeldib ise vastutada (suunata oma tahet teise kasuks, olla tööandja). Kõik mis teed, teed iseendale, sealjuures kõikide teiste heaolu arvestades (vaadata, kuidas äri kasvab ja areneb, vaadata protsessi, heaolu, saada tulu, kasum, raha, sissetulek, dividendid). Meeldib võtta riske (rohkem pinget, uued väljakutsed) ja kontrollida (fundamentaalsete näitajate analüüs). Omanikuks olemine võib olla ka elustiil (hobi ja töö ühendamine, laialdase tutvusringkonna omamine). Kõige meeldiva juures, mis omanikuks olemine endaga kaasa toob, on siiski ka rida ebameeldivusi.

Küsimine, miks ei meeldi olla omanik (8_0) (joonis 9). Kõige rohkem vastati, et omanikuks olemise juures ei meeldi vastutus (liigne vastutus, omavastutus, sotsiaalne vastutus, sealhulgas vastutus keskkonna ees, probleemid). „Ei meeldi see, et kehvadel aegadel vastutad ilmselgelt üksi. Kui aga hästi läheb, siis tahavad heast tulemustest kõik mingit osa saada. Inimene teeb äri sellepärast, et tal on mingid eesmärgid raha teenida, et midagi saavutada, midagi osta, millegi jaoks.” (Intervjuu, 2009) Vastutusega kaasnevad kohustused ja otsustamine (ebapopulaarsed otsused, koondamine, vallandamine), aga ka kontrollimine.



Joonis 9. Mõttemaatriks selle kohta, mis ei meeldi omanikuks olemise juures (autori illustratsioon)

Nimetatakse mitmeid mõjureid, mis ei meeldi seoses inimestega (minevikus elavad inimesed, omanike ring on liiga suur ja liiga killustunud, välised omanikud, mittemõtlevad omanikud, ebakindlad partnerid, inimeste kadedus, liigne tähelepanu, töötajate pärast muretsemine, tööjõu kvaliteet, paljude inimestega suhtlemine, liiga suur sõltuvus teistest).

Ahistab valmisolek 24/7: „See pidev stress ja selline orav rattas olek. Tööpäev nagu ei lõppegi, ikka jääb muretsemine ja mõtlemine firma üle.” (Intervjuu, 2009) Inimene tahab teha äri selleks, et olla vaba, aga pärast ollakse täielikult sõltuv oma ärist (sunnisamaisuus, 24/7 muretsemist ja firma asjadega tegelemine, ei saa puhkust, töö võtab väga palju aega, palju tööd).

Ei meeldi risk (oht kõik kaotada, ebaõnnestumise risk, petmine, äririskid, pole makstud dividende, majanduslikud riskid, finantsvahendite nappus, aluseta laimamine, vähemusomanik ei saa strateegiat kujundada). „Olles omanik, pead kogu aeg hoolitsema ja valvama selle üle, et see varandus, mis sul siin on, püsiks, et keegi seda laiali ei tassiks ja et ta ka suureneks, et ta mitte hukka ei läheks.” (Intervjuu, 2009)

Ei olda rahul riigiga (majanduse olukord, seadused, kehv seadusandlus, bürokraatia, ametiasutusega suhtlemine, puuduv tugi ettevõtjatele, omanik on alati paha, vähemusomanike vähene kaitetus) ja maksupoliitika (kõrged maksud).

3.4. Omaniku isiklikud väärtused

Veel enne alusväärtuste mõõtmist PVQ abil paluti vabas vormis loetleda oma isiklikud väärtused ja need järjestada tähtsuse järjekorras, et selgitada väärtuste struktuur ja tähtsaim väärtus. Ülesanne osutus küllaltki raskeks, vaja oli nimetada vähemalt 4 kuni 20 väärtust.

Selgitamist vajavad omaniku isiklikud väärtused (9_0) ja tähtsaim väärtus (10_0). Ülekaalukalt enim nimetatud tähtsaim väärtus on perekond, pere ja peresuhted 27,7% ($n = 39$), seejärel ausus, *fair play* 12,1% ($n = 17$), tervis 5,7% ($n = 8$), vabadus 5,0% ($n = 7$), ettevõtlikkus 2,8% ($n = 4$), tarkus, teadmised 2,8% ($n = 4$), areng 2,1% ($n = 3$), kohusetundlikkus, kohusetunne 2,1% ($n = 3$), lojaalsus 2,1% ($n = 3$), armastus 1,4% ($n = 2$), haridus, haritus 1,4% ($n = 2$), lapsed 1,4% ($n = 2$), sõnapidamine 1,4% ($n = 2$), otsustusvõime 1,4% ($n = 2$) ja usaldus 1,4% ($n = 2$). Ülejäänud väärtused moodustavad igaüks 0,7% ($n = 1$). Need on avameelsus, eesmärgipärasus, eetika, energilisus, enesearendamine, firma, hoolivus, inimlikkus, inimväärtused, intellektuaalse väljakutse olemasolu, iseotsustamisvõime, iseseisvus, kiire reageerimine, kindla töökoha olemasolu, kodu, kogemus, kompetentsus, kõrge enesehinnang, lao- ja kontorihoone, meeskonnatöö, mina, minu enda ja pere heaolu, optimism, põhiväärtustest kinnipidamine, pühendumus, rahulik elu, rahulolu, riski võtmine, rohkem tervist, suhteline sõltumatus töö ja ajakasutuse korraldamisel, sõbralikkus, tahtejõud, turvaline ühiskond, täpsus, töö, töö organiseerimine, töökoht, vaba aeg, vanemate töö jätkamine, õigus, õiglustunne. Vastuseta jääb 3,4% juhtumitest.

3.5. Üksikisiku alusväärtused

Üksikisiku alusväärtusi mõõdeti standardse, modifitseeritud portree väärtusküsimustiku (PVQ) (Schwartz, 2003) abil. Originaalis on küsimustik ingliskeelne, juhendisse lisati tõlge eesti ja vene keelde, küsimustikku testiti korduvalt ning tõlget parendati.

Intervjueeritav pidi tutvuma kujutletava portreeritud omaniku alusväärtustega ning märkima skaalal 1 kuni 6, kuid võrd sarnane temaga nende osas ollakse: 1 – täiesti minu moodi, 2 – minu moodi, 3 – peaaegu minu moodi, 4 – natuke minu moodi, 5 – ei ole minu moodi, 6 – ei ole üldse minu moodi. (*How much like you is this person? 1 – very much like me, 2 – like me, 3 – somewhat like me, 4 – a little like me, 5 – not like me, 6 – not like me at all*)

Küsimustiku võti on kirjeldatud tabelis 3. Näidatakse, kui mitu küsimust ja mis numbreid kandvad küsimused teatud alusväärtusi mõõdavad. Edasine analüüs on juba puhas matemaatika.

Tabel 3. Schwartz'i PVQ võti: küsimuste arv ja number (Schwartz, 2003; autori kompilatsioon ja tõlge)

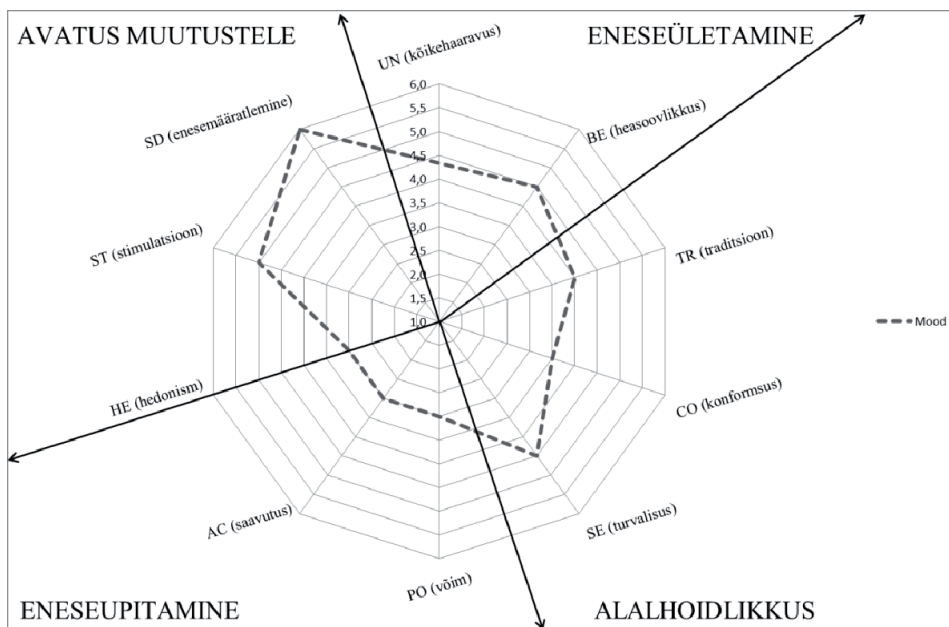
Väärtused		Küsimuste	
		arv	number
Avatus muutustele (<i>Openness to change</i>)	SD Enesemääratlemine (<i>Self-Direction</i>)	2	11; 21
	ST Stimulatsioon (<i>Stimulation</i>)	2	16; 25
Eneseupitamine (<i>Self-enhancement</i>)	HE Hedonism (<i>Hedonism</i>)	2	20; 31
	AC Saavutus (<i>Achievement</i>)	2	14; 23
	PO Võim (<i>Power</i>)	2	12; 27
Alalhoidlikkus (<i>Conservation</i>)	SE Turvalisus (<i>Security</i>)	2	15; 24
	CO Konformsus (<i>Conformity</i>)	2	17; 26
	TR Traditsioon (<i>Tradition</i>)	2	19; 30
Eneseületamine (<i>Self-transcendence</i>)	BE Heasoovlikkus (<i>Benevolence</i>)	2	22; 28
	UN Kõikehaaravus (<i>Universalism</i>)	3	13; 18; 29

Arvutati juhtumites ($n = 146$) kõige sagedamini antud vastused (Mo) ja koostati juhtumite väärtuskaart (joonis 10).

Järgnevalt arvutati väärtustüüpide ja väärtusdimensioonide mood (Mo) ja standardhälve (s), selgituseks näidatakse väärtustüübiga seotud üksikisiku alusväärtused. Skaala on pööratud, järjestus alanev.

Enesemääratlemine (*self-direction*): vabadus, loovus, sõltumatus, eneseaustus, uudishimulikkus, oma eesmärkide seadmine 6,0 (0,8). Kõikehaaravus (*universalism*): keskkonna säästmine, kaunis maailm, ühtsus loodusega, võrdsus, rahu maailmas, elutarkus, sotsiaalne õiglus, sallivus 4,3 (0,8). Heasoovlikkus (*benevolence*): lojaalsus, ausus, abivalmidus, vastutusvõimelisus, andestamine, küps armastus, tõeline sõprus 4,5 (0,8). Traditsioon (*tradition*): siirus, vagadus, mõõdukus, vähenõudlikkus, leppimine oma kohaga elus, traditsioonide austamine 4,0 (1,0). Turvalisus (*security*): puhtus, sotsiaalne kord, rahvuslik julgeolek, vastastikused teened, tugev perekond, kokkukuuluvustunne, tervis 4,5 (1,2). Stimulatsioon (*stimulation*): väljakutsuv,

põnev elu, mitmekesine elu 5,0 (1,2). Hedonism (*hedonism*): nauding, lõbu, otsitakse endale vabandusi 3,0 (1,2). Võim (*power*): sotsiaalne võim, jõukus, otsustamisõigus, maine hoidmine, sotsiaalne tunnustus 3,0 (1,0). Konformsus (*conformity*): viisakus, enesedistsipliin, austus, kuulekus 3,5 (1,1). Saavutus (*achievement*): edukus, mõjukus, võimekus, auahnus, väljakutsete vastu võtmine, eneseteostus 3,0 (1,2).



Joonis 10. Väärtuskaart juhtumites kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

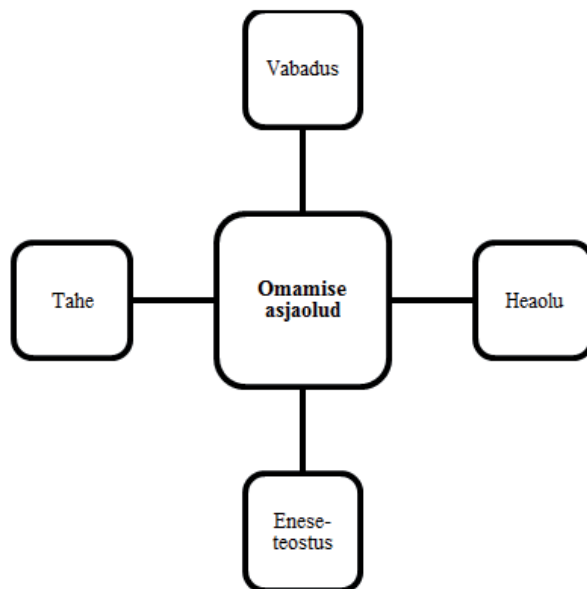
Lisaks arvutati bipolaarsete väärtusdimensionide mood (*Mo*) ja standardhälve (*s*). Eneseületamine (*self-transcendence*): kõikehaaravus ja heasoovlikkus 4,8 (0,6). Eneseupitamine (*self-enhancement*): saavutus, võim ja osa hedonismi 3,0 (0,9). Avatus muutustele (*openness to change*): stimulatsioon, enesemääratlemine ja osa hedonismi 4,2 (0,8). Alalhoidlikkus (*conservation*): turvalisus, traditsioon ja konformsus 3,8 (0,8). Üksikisiku väärtustüüpide ja alusväärtuste kirjeldusele järgneb valitud äriühingute põhiväärtuste kirjeldus.

3.6. Äriühingu väärtussüsteem

Äriühingutes avalduvad väärtushinnangud (*value judgment*) otseselt või kaudselt organisatsiooni missioonis, eesmärkide püstitamises, tähtsate otsuste vastuvõtmises, töötajate käitumises. Küsimused (32 kuni 36) on selleks, et kindlaks teha äriühingu põhiväärtused (*core values*) ning selgitada, kas need on kooskõlas omanike individuaalsete alusväärtustega. Küsimused on sõnastatud

nii, et intervjueeritav saaks kirjeldada üksikuid äriühinguid; kui äriühinguid on mitu, oodatakse üldistust.

Järgnevalt küsiti, millised asjaolud on omanikule äriühingu aktsiate (osa) omamisel tähtsad (32_0) (joonis 11). Kuigi omatakse reaalselt vaid äriühingu aktsiaid (osa), on antud küsimuses omandina käsitletud äriühingut.



Joonis 11. Mõttemaatriks „Tähtsad asjaolud omamisel” (autori illustratsioon)

Omamisel on tähtsaks asjaoluks vabadus otsustada (ainuotsustamisõigus, otsustamise võimalus, otsustamine, võimalus kaasa rääkida äriühingu strateegias), kes otsustab, see ka vastutab. „Oluline on see, et on kas enamusesalus või vähemalt pool (oman piisavalt suurt osa, võrdsed osad), see tähendab seda, et omanikul on otsustamisõigus (võim, sõnaõigus, enesekindlus). Kui sa otsustada ei saa, siis sa tegelikult ei ole omanik.” (Intervjuu, 2009)

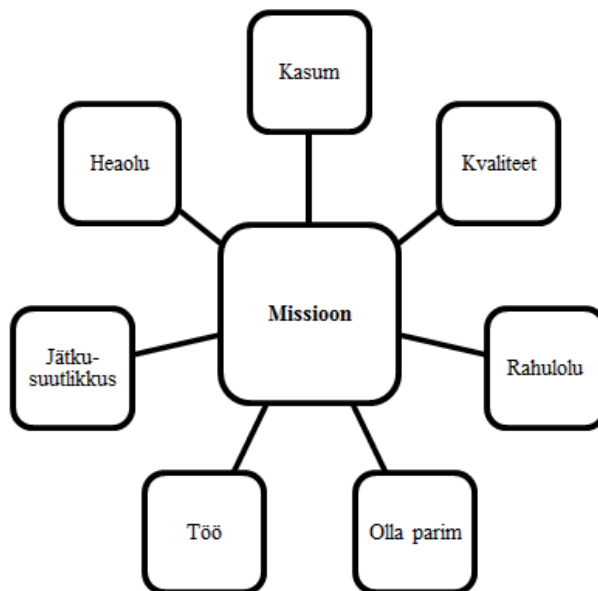
Juhul kui tegemist on investeringuga mõnda börsiettevõttesse, siis on oluline, et äriühingul läheks hästi ja oleks tagatud heaolu, et aktsiad säilitaksid oma väärtuse ning aktsia hind tõuseks ja toodaks investoritele tulu (raha, dividendid, kapitalitootlus, omanikutulu, kasulikkus, kasum, võimalus teenida, palgalisa, materiaalne kindlustatus).

Enamusomanikuna on tulust olulisem eneseteostus läbi äriühingu. Omanik on äriühingu asutanud, tal on mingi visioon (strateegia), võimalus ise seada mingisugused eesmärgid ja siis neid omal moel ellu viia (iseseisvus, ise olen omanik, mitte sõltuda kellestki teisest, elutöö, eluviis, ei suuda olla alluv, töö), võimalus midagi ära teha. Äriühingu hea käekäik on igal juhul oluline, aga seal on mingite ideede teostamine (huvitav äri, väljakutsed, võimalus osaleda, juhtimisel kaasa rääkida, äritegevusse sekkuda ja suunata, midagi luua, proovilepanek, tegutsemine alal, mida tuntakse, edukus, areng).

Omanikkonnale on oluline asjaolu, et äriühing töötaks nii, nagu omanik tahab (kontroll, info omamine äriühingus toimuva üle), ja ta saab tegeleda oma asjaga (teha oma tahet mööda, realiseerida oma ettekujutust) ning olla oma aja peremees (saan oma aega planeerida). Tahetakse, et äri oleks kindlates kätes (usalduslik ja rahulik atmosfäär, jätkusuutlikkus, järjepidevus, turvalisus, kaitstud, stabiilsus, korrektsus, seaduslikkus, läbipaistvus, tugev bilanss, hea maksevõime, stabiilsed rahavood) ja saavutaks püstitatud eesmärgid (tulemuseni jõudmine). Tahetakse hästi ja rahulikult ära elada (kindlustatud tulevik). Oluliseks peetakse samuti eetilisust (töökohtade loomine, sotsiaalne pool, lapsed tänavalt ära).

Kontrollimaks isiklike väärtuste seotust omandiga, küsitakse, kas omaniku isiklikud väärtused mõjutasid äriühingu aktsiate (osa) omandamist (33_1). Juhtumitest ($n = 144$) 73,6% kinnitasid, et isiklikud väärtused mõjutasid aktsiate (osa) omandamist. „Väga oluline osa, ma teadsin juba 21-aastaselt, et tahtsin saada omanikuks, teadmata täpselt, mis see kaasa toob, see oli nagu sisse kirjutatud. Selline eesmärk oli olemas ja tahe ning tasapisi nii läks. Aktsiate omamine võimaldab neid väärtusi hoida ja elluviimist, selles mõttes mu väärtused mõjutasid aktsiate omamist, kuna neid ei saaks ilma omamata ilmselt ellu viia.” (Intervjuu, 2009) (33_0)

Järgnevad küsimused puudutavad omandis oleva(te) äriühingu(te) põhiväärtust. Küsiti, mis on äriühingu missioon, mille nimel see tegutseb (34_0) (joonis 12).



Joonis 12. Mõtdekaart „Äriühingu missioon” (autori illustratsioon)

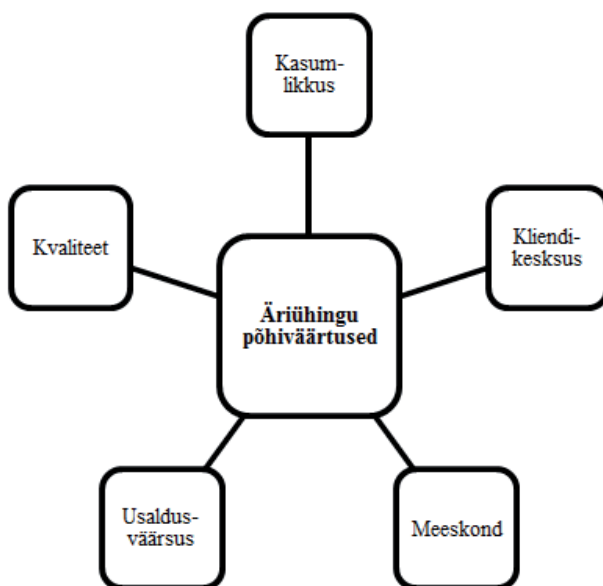
Valdav enamik on veendunud, et äriühingute peamiseks missiooniks on kasumit (tulu, raha) teenida ja olla edukam oma konkurentidest, „ta annab mulle

eneseteostuse võimaluse, tegeleda asjadega, mis mulle meeldivad” (Intervjuu, 2009) (meeldiv tegevus, erineda). Kasum on tihedalt seotud püüdega pakkuda kvaliteeti (kvaliteetne teenus, luua uusi väärtusi, hea teenindus, hoolitseda inimeste eest, inimeste elukvaliteedi tõstmine, aidata inimesi) ja tagada klientide maksimaalne rahulolu (kliendi rahulolu, isiklik rahulolu, heaolu). „Me püüame teha oma tööd nii, et kõik meie kliendid tuleksid sinna veel kord, et neil oli hea mulje meie tööst, et neil siin oli hea tuju, ja muidugi teha kasumit.” (Intervjuu, 2009)

Missiooniks on samuti olla parim (turuliider, mõjukaim, tuntuim, saada parimaks, areneda, kasvada, innovatsioon) lahendusi pakkuv atraktiivne partner klientidele, kaastöötajatele, aktsionäridele ja tootjatele.

„Hetkeseisul, sellises raskes majanduslikus situatsioonis on põhimissioon pakkuda inimestele tööd” (võimaldada omanikele ja sõpradele erialast tööd, väärtustada käsitööd, sotsiaalne kapitalism). Olla jätkusuutlik, pikaajaline ettevõtte (elujõulisus ja kestvus, mitte nälga surra, iseennast ära toita, ennast elatada, ellu jääda). „Meie missioon on luua heaolu seltsi liikmetele ja selle kaudu olla kasulik riigile ja ühiskonnale” (Intervjuu, 2009) (vabadus, ausus, usaldus, ilu, turvalisus).

Põhiväärtused on äriühingu tugevused ning omadused, mis aitavad saavutada püstitatud eesmärgi. Küsiti, missuguseid põhiväärtusi kannab kõnealune äriühing (35_0) (joonis 13).



Joonis 13. Mõttemaatriks „Äriühingu põhiväärtused” (autori illustatsioon)

Kõige olulisemad äriühingu põhiväärtused on seotud ellujäämisega, seda eriti majanduskriisi olukorras, selliseks põhiväärtuseks on kasumlikkus (tulemuslikkus, efektiivsus, kohusetunne, vastutusvõime, mõtlemine). „Tagada

endale sissetulek, tagada endale tööhõive ja, eriti praeguses situatsioonis, tekitada ise endale töökoht. Tänu meile saavad osad isikud sissetulekut ja minu meelest on see ka kindlasti üks põhiväärtus.” (Intervjuu, 2009)

Järgneb turvalisusega seotud põhiväärtus kliendikesksus (kliendisõbralikkus, tegevuse eetilisus, koostöövalmidus, koostöö, partnerid, läbipaistvus, keskkonnasõbralikkus, kiirus, tasakaalukus, stabiilsus).

Väga oluliseks peeti sotsiaalset põhiväärtust meeskond (meeskonnatöö, töötajad, töökus, täpsus, ühtsus, tugevus, inimesed, lojaalsus, hoolivus, lugupidamine, traditsioonid, head tavad). „Põhiväärtus on kõrgelt kvalifitseeritud töötajad... sest tegelikult kõike, mida saab osta raha eest, see on odav. Aga raha eest ei saa osta kõrget kvalifikatsiooni, vaid see tuleb kogemustega, aastatega ja loomulikult korraliku baashariduse, erialase baasharidusega. See on kõige suurem väärtus.” (Intervjuu, 2009)

Tunnustus on veelgi olulisem, see väljendub põhiväärtusena usaldusväärsus (ausus, usaldus, korrektsus, ustavus, motivatsioon, sihikindlus, järjepidevus, visadus, õiglus, positiivsus, aktiivsus).

Eneseteostus saavutatakse läbi põhiväärtuse kvaliteet (professionaalsus, kompetentsus, asjatundlikkus, teadmised, kogemused, oskused, haridus, paindlikkus, terviklikkus, tehnoloogia, innovatiivsus, uuenduslikkus, originaalsus, eesrindlikkus, novaatorlikkus).

Küsitati, kas kõnealusel äriühingul on täita roll ühiskonnas (36_1). Juhtumitest ($n = 144$) 85,4% leidis kinnitust, et omataval äriühingul on täita roll ühiskonnas. „Igal äriühingul on täita oma roll ühiskonnas. Töötajatele täisväärtusliku elu pakkuda, et nad ei oleks kuhugile poole kreenis ja et nad ei peaks sõltuma sotsiaaalabist. Mina arvan, et spordi ja tervislike eluviiside propageerimise ja propageerijana on need kõik äriühingud nagu absoluutselt nagu number üks rollitäitjad ühiskonnas. Ehk et rahvas oleks terve ja et inimesed oleksid rõõmsamad. Terves kehas terve vaim ja kõik need asjad on absoluutselt spordi rollist ühiskonnas... Et spordi rollist ühiskonnas inspireerituna on väga paljud need asjad tehtud. Et sealt on nagu nii, et minu usk on selline, et täna meil on ühiskonnas kriis. Mina usun, et tegu on ühiskonnas nagu majanduses ja finantskriisiga, mis on tagajärjed pikka aega kestnud väärtushinnangute kriisile, kus inimeste väärtushinnanguks oli raha, raha ja veel kord raha ja mitte väärtushinnangud, nagu sõprus, lähedus, tervislikkus, tervislikud eluviisid või siis loodussäästlikkus.” (Intervjuu, 2009) (36_0)

3.7. Tahe, võim ja eriarvamused

Realiseerub võimulolijate tahe, võim tuleneb omandist. Ideaal on omanike ühine tahe ehk konsensus, omanike erinevad eesmärgid on tihti konfliktide allikaks. Konsensus on ühismeelsus ja üksmeel. Kompromiss aga vastastikuse järeleandmise teel saavutatud kokkulepe.

Võim on inimese võime sundida oma tahet peale teistele inimestele. Küsitati, kas usutletavale on olulisem omanikuks olemisest tulenev võim või tulu (37_0).

Juhtumitest ($n = 143$) 72,7% seadis olulisemaks tulu. „Tulu, sest sellest me elame ja aina rohkem püüame, et see suureneks.” (Intervjuu, 2009) Mõlemad, nii võim kui ka tulu, on olulised 16,1% juhtudest. „Minu jaoks nad on võrdsed, ilma võimuta ei saa tulu. See on ju selge. No selleks, et elada, on vaja tulu, aga selleks, et tulu saada, tuleb kasutada ka võimu. Et minu jaoks ei ole võim kindlasti primaarne, et võim on selleks, et peab olema igas ettevõttes kord ja korda on võimalik tagada just nimelt selle võimu kaudu.” (Intervjuu, 2009)

Vaid 6,3% seadis olulisemaks võimu: „Võim on tähtsam, et visiooni ellu viia.” (Intervjuu, 2009) Veelgi vähem omanikke (4,9%) eitas kummagi olulisust. „Ma arvan, et kumbki ei ole oluline... Minu jaoks on oluline areng, mulle meeldib eriti öelda, inimkonna areng. Ka inimese psühholoogiline areng... Vabadus!” (Intervjuu, 2009)

Uuriti, kuidas võim saavutatakse (38_0). Tähtsuse järjekord kujunes selliseks: isikliku autoriteedi alusel, samastumise (karisma, eeskuju, teadmised) alusel, premeerimise (raha, kiitus, tähelepanu) alusel, formaalse omaniku õiguse alusel, sunni (raha, karistamine, vallandamine) alusel.

Äriühingus võib valitseda omanike ühine tahe – konsensus, aga võib valitseda ka kompromiss või omanikevaheline konkurents. Küsiti, milline variant valitseb äriühingus, mille aktsiaid (osa) omatakse (39_0). Juhtumitest ($n = 132$) valitseb konsensus 59,8%, kompromiss 33,3%, konkurents 0,68% osas. „Konsensus, ei saaks muidu, me oleme nagu sellise suhtumisega, et kui me vaated hakkavad erinema, siis ei saa sama asja enam edasi arendada, aga kui juhtub ühes asjas, siis saab ka kokkuleppeid luua, alati ei saa enda tahtmist peale suruda, kuigi tahaks.” (Intervjuu, 2009)

Küsiti, mis valdkonnas esineb omanike vahel kõige sagedamini eriarvamusi (40_0). Eriarvamusi ei esinenud 20,3% juhtumitest ($n = 27$), ülejäänud ($n = 106$) kirjeldasid mitmesuguseid eriarvamusi. „Nii kaua, kuni ettevõttel ei ole raha jagada, nii kaua ei ole mitte mingit probleemi, me kõik täpselt teame, mis ja kuidas kõik on. Erimeelsused tekivad siis, kui ettevõttel on natuke rohkem vara, mida võiks jagada. Vot siis, vot see pool. Siin tekivad alati lahkkelid omanikeringis. Nii kaua, kui kõik tegutsevad vaid selle palga eest, mis keegi saab... vot siis teeme selle eesmärgi ja kõigil on üks eesmärk, kõik teevad väga head tööd. Vot nii kaua, kui ei ole raha jagamist, nii kaua.” (Intervjuu, 2009) Enim eriarvamusi tuleb ette finantsvaldkonnas (investeerimine, tulu jaotamine, dividendid, raha, tasustamine, kulud, kohustused, pangandus, krediidipoliitika, hind). „Ma arvan, et rahavoogude, et siis ettevõtte arendamise osas, ühed inimesed tahaksid rohkem ettevõtet arendada, teised aga omanikele rohkem kohe tulu kokku ajada. Ma arvan, et jah see, kui palju ettevõtet arendada. Osad arvavad, et see on liigne risk panna kogu tulu ettevõtte arengusse, teised arvavad, et see on jälle nagu mõistlik teha, et kasulik.” (Intervjuu, 2009) Järgnevad eriarvamused strateegia valdkonnas (arengusuund, arengukava, tulevikuperspektiiv, eesmärgi saavutamise teed, risk, võim, personalipoliitika, ärieetika, laienemine, ideed) ning organisatsioonilistes küsimustes (juhtimine, töökorraldus, tööjaotus, tootmine, sisekord, töötajad). Ka suhtlemises võivad

ilmneda lahkkelid (probleemide lahendamine, otsustamine, väärtused, tahtmine ära teha).

Enamik omanikke pidas omanikuks olemisest tulenevat võimu tulust vähem oluliseks. Võim saavutati isikliku autoriteedi alusel. Äriühingus valitses konsensus, kuid omanike vahel esinesid eriarvamused, enim eriarvamusi tekkis finantsvaldkonnas.

3.8. Äriühingu tunnused

Siin antakse iseloomustus kapitaliühingu(te)le (*capital company*) (lisa 5), mille aktsiaid või osa omati. Esiteks nimi, võimalusel registrikood; kui registrikoodi ei osatud nimetada, leiti see pärast intervjuud e-äriregistrist.

Äriühingu nimi ja registrikood on teada 95,9% juhtumitest ($n = 140$), 4,1% kapitaliühingutest on anonüümsed ($n = 6$). Teadaoleva kapitaliühingu õiguslik vorm on 70,0% juhtumitest osäühing ($n = 98$) ning 30,0% aktsiaselts ($n = 42$) (41_0).

Eesti majanduse tegevusalade klassifikaatori (EMTAK 2008) järgi kirjeldatakse analüüsis tegevusala. Tegevusala küsimus on vajalik valimi jaotuse hindamiseks. Samuti on tegevusala kasutatav võrdleva tunnuseks strateegia ja riski hindamiseks. Äriühingute valitsemine on majandusharuti erinev (Hilb, 2006).

Küstiti, mis tegevusalal tegutseb äriühing, mille aktsiaid (osa) omatakse (42_0). Juhtumid jagunesid EMTAK 2008 klassifikaatori järgi tegevusala järgi järgnevalt. Jagu A – põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük ($n = 3$). B – mäetööstus ($n = 2$). C – töötlev tööstus ($n = 23$). D – elektrienergia, gaasi, auru ja konditsioneeritud õhuga varustamine ($n = 2$). E – veevarustus; kanalisatsioon, jäätm- ja saastekäitlus ($n = 0$). F – ehitus ($n = 29$). G – hulgi- ja jaekaubandus; mootorsõidukite ja mootorrataste remont ($n = 41$). H – veondus ja laondus ($n = 7$). I – majutus ja toitlustus ($n = 7$). J – info ja side ($n = 2$). K – finants- ja kindlustustegevus ($n = 6$). L – kinnisvaraalne tegevus ($n = 2$). M – kutse-, teadus- ja tehnikaalne tegevus ($n = 11$). N – haldus- ja abitegevused ($n = 5$). O – avalik haldus ja riigikaitse; kohustuslik sotsiaalkindlustus ($n = 0$). P – haridus ($n = 0$). Q – tervishoid ja sotsiaalhoolekanne ($n = 2$). R – kunst, meelelahutus ja vaba aeg ($n = 0$). S – muud teenindavad tegevused ($n = 4$). T – kodumajapidamiste kui tööandjate tegevus; kodumajapidamiste oma tarbeks mõeldud eristamata kaupade tootmine ja teenuste osutamine ($n = 0$). U – eksterritoriaalsete organisatsioonide ja üksuste tegevus ($n = 0$).

Küstiti, mitmele töötajale on see äriühing tööandjaks (43_5). Kapitaliühingus ($n = 144$) töötas keskmiselt 92,4 töötajat, kusjuures juhtumitest 31,9% (0,47) oli vähem kui 10; 42,4% (0,50) vähem kui 50; 19,4% (0,40) vähem kui 250 ja 6,3% (0,24) 250 ja enam töötajat.

Küstiti, kui suur on ligikaudselt äriühingu aastakäive ja bilansimaht. (Kas aastakäive või bilansimaht on üle kahe miljoni euro?) (44_0) Kapitaliühingu

($n = 139$) keskmine aastakäive eurodes oli 11,0 mln, bilansimaht 23,8 mln ($n = 37$).

Vastavalt Euroopa Liidu künnistele jagunevad juhtumid ($n = 146$) järgmiselt: 32,2% (0,47) on mikroettevõtted (*microenterprise*), 40,4% (0,49) väikeettevõtted (*small business*), 20,5% (0,41) keskmise suurusega ettevõtted (*medium enterprise*) ja 6,8% (0,25) suurettevõtted (*corporation*).

Aastakäibe dünaamika viimase kolme aasta jooksul on olnud alljärgnev. Aastakäive oli kasvanud 65,3% ($n = 94$), jäänud samaks 11,1% ($n = 16$) ja kahanenud 23,6% ($n = 34$) juhtumitest. Käibedünaamika jäi vastuseta kahel juhtumil, s.o 1,4% ($n = 2$) juhtumitest. „Ta on viimased kaks aastat olnud enam-vähem sama või kasvanud, aga võrreldes kolme aasta tagusega me kasvasime ligi kolm korda. See aasta tuleb jälle ilmselt vaiksem.” (Intervjuu, 2009) (45_0)

3.9. Investeerimishorisont

Seoses ajaga küsitakse, kas tulemuste saavutamise kiirus on omaniku jaoks oluline (46_1). Omanikest 72,4% ($n = 145$) pidas tulemuste saavutamise kiirust oluliseks. „On oluline, kuid sõltuvalt asjaoludest, kiire tuluteenimine ei ole pikaajalisele turul tegutsemisele orienteeritud firma puhul alati oluline, ahnus ajab upakile. Peab arvestama turu käitumisega ja klientide usaldusega. No ühtepidi ta on oluline, aga teistpidi ma annan aru, et ükskõik, mida sa teed, kahe esimese, kolme esimese aastaga ei jõua kuskile paradiisi... aga siiski – ta on oluline. Pigem võib-olla on see siis õige, et oluline on lühiajalises perspektiivis, aga see pikk siht, mis meil ees on, seal see kiirus lihtsalt ei ole võimalik. Kui sa lood või teed midagi ja tahad juba kolme kuu pärast ringi sõita hea autoga, siis sellest ma saan aru, et seda kiirust ei ole võimalik saavutada. Tulevad ka headel aegadel tagasilöögid. Kogemused ju õpetavad tegelikult.” (Intervjuu, 2009) (46_0)

Lisaks uuriti, mida tulemuse all mõeldi. Enamasti mõisteti tuluna raha, aga ka kasumit ja dividende. Äriühingu väärtuse kasv, hea klienditeenindus, kauba tootmine ja mingid tulemused, mis on eesmärgiks seatud, annab aimu teatud mitmekesisusest. „Jah. Kui sa oled jaekaubanduses, siis mis on üldse tulemus? Tulemus on hea klienditeenindus, uue toote kiiresti kliendini viimine, talle selle omaduste selgitamine ja põhimõtteliselt äramüümine, et ta saaks seda kiirelt kasutama minna. Ja seetõttu on väga oluline, et see tulemus, et kaup oleks müüdud, oleks saavutatud hästi kiiresti. Ma toon ühe näite, miks on see oluline, et ei saa lubada seda, et heal tasemel müük, et me annaks sulle aega, et sa oled kehv müüja, et harjuta nagu veel kaks aastat. Tulemus nagu hea müüja, hea kauplus peab olema kiiresti saavutatav. Et kui me oleme sellises äris, kus meil on tegemist hästi palju lõpptarbijaga, lõpptarbija tahab saada parimat, maksimaalset teenindust kogu aeg kompromissitult, iga hetk, igal hetkel sisse astudes. Ja sealt edasi lähtuvalt meie organisatsioon, et kui me oleme müügijuhile öelnud, et kauplustes on vaja saavutada parem teeninduskvaliteet või kiirem töö, siis ma olen hästi kärsitu selles mõttes, et miks see müügijuht

seada juba ei saavuta kõikides poodides. Ja riigijuhiga sama teema, et kui me riigijuhile anname ülesande, et müügijuhid peavad tegutsema kiiresti ja ostujuhid peavad ostma kvaliteetsemat toodet, siis meie tagantpiitsutajaks ei ole omanik, mina või kompanjon. Tagantpiitsutajaks on tarbija, kes minu arvates peaks saama kompromissitult parima toote ja teeninduse igal ajahetkel.” (Intervjuu, 2009) (46_0)

Samuti küsiti, kui kaua on omanik enda omandis olevaid äriühingu aktsiaid (osa) hoidnud (kas üle ühe aasta?) (47_3). Keskmiselt olid omanikud ($n = 146$) kapitaliühingute aktsiaid (osa) hoidnud enda omandis 10,2 aastat, kõige sagedamini 16 aastat, maksimaalselt 19 ja minimaalselt pool aastat. Pikaajalisi omanikke ($n = 140$) (olid kapitaliühingute aktsiaid (osa) enda omandis hoidnud üle ühe aasta) oli 95,9% (47_1), lühiajalisi omanikke ($n = 6$) 4,1% (47_2).

„Algusest saati. Eks need firma nimed ole ka muutunud, eks. Sisuliselt see kinnisvara asi, selle hoone ostsime aastal 2000, see osahing. Ja teine on noh siis sellel kujul kas 97ndast või 98ndast aastast... Kogu aeg on, kõike on hoitud.” (Intervjuu, 2009) (47_0)

Avatud küsimus oli, kas tahetakse omandit müüa, mis tingimustel ollakse nõus müüma. Küsiti, kas ollakse nõus müüma, ja millest see sõltub. Omanikest ($n = 143$) olid nõus teatud tingimustel omandit müüma 65,7% ($n = 94$). Mitte mingil juhul ei nõustunud müüma 34,3 % ($n = 49$), vastuseta jäi 2,1% ($n = 3$) juhtumitest (48_1). Vastati: „Olen küll nõus neid müüma, aga see sõltub sellest, kui palju nende eest pakutakse, sõltub hinnast... Alati tuleb müüa, kui on hea hind ja kui on hea ostja, siis tuleb alati müüa. Sellepärast et kui sa müüd, saab alati midagi uut teha... sa saad alati uue ehitada ja palju paremini teha.” (Intervjuu, 2009) Teisalt vastati: „Ei müü!!! Mulle on oluline enda loodud firma käekäik ka tulevikus. Uus omanik võib-olla hävitab minu elutöö.” (Intervjuu, 2009) (48_0)

Järgneva suletud küsimuse vastus „jah” võiks iseloomustada professionaalset omanikku (Hilb, 2006). Küsiti, kas loodetakse saavutada lühiajaliselt suurt tulu, tagades samaaegselt pikas perspektiivis äriühingu jätkusuutliku arengu. Omanikest ($n = 144$) vastas jaatavalt vaid 38,2% ($n = 55$), vastuseta jäi 1,4% ($n = 2$) juhtumitest (49_1). Vastati: „Miks mitte, väga hästi sõnastatud, ideaalne investimishorisont. Sellised lootused võiks olla küll... Ma olen seda regulaarselt teinud ka. Vahetevahel tuleb lihtsalt raha juurde anda ka ja kui selleks on ka lisaemissioonid toimunud, siis see on normaalne asi, see on äritegevuse juurde kuuluv. Paistab, et tegelikult praeguse majanduslanguse ajal ettevõtted vajavad vahel lisainvesteeringuid.” (Intervjuu, 2009) Aga ka: „See ei ole võimalik... See ei õnnestu... Kardan lühiajaliselt saavutatud suurt tulu... Kipub mitu korda kiiremini ära minema. Pigem eelistan pikaajaliselt saavutatud firma tugevust ja turuosa.” (Intervjuu, 2009) (49_0)

3.10. Suhtumine riski

Suhtumine riski on tahte oluline alamkateooria, valikvastustega küsitakse riski suurust, avatud küsimustega riski hajutamise kohta. Omanikest ($n = 146$) valis 49,3% ($n = 72$) variandi „väike” (risk kaotada väike osa investeringust) (51_1), 41,8% ($n = 61$) „keskmine” (risk kaotada pool investeringust) (51_2) ja vaid 8,9% ($n = 13$) „suur” (risk kaotada kogu investering) (50_3). „Noo see sõltub sellest, kui suure osa minu varast moodustavad need investeringud, millest me räägime. Et kui nad moodustavad minu varast mingi paar protsenti, siis ma võin võtta riski, et ma kaotan nad kõik, aga kui ma peaksin mängima kogu oma varaga, siis ma pigem hoiduksin sellest üldse.” (Intervjuu, 2009) (50_0)

Omanikest ($n = 143$) tegeleb riskide maandamisega 73,4% ($n = 105$), vastuseta jäi 2,1% ($n = 3$) juhtumitest (51_1). Kuidas? „Firma on erinevatel turgudel... Jah, tegeleme. Investeerides kolme erinevasse valdkonda. Kinnisvarasse, börsil kaubeldavad väärtpaberid ja börsil mittekaubeldavad väärtpaberid... Riske aitavad maandada ettevõtja või omaniku jaoks see, kui ta omab erinevaid ettevõtteid. See on selline munakorvi põhimõte. Niikaua kui munad on ühes korvis ning kui sinna kivi sisse läheb, siis võib rohkem mune katki minna kui üks. Kui neli muna oleksid neljas erinevas korvis, siis kui kivi tabab korvi, siis läheb ainult üks muna katki.” (Intervjuu, 2009) (51_0)

Küsitati, kas mitme äriühingu aktsiate (osa) omamisel on oluline, et nende äriühingute tegevusala oleks erinev. Küsimusele vastanuist ($n = 104$) peab 48,1% ($n = 50$) oluliseks, et tegevusala oleks erinev, vastuseta jäi 28,8% ($n = 42$) juhtumitest (52_1). Vastati: „Jah, on väga oluline, sest alati peab olema varuväljapääs juhul, kui ühes tegevusalas ei õnnestu. On lihtsam jätta seda kõrvale ja proovida teises tegevusalas.” (Intervjuu, 2009) Aga ka: „Äriühing on minu jaoks vahend, riisumiseks on vaja reha, puude lõhkumiseks kirvest. Kõik-ühes tooted ei kipu alati sobima... Ei, pigem on oluline, et tegevusala oleks sarnane. Lihtsam on nii tegevust jälgida ja omada ülevaadet.” (Intervjuu, 2009) (52_0)

3.11. Roll valitsemisel ja juhtimisel

Omaniku roll valitsemisel ja juhtimisel (aktiivsed, passiivsed) on seotud protsessiga, kuidas eesmärki tahetakse saavutada. Professionaalne omanik on aktiivne. Küsitati, kas intervjuueeritav osales viimati aktsionäride üldkoosolekul. Selgus, et omanikest ($n = 131$) osaleb aktsionäride üldkoosolekul 86,3% ($n = 113$), vastuseta jäi 10,3% ($n = 15$) juhtumitest (53_1).

Küsitati, kas jälgitakse perioodiliselt äriühingu majandusnäitajaid. Omanikest ($n = 145$) jälgib perioodiliselt äriühingu majandusnäitajaid 96,6% ($n = 140$), vastuseta jäi 0,7% ($n = 1$) juhtumitest (54_1).

Küsitati, kas ja kui tihti suheldakse äriühingu juhtkonnaga. Omanikest ($n = 137$) suhtleb äriühingu juhtkonnaga 95,6% ($n = 131$), vastuseta jäi 6,2% ($n = 9$) juhtumitest (55_1). Vastati: „Kuulun ise juhtkonda, seega tööalaselts iga

päev.” (Intervjuu, 2009) Aga ka: „Vastavalt vajadustele. Kui ma olen ettevõttega rahul, siis ma ei sekku” (Intervjuu, 2009) ning „Väga harva, esitades küsimusi, tehes ettepanekuid üldkoosolekutel. Veel harvem vesteldes koosoleku lõpul”. (Intervjuu, 2009) (55_0)

3.12. Tulu ehk majanduslik eesmärk

Avatud küsimustega selgitati, mis on omaniku jaoks tulu ning kui suur on omandi turuväärtus. Enamasti on äriühingul omaniku jaoks emotsionaalne väärtus. Vajadusel on võimalik tellida Krediidinfo ettevõtte väärtuse erapooletu analüüs, milles on hindamismeetodina kasutatud diskonteeritud vabade rahavoogude meetodit.

Omanikult küsiti, kui suur on ligikaudselt tema äriühingu turuväärtus. Omanikest ($n = 146$) vastas küsimusele 65,1% ($n = 95$), vastuseta jäi 34,9% ($n = 51$) juhtumitest (56_1). Vastuste alusel arvutati keskmiseks äriühingu turuväärtuseks 16,02 mln eurot, sagedaim äriühingu turuväärtus on 3,2 mln eurot. Vastati: „See on hästi hea küsimus, et kui me võtame selleks hetkeks tänase hetke, siis kuna me ei ole börsiettevõtte, siis seda likviidsust määrabki ju turg. Täna hetkel ma arvan, et mitte keegi ei taha siin osta Eesti Vabariigis mitte ühtegi ettevõtet ja siis võib öelda, et selle ettevõtte turuväärtus on nagu null. Kui me võtame sellisel, et ettevõtte turuväärtuse määrab ära klientide poolt sinna toodav raha ja selle mingi kordaja, siis ma tean, et siis on üks ettevõtte puhtalt käibest lähtuv väärtus, mis on täna päeval mingi x miljonit eurot. Et eks see seal nulli ja selle vahel kuskil on.” (Intervjuu, 2009) (56_0).

Küsimusele, kumb on omanikule tähtsam, kas jooksev tulu (dividendid) või kapitalikasv (aktsiahinna tõus). Paluti selgitada (57_0). Omanikest ($n = 145$) vastas 44,1% ($n = 64$), et neile on tähtsam jooksev tulu (57_1), 37,2% ($n = 54$), et kapitalikasv (57_2), 17,2% ($n = 25$) pidas võrdselt tähtsaks nii jooksvat tulu kui kapitalikasvu (57_3) ja vaid 1,4% ($n = 2$) vastas, et mitte kumbki pole tähtis (57_4), vastuseta jäi 0,7% ($n = 1$) juhtumitest. „Jooksev tulu on tähtsam, kuna siis saab teha erinevaid investeringuid edaspidiseks arenguks... Kapitalikasv ehk sellest saadav võimalik tulu sõltub suuresti mitte ainult ettevõtte, vaid ka võimalike teiste taustsüsteemi tegurite mõjudest ja olemuslikult olulisem on dividendide roll... Mõlemad on tähtsad, nad on seotud üksteisega... Kindlasti mõlemad, et jätkuv dividendid, et siis oma elu finantseerimiseks ja kapitalikasv ka siis, et ettevõtte saaks areneda ja kindlasti ei tee selliseid otsuseid, et võtaks kõik tulu dividendidena ettevõtetest välja, vaid elamiseks vajaliku raha.” (Intervjuu, 2009) (57_0)

3.13. Panus äriidee elluviimisse

Omaniku panus äriidee elluviimisse võib olla ideeline või rahaline, aga ka kombinatsioon mõlemast. Küsiti, kas omaniku panus äriidee elluviimisse on strateegiline või finantsiline (58_0). Omanikest ($n = 144$) 48,6% ($n = 70$) pidas

panust strateegiliseks (58_1), 4,2% ($n = 6$) finantsiliseks (58_2), 46,5% ($n = 67$) kombinatsiooniks mõlemast (58_3), ja vaid 0,7% ($n = 1$) vastas, et mitte kumbki (58_4). Vastuseta jäi 1,4% ($n = 2$) juhtumitest.

Vastati: „No kindlasti strateegiline, kasvõi juba sellepärast, et see ei saa olla finantsiline, kuna mul ei ole vaba raha, mida siia juurde peaks investeerima, kui vaja peaks olema. Ja strateegiline ka sellepärast, et ... ee ... nagu ma enne ütlesin, kuulun ka ettevõtte nõukogusse ja minu niiöelda ülesandeks ongi niiöelda jälgida ettevõtte juhtkonna käitumist ja neile nõu anda, kui vaja.” (Intervjuu, 2009) Aga ka: „Kombinatsioon, jah, mõlemast. Kõigepealt oli ikkagi idee, algusest peale on sellele ideele lihtsalt finantsid peale muretsatud ja oma tööga käima pandud. Et päris alguses ei olnud finantse üldse olemas, 0-st 50 miljonini, siis... Minu äriideeks on osalemine ettevõtete rahavoogudes, toetades neid raskematel perioodidel ja loobudes osalemisest parimatel aegadel, kui rahalised ressursid pole ettevõtetele probleemiks.” (Intervjuu, 2009) (58_0)

Küstiti, kas omanikule on oluline, mil viisil tema tulu suurendatakse, paluti selgitust. Omanikest ($n = 140$) vastas küsimusele jaatavalt 68,6% ($n = 96$), vastuseta jäi 4,1% ($n = 6$) juhtumitest (59_1).

Vastati: „No muidugi on oluline. Ikka eetilistest printsiipidest lähtudes peab tulu suurendamine toimuma... Põhiline suurendamise viis on tõisel teel. Viimane aasta on nagu olnud mittetõisel teel, kui nii võib nimetada, ehk siis me oleme oma rahalised varud, pikaajalisse hoiusesse oleme pannud. Oleme andnud pangale võimaluse kasutada meie raha endale tulu teenimiseks ja selle läbi osa sellest tulust ta jagab ka meile.” (Intervjuu, 2009) Teisalt: „Tead, ma arvan, ei ole. Kui on suurendamine, siis mul on täitsa ükskõik, mis arvel see on... Noh eks ta natuke ikka on, ütleme, et mingisugused äärmuslikud asjad võiksid olemata olla, mingid väga illegaalsed või väga ebaetiliselt asjad. Aga niikaua, kui kõik on JOKK, las siis olla. Siis nagu nii oluline pole.” (Intervjuu, 2009) (59_0)

3.14. Osaluse määr

Osaluse määr määrab omanike võimu, see tähendab võimalust seaduslikult oma tahet väljendada ja realiseerida. Avatud küsimustega uuriti osaluse määra, dünaamikat ja võimalikku koostööd koalitsioonis.

Küsimusele, kui suur on omaniku protsentuaalne osalus äriühingus (alla 10%, üle 50%), vastas omanikest ($n = 146$) 97,3% ($n = 142$), vastuseta jäi 2,7% ($n = 4$) juhtumitest. Vastuste alusel arutati keskmiseks protsentuaalseks osaluseks äriühingus 54,6% (60_5). Vastajate jaotumus vastavalt osalusele äriühingus: 6,3% ($n = 9$) osalus oli alla 10% (60_1), 47,2% ($n = 67$) 10 kuni 50% (60_2), 22,5% ($n = 32$) üle 50% (60_3) ja 23,9% ($n = 34$) osaluse määr oli 100% (60_4).

Küstiti, kas omanik soovib tulevikus oma osalust suurendada või vähendada, paluti selgitada (61_0). Omanikest ($n = 137$) soovis 14,6% ($n = 20$) oma panust tulevikus suurendada (61_1), 15,3% ($n = 21$) panust vähendada (61_2), 6,6% ($n = 9$) soovis suurendada ja vähendada (61_3) ja 63,5% ($n = 87$) ei soovinud kumbagi (61_4), vastuseta jäi 6,2% ($n = 9$) juhtumitest. Vastati: „Teoreetiliselt

alati võiks suurendada. Aga võib-olla ma olen selles mõttes vana ettevõtja juba, et piisavalt on aru saadud sellest, et osalus ei tähenda alati võimalust tulu teenida, vaid osalus tähendab ka meeletut vastutust. See on võib-olla rumal niimoodi öelda, aga see ei ole mingi õnn. Vahel tundub, et oleks isegi lihtsam, kui ma ei oleks osanik. Vastutus siis klientide ees, et toode oleks hea, kaasaktsionäride ees, et me ei anna seda toodet niisama ära, töötajate ees, et palk oleks välja makstud, et töökeskkond oleks hea, riigi ees, et maksud oleks makstud ja ühiskonnas oleks see roll täidetud.” (Intervjuu, 2009) Teisalt: „Ei planeeri suurendada, aga kui peaks tekkima inimene, kellest on ettevõtte arengusse märgatav kasu, siis olen nõus osalust vähendama, tänasel päeval sellist inimest ei ole, aga kui peaks tekkima ja kui see osutub ettevõtte arengule kasuks, olen nõus mingisugusest osast loobuma, et see peaks olema ikkagi ettevõttele kasulik, kas siis oma teadmiste või siis väga heade kontaktidega inimene, või kes siis panustaks rahaga sinna.” (Intervjuu, 2009) Kuid ka: „Mitte kumbagi. Meil on välja kujunenud aktsionäride seis ja see on jälle see, et me ei ole börsiettevõtte, meil ei ole oluline aktsionäride või, noh, kui ei ole aktsiaseltsil lisaraha vaja, siis ei ole vaja ka aktsiakapitali suurendada. Ja meil ei ole vaja seda ka vähendada, sellepärast ei ole ka üksikisikutel plaanis oma osalust suurendada või vähendada.” (Intervjuu, 2009) (61_0)

Küsitati, kas omanik on teiste omanikega sõlminud omavahelisi mitteametlikke kokkuleppeid, paluti selgitust, mille kohta. Küsimusele vastas omanikest ($n = 146$) 81,5% ($n = 119$), vastuseta jäi 18,5% ($n = 27$) juhtumitest. Vastajatest oli teiste omanikega sõlminud omavahelisi mitteametlikke kokkuleppeid 35,3% ($n = 42$) omanikku (62_1). Vastati „Kasutaksin siinkohal oma õigust mitte sellele küsimusele vastata” (Intervjuu, 2009) või „Jah, meil enamus kokkuleppeid teiste omanikega ongi mitteametlikud... esimene asi kasvõi seesama minu osaluse küsimus, et mul see osalus on ja teine asi... kindlasti me oleme kokku leppinud paljudes nendes küsimustes, mis tavaliselt aktsionäride lepingus kokku lepitakse, et kuidas ettevõtet juhitakse ja milline omanik milliseid soodustusi ettevõttest võib saada ja ilmselt me lepime, kui on vaja vastu võtta teisi otsuseid, näiteks ma ei tea millal ettevõtet müüa või mitte müüa” (Intervjuu, 2009) või „No eks neid mitteametlikke kokkuleppeid ole olnud küll, nii nagu inimestevahelistes suhetes ikka, päris igat asja ei saa ju paberile kirja panna ja et sõltub ju omavahelistest suhetest ja usaldusest, aga mille kohta seda ma küll öelda ja avaldada ei soovi, need on isiklikud kokkulepped”. (Intervjuu, 2009) (62_0)

3.15. Residentriik

Residentsuse küsimus annab vastuse Eesti jätkusuutlikkusele, massiline tahe vahetada residentsust on ohu märgiks. Tulumaksuseadus määratleb, et füüsiline isik on resident, kui tema elukoht on Eestis või kui ta viibib Eestis 12 järjestikuse kalendrikuu jooksul vähemalt 183 päeva. Küsitati, kas omanik on

Eesti Vabariigi resident. Kõik omanikud vastasid sellele küsimusele, 98,6% ($n = 144$) on residendid (63_1).

Järgnevalt küsiti, kas omanik on vahetanud või kavatseb tulevikus residentsust vahetada, paluti selgitust. Omanikest ($n = 146$) vastas küsimusele 99,3% ($n = 145$), 15,2% ($n = 22$) vastas jaatavalt (64_1), vastuseta jäi 0,7% ($n = 1$) juhtumitest. Selgitati: „Ei ole vahetanud, ei kavatse, mulle meeldib Eestis elada.” Aga ka: „Hea küsimus. Vahest on küll siuke tunne, et koliks minema. Siis jälle avastad 10 asjaolu, miks seda ei saa teha. Aga noh vahest see lollus siin Eesti Vabariigis ajab küll vihale. Ja viletsad ilmad on siin kah.” (Intervjuu, 2009) (64_0)

3.16. Seotus äriühinguga

Küsimiseks küsiti, kas omanik töötab või on töötanud äriühingus, mille aktsiaid (osa) ta omab, sealhulgas juhatuses; kui jah, siis kellena. Omanikest ($n = 146$) vastas küsimusele 94,5% ($n = 138$), 94,9% ($n = 131$) vastas jaatavalt, vastuseta jäi 5,5% ($n = 8$) juhtumitest (65_5). Küsitletuist ($n = 138$) töötas või oli omatavas äriühingus töötanud juhatuse liikmena 72,5% ($n = 100$) (65_1), nõukogu liikmena 5,8% ($n = 8$) (65_2), muul ametikohal 16,7% ($n = 23$) (65_3), ei olnud seotud 0,7% ($n = 7$) (65_4).

Lisaks küsiti, kas järgitakse äriühingu omaniku rollis põhimõtet „Hoian nina äriühingu tegevuste sees, aga käed hoian eemal”. Kõik omanikud vastasid sellele küsimusele, vaid 15,8% ($n = 23$) vastasid jaatavalt (66_1). Vastati: „Vaata, kui sa oled nagu tegevjuhatuses ja oled omanik, siis sa oled nii seotud. Nii käte kui ninaga olen sees.” (Intervjuu, 2009) (66_0)

3.17. Sidusgrupid

Äriühingud omavad ühiskonnas kindlat kohta. Professionaalne omanik peaks tundma oma sidusgruppe ja arvestama nende õigustatud soove. Küsiti, millised huvigrupid (sidusgrupid) on omanikele tähtsaimad, ja miks. Omanikest ($n = 146$) vastas küsimusele 99,3% ($n = 145$), vastuseta jäi 0,7% ($n = 1$) juhtumitest. Omanikest ($n = 145$) pidas 69,0% ($n = 100$) tähtsaimaks omanikke (67_1), 94,5% ($n = 137$) kliente (67_2), 89,7% ($n = 130$) töötajaid (67_3), 55,9% ($n = 81$) avalikkust (67_4), 58,6% ($n = 85$) riiki (67_5), 53,8% ($n = 78$) audiitoreid (67_6) ja 0,7% ($n = 1$) muid (67_7). Vastati: „Tähtsaim mulle on omanike sidusgrupp. Äriühingutes arvestataksegi peamiselt nendega. Riiklikud struktuurid väljendavad enam klientide huve, ametiühingud töötajate omi, ajakirjandus avalikkuse huve...” (Intervjuu, 2009) Või: „Teised omanikud, kliendid, töötajad. Teistest omanikest sõltub, kui hästi sellel ettevõttel läheb, et kui me omavahel tülis oleme, siis ei saa ettevõtte nagu väga kaua toimida, kliendid toovad rahavoo, ja töötajad selletõttu, et kui töötajad ei ole oma töökohaga rahul, siis nad ei ole ettevõtte jaoks kasulikud, kui nad teevad vastu tahtmist, siis on kindlasti tulemus palju kehvem, kui nad teevad seda nagu hea

tundega.” (Intervjuu, 2009) Aga ka: „Tähtsad on kõik, kuid äritegevuses on eelkõige kliendid, kes meid palkavad. Edasi on töötajad, kes peavad olema võimelised töötama nii, et oleks tagatud nii omanike tulu kui klientide rahulolu.” (Intervjuu, 2009) (67_0)

Lõpetuseks paluti lumepalli-valimi jaoks soovitada tuttavat omanikku, keda intervjueerida. Omanikest ($n = 146$) vastas küsimusele 87,0% ($n = 127$), 41,7% ($n = 53$) soovitas tuttavat omanikku, keda edaspidi intervjueerida, vastuseta jäi 13,0% ($n = 19$) juhtumitest (68_1).

Järgnes küsimus, kas intervjueeritav on nõus isiklikult küsitlema tuttavat omanikku. Omanikest ($n = 146$) vastas küsimusele 86,3% ($n = 126$), 17,5% ($n = 22$) nõustus võtma intervjueri rolli. Olgu siinkohal märgitud, et tegelikult seda võimalust ei antud. Vastuseta jäi 13,7% ($n = 20$) juhtumitest (69_1).

Lõpuks küsiti, kas omanik soovib, et talle saadetak스 käesoleva uuringu tulemused. Omanikest ($n = 146$) vastas küsimusele 97,9% ($n = 143$), 80,4% ($n = 115$) soovis saada uuringu tulemusi, vastuseta jäi 2,1% ($n = 3$) juhtumitest (70_1). Viimase küsimusega uuriti huvitatust uurimistöö tulemuste suhtes. Huvi puhul võis eeldada, et anti siirad ja tõesed vastused.

Käesolevas peatükis kirjeldati juhtumite andmebaasi ja sinna kogutud andmeid. Esmane andmebaasi struktuur kujunes intervjuu juhendi struktuuri alusel, see tähendab, et alustatakse indiviidi tasandi küsimustest, järgnevad äriühingu tasandi küsimused ja lõpetatakse ühiskonna tasandi küsimustega. Juhtumite andmebaasi koondatud andmete põhjalikule kirjeldusele järgneb analüüs, andmed struktureeritakse ning leitakse seletused.

4. TULEMUSTE GRUPEERIMINE JA EMPIIRILISTE SEADUSPÄRASUSTE ANALÜÜS

4.1. Omanikuks olemise üldised ja olulised tunnused

Juhtumid (lõppomanikud) rühmitati valitud võrdlusdimensioonide (kategooria, alamkategooria) alusel ja sooritati moodustunud gruppide empiiriliste seaduspärasuste analüüs. See tähendab kahe tunnuse vahelise korrelatsiooni leidmist, mis ei pea tingimata olema põhjuse-tagajärje seos. Empiirilised seaduspärasused on seosed reaalse objektide vahel. Empiiriliste seaduspärasuste analüüsi käigus võrreldi omavahel ühte gruppi kuuluvaid juhtumeid, et kontrollida nende sarnasust. Samuti võrreldi omavahel grappe veendumaks, et nad on tõepoolest erinevad.

Uurimisküsimustest tulenevalt on omanikuks olemise üldised ja olulised tunnused lisaks väärtustele (RQ 1) seotud tahtega, mis seostub eelkõige küsimustega mida? ja kuidas? (aeg, risk, protsess). Mida (RQ 2) lõppomanik tahab pikas perspektiivis, on vaadeldav kui eesmärk ja tulemus, kuidas (RQ 3) seevastu on instrument tulemuse saavutamiseks.

Arvutipõhise andmeanalüüsi tulemused toob autor etteruttavalt kohe võrdlusdimensioonide kirjelduste järel. Tulemusteni jõudmist näidatakse alapeatükis 4.2 „Kvantifitseeritud andmete arvutipõhine andmeanalüüs”.

4.1.1. Taustinformatsioon

Kõigepealt valiti taustinformatsiooni sisaldavad võrdlusdimensioonid, sulgudes on näidatud alamkategooria dimensioonidele antud kood (KOOD). Lõppomanikku iseloomustavad tema individuaalsed demograafilised võrdlusdimensioonid, nagu sugu (SUGUN). Kategooria sugu alamkategooriate dimensioonid on naine ja mees, tunnuse väärtus üks tähistab naist, null meest. Omaniku vanus aastates intervjuerimisel (ID_VANUS). Samas uuriti ka, millisel kalendriaastal saadi omanikuks (IKAMI).

Taustinfo hõlmab ka kapitaliühinguid iseloomustavad võrdlusdimensioonid. Need on järgnevad. Kapitaliühingu õiguslik vorm (F_VORM) dimensioonidega aktsiaselts ja osühing. Tunnused on vastavalt väärtustega üks ja null. Töötajate arv < 10 (F_TARV_M), töötajate arv < 50 (F_TARV_V), töötajate arv < 250 (F_TARV_K), töötajate arv alates 250 (F_TARV_S). Mikroettevõtte (F_MIKR), väikeettevõtte (F_VAIK), keskmise suurusega ettevõtte (F_KESK) ja suurettevõtte (F_SUUR). Taustinfo viimane võrdlusdimensioon on huvitatus (ID_HUVI), millega hinnatakse lõppomaniku huvitatust uuringu tulemuste vastu. Võrdlusdimensiooni väärtus üks tähistab lõppomaniku kõrget huvitatust, mis ühtlasi väljendab uuringu usaldusväarsust.

Omanikkond jagati nelja gruppi (tabel 4), esimesse klastrisse k 1 paigutus lõppomanikest 28,1% ($n = 41$), teise 19,2% ($n = 28$), kolmandasse 30,8% ($n = 45$) ja neljandasse 21,9% ($n = 32$).

Tabel 4. Taustinformatsioon (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 ($n = 41$)			k 2 ($n = 28$)			k 3 ($n = 45$)			k 4 ($n = 32$)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Sugu	SUGUN	0-meess; 1-naine	0,32	0,00	0,47	0,07	0,00	0,27	0,27	0,00	0,45	0,13	0,00	0,34
Omaniku vanus	ID_VANUS	aasta	41	46	10,41	43	51	11,69	45	47	9,05	47	53	7,45
Omanikuks saamise aasta	IKAMI	aasta	2 000	2 006	5,45	2 000	1 998	5,74	1 997	1 992	4,74	1 995	1 993	4,90
Kapitalühingu õiguslik vorm	F_VORM	0-OÜ; 1-AS	0,08	0,00	0,27	0,20	0,00	0,41	0,30	0,00	0,46	0,66	1,00	0,48
Töötajate arv < 10	F_TARV_M	0-ei; 1-jah	1,00	1,00	0,00	0,21	0,00	0,42	0,02	0,00	0,15	0,00	0,00	0,00
Töötajate arv < 50	F_TARV_V	"	0,00	0,00	0,00	0,54	1,00	0,51	0,96	1,00	0,21	0,09	0,00	0,30
Töötajate arv < 250	F_TARV_K	"	0,00	0,00	0,00	0,18	0,00	0,39	0,02	0,00	0,15	0,69	1,00	0,47
Töötajate arv alates 250	F_TARV_S	"	0,00	0,00	0,00	0,07	0,00	0,26	0,00	0,00	0,00	0,22	0,00	0,42
Mikroettevõte	F_MIKR	"	1,00	1,00	0,00	0,21	0,00	0,42	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Väikeettevõte	F_VAIK	"	0,00	0,00	0,00	0,54	1,00	0,51	0,98	1,00	0,15	0,00	0,00	0,00
Keskmise suurusega ettevõte	F_KESK	"	0,00	0,00	0,00	0,18	0,00	0,39	0,02	0,00	0,15	0,75	1,00	0,44
Suureettevõte	F_SUUR	"	0,00	0,00	0,00	0,07	0,00	0,26	0,00	0,00	0,00	0,25	0,00	0,44
Huvitatus	ID_HUVI	"	0,75	1,00	0,44	0,67	1,00	0,48	0,82	1,00	0,39	0,97	1,00	0,18

Tabelis näidatakse nelja klasteri (k) võrdlusdimensioonid, kood, mõõde, lihtne aritmeetiline keskmine (\bar{x}), mood (Mo) ja standardhälve (s). Arusaadavuse parandamiseks on edaspidi võrdlusdimensioonide keskmiste kõrgeima väärtusega klaster näidatud rasvases kirjas (*bold*).

4.1.2. Väärtused

Väärtused selgitati välja esimesele uurimisküsimusele vastuse leidmiseks.

RQ 1: Missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused? (What are the owners' basic human values?)

Esimene võrdlusdimensioon mõõdab isiklike väärtuste mõju äriühingu aktsiate (osa) omandamisele (IVIN_04), väärtus üks tähendab, et lõppomaniku isiklikud väärtused mõjutasid oluliselt omanikuks saamist. Järgnevad väärtustüübid kõikehaaravus (IBV_UN), heasoovlikkus (IBV_BE), traditsioon (IBV_TR), konformsus (IBV_CO), turvalisus (IBV_SE), võim (IBV_PO), saavutus (IBV_AC), hedonism (IBV_HE), stimulatsioon (IBV_ST) ja enesemääratlemine (IBV_SD). Väärtustüübid näidatakse pöördkaalal (tabel 5).

Tabel 5. Väärtused (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 ($n = 41$)			k 2 ($n = 28$)			k 3 ($n = 45$)			k 4 ($n = 32$)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Isiklike väärtuste mõju äriühingu aktsiate (osa) omandamisele														
	IVIN_04	0-ei; 1-jah pöördkaala 1-ei ole üldse minu	0,80	1,00	0,41	0,71	1,00	0,46	0,66	1,00	0,48	0,78	1,00	0,42
Kõikehaaravus	IBV_UN	moodi kuni 6-täiesti minu moodi	4,46	4,33	0,69	4,24	4,00	1,00	4,44	4,67	0,87	4,61	5,00	0,56
Heasoovlikkus	IBV_BE	"	5,01	5,50	0,75	4,84	5,00	0,87	4,81	5,50	0,82	4,94	4,50	0,64
Traditsioon	IBV_TR	"	4,11	4,00	0,90	3,54	4,00	0,94	3,88	3,50	1,08	4,19	4,50	0,87
Konformsus	IBV_CO	"	3,34	3,50	1,21	3,21	3,00	0,88	3,70	3,00	1,16	3,55	4,00	1,19
Turvalisus	IBV_SE	"	3,85	5,00	1,36	3,88	5,50	1,36	4,03	4,00	1,01	3,78	2,50	1,16
Võim	IBV_PO	"	3,30	3,00	1,05	3,50	3,00	1,06	3,57	3,50	1,09	3,22	3,00	0,96
Saavutus	IBV_AC	"	3,55	2,00	1,23	3,61	5,00	1,29	3,73	4,00	1,11	3,42	3,00	1,00
Hedonism	IBV_HE	"	3,72	3,00	1,33	3,91	5,00	1,32	3,81	3,00	1,17	3,22	4,00	1,05
Stimulatsioon	IBV_ST	"	4,01	6,00	1,33	4,34	5,00	1,16	4,21	5,50	1,20	3,77	4,00	1,10
Enesemääratlemine	IBV_SD	"	4,94	4,50	0,75	5,29	6,00	0,79	5,09	6,00	0,82	4,91	4,00	0,84

Tunnuse väärtus kuus tähendab, et lõppomaniku väärtushinnang langeb täielikult kokku portreeritud omaniku väärtushinnanguga ehk 'portree on täiesti minu moodi', viis 'minu moodi', neli 'peaaegu minu moodi', kolm 'natuke minu moodi', kaks 'ei ole minu moodi' ja üks 'ei ole üldse minu moodi'.

4.1.3. Eesmärgid ja tulemused

Teisele uurimisküsimusele vastuse saamiseks valiti võrdlusdimensioonid, mis väljendavad eesmärgid ja tulemusi, mida lõppomanikud tahavad pikas perspektiivis saavutada. Eesmärgid ja tulemused võivad olla isiklikud, sotsiaalsed, poliitilised ja majanduslikud väärtused. Rokeach (1973) loetleb lõppväärtused ehk soovitatavad seisundid: elutarkus, eneseteostus, eneseaustus, küps armastus, lunastus, mugav elu, nauding, perekonna turvalisus, põnev elu, rahu kogu maailmas, rahvuslik julgeolek, sisemine tasakaal, sotsiaalne tunnustus, tõeline sõprus, vabadus, võrdsus, õnn, ümbritsev ilu.

RQ 2: Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis? (What will the owners of the company want to have from the company in the long run?)

Isiklikud väärtused ilmnevad hoiakutes, tõekspidamistes ja tegevustes ning väljenduvad alljärgnevatel võrdlusdimensioonides.

Võim on tulust olulisem (VVT_1), võim ja tulu on võrdselt olulised (VVT_3), võim ja tulu ei ole olulised (VVT_4). Siin näitab tunnuse väärtus üks, et valikus on esimene kategooria olulisem, väärtus null tähistab aga ebaolulisemat.

Võimu saavutamine formaalse omaniku õiguse alusel (VVS_01), võimu saavutamine isikliku autoriteedi alusel (VVS_02), võimu saavutamine premeerimise (raha, kiitus, tähelepanu) alusel (VVS_03), võimu saavutamine sunni (raha, karistamine, vallandamine) alusel (VVS_04), võimu saavutamine samastumise (karisma, eeskuju, teadmised) alusel (VVS_05). Tunnuste väärtus null tähendab tähtsusetu, viis kõige tähtsam (tabel 6).

Tabel 6. Isiklikud väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 (n = 41)			k 2 (n = 28)			k 3 (n = 45)			k 4 (n = 32)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Võim on tulust olulisem	VVT_1	0-ei;1-jah	0,05	0,00	0,22	0,04	0,00	0,19	0,05	0,00	0,21	0,13	0,00	0,34
Võim ja tulu on võrdselt olulised	VVT_3	0-ei;1-jah	0,05	0,00	0,22	0,22	0,00	0,42	0,20	0,00	0,41	0,19	0,00	0,40
Võim ja tulu ei ole olulised	VVT_4	0-ei;1-jah	0,02	0,00	0,16	0,07	0,00	0,27	0,02	0,00	0,15	0,10	0,00	0,30
Võimu saavutamine formaalse omaniku õiguse alusel	VVS_01	0-tähtsusetu kuni 5-kõige tähtsam	3,11	2,00	1,43	3,32	5,00	1,52	3,10	5,00	1,52	2,43	1,00	1,35
Võimu saavutamine isikliku autoriteedi alusel	VVS_02	"	4,13	5,00	1,28	4,30	5,00	0,91	4,37	5,00	0,83	4,17	5,00	1,07
Võimu saavutamine premeerimise (raha, kiitus, tähelepanu) alusel	VVS_03	"	3,11	4,00	1,17	3,09	3,00	1,15	2,98	3,00	0,96	3,00	3,00	1,00
Võimu saavutamine sunni (raha, karistamine, vallandamine) alusel	VVS_04	"	1,53	1,00	0,97	1,84	1,00	1,12	1,71	1,00	1,06	1,81	1,00	0,79
Võimu saavutamine samastumise (karisma, eeskuju, teadmised) alusel	VVS_05	"	3,24	3,00	1,26	3,70	5,00	1,26	3,33	4,00	1,20	3,89	5,00	1,31

Sotsiaalsed väärtused eelistavad laiemat inimgrupi õigusi. Võrdlusdimensiooniks on, esiteks, äriühingul on täita roll ühiskonnas (FPY); tunnuse väärtus üks tähendab jah, null ei.

Järgnevad võrdlusdimensioonid hindamaks, millised sidusgrupid on tähtsad. Need on: omanikud (S_HGRUPP_O), kliendid (S_HGRUPP_K), töötajad (S_HGRUPP_T), avalikkus (S_HGRUPP_AV), riik (S_HGRUPP_R), audiitorid (S_HGRUPP_AU) ja muud sidusgrupid (S_HGRUPP_M). Tunnuse väärtus üks väljendab tähtsust. Koondavalt arvatati sidusgruppide tähtsus omanikule (S_HGRUPPN). Tunnuse väärtus null tähendab, et omanik ei arvesta ühtegi sidusgruppi, ning väärtus seitse, et arvestab kõiki loetletud sidusgruppe (tabel 7).

Tabel 7. Sotsiaalsed väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 (n = 41)			k 2 (n = 28)			k 3 (n = 45)			k 4 (n = 32)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Äriühingul on täita roll ühiskonnas	FPY	0-ei; 1-jah	0,88	1,00	0,33	0,79	1,00	0,42	0,89	1,00	0,32	0,84	1,00	0,37
Sidusgrupp omanikud	S_HGRUPP_O	"	0,63	1,00	0,49	0,18	0,00	0,39	0,86	1,00	0,35	0,97	1,00	0,18
Sidusgrupp kliendid	S_HGRUPP_K	"	0,95	1,00	0,22	0,89	1,00	0,31	0,98	1,00	0,15	0,94	1,00	0,25
Sidusgrupp töötajad	S_HGRUPP_T	"	0,85	1,00	0,36	0,75	1,00	0,44	0,98	1,00	0,15	0,97	1,00	0,18
Sidusgrupp avalikkus	S_HGRUPP_AV	"	0,54	1,00	0,50	0,04	0,00	0,19	0,86	1,00	0,35	0,63	1,00	0,49
Sidusgrupp riik	S_HGRUPP_R	"	0,68	1,00	0,47	0,04	0,00	0,19	0,82	1,00	0,39	0,63	1,00	0,49
Sidusgrupp audiitorid	S_HGRUPP_AU	"	0,51	1,00	0,51	0,00	0,00	0,00	0,84	1,00	0,37	0,63	1,00	0,49
Muud sidusgrupid	S_HGRUPP_M	"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,15	0,00	0,00	0,00
		0-ei arvesta												
		kuni 7-arvestab												
		kõigi loetletud												
Sidusgruppide tähtsus	S_HGRUPPN	sidusgruppidega	4,17	6,00	1,73	1,89	2,00	0,74	5,24	6,00	1,35	4,75	6,00	1,68

Poliitilised väärtused on ideoloogilised tõekspidamised selle kohta, kuidas valitseda kõige paremini kapitaliühinguid. Esimene võrdlusdimensioon on kvaliteet (KVAL), see on omadus, laad, headus. Kõrge kvaliteet on toodete, teenuste täpne vastavus vajadustele. Tarbimisomaduste kogum. Kvaliteet kui missioon, eesmärk ja tulem (46_3). Tunnuse väärtus null tähendab, et kvaliteet ei ole oluline, väärtus kolm, et on oluline.

Järgnesid võrdlusdimensioonid strateegiline panus äriidee elluviimise (F_PANUS_S), strateegiline ja finantsiline panus äriidee elluviimise (F_PANUS_SF), ei strateegiline ega finantsiline panus äriidee elluviimise (F_PANUS_EI). Lisaks: tulu suurendamise viis on eetiline (F_EETIKA). Tunnuste väärtus üks tähendab jah, null ei (tabel 8).

Tabel 8. Poliitilised väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 (n = 41)			k 2 (n = 28)			k 3 (n = 45)			k 4 (n = 32)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
		0-ei ole oluline												
		kuni 3-on												
Kvaliteet	KVAL	oluline	0,27	0,00	0,59	0,32	0,00	0,55	0,20	0,00	0,40	0,38	0,00	0,66
Strateegiline panus äriidee elluviimise	F_PANUS_S	0-ei; 1-jah	0,43	0,00	0,50	0,43	0,00	0,50	0,49	0,00	0,51	0,61	1,00	0,50
Strateegiline ja finantsiline panus äriidee elluviimise	F_PANUS_SF	"	0,58	1,00	0,50	0,46	0,00	0,51	0,44	0,00	0,50	0,35	0,00	0,49
Ei strateegiline ega finantsiline panus äriidee elluviimise	F_PANUS_EI	"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,15	0,00	0,00	0,00
Tulu suurendamise viis on eetiline	F_EETIKA	"	0,64	1,00	0,49	0,67	1,00	0,48	0,70	1,00	0,46	0,73	1,00	0,45

Majanduslikud väärtused on väljendatavad rahas. Tuuakse vastavad võrdlusdimensioonid.

Äriühingu turuväärtus (F_TV), tunnuse väärtus on miljon eurot. Jooksev tulu on tähtsam (F_E_01), kapitalikasv on tähtsam (F_E_02), jooksev tulu ja kapitalikasv on mõlemad tähtsad (F_E_03), jooksev tulu ja kapitalikasv on tähtsusetud (F_E_04), finantsiline panus äriidee elluviimisse (F_PANUS_F), tulu on võimust olulisem (VVT_2), müügivalmidus (MYYK). Tunnuste väärtus üks tähendab jah, null ei (tabel 9).

Tabel 9. Majanduslikud väärtused kui eesmärk ja tulemus (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 (n = 41)			k 2 (n = 28)			k 3 (n = 45)			k 4 (n = 32)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Tulu on võimust olulisem	VVT_2	0-ei ;1-jah 0-ei müü kuni	0,88	1,00	0,33	0,67	1,00	0,48	0,73	1,00	0,45	0,58	1,00	0,50
Müügivalmidus	MYYK	1-nõus müüma	0,50	0,00	0,51	0,63	1,00	0,49	0,73	1,00	0,45	0,77	1,00	0,43
Äriühingu turuväärtus	F_TV	mln €	0,55	0,00	1,11	60,04	0,00	242,23	3,55	3,20	7,37	16,43	12,80	19,10
Jooksev tulu on tähtsam	F_E_01	0-ei ;1-jah	0,73	1,00	0,45	0,21	0,00	0,42	0,50	1,00	0,51	0,19	0,00	0,40
Kapitalikasv on tähtsam	F_E_02	"	0,20	0,00	0,40	0,50	0,00	0,51	0,30	0,00	0,46	0,59	1,00	0,50
Jooksev tulu ja kapitalikasv on mõlemad tähtsad	F_E_03	"	0,05	0,00	0,22	0,29	0,00	0,46	0,20	0,00	0,41	0,19	0,00	0,40
Jooksev tulu ja kapitalikasv on tähtsusetud	F_E_04	"	0,02	0,00	0,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,00	0,18
Finantsiline panus äriidee elluviimisse	F_PANUS_F	"	0,00	0,00	0,00	0,11	0,00	0,31	0,04	0,00	0,21	0,03	0,00	0,18

4.1.4. Instrumendid

Kolmandale uurimisküsimusele vastuse saamiseks valiti võrdlusdimensioonid, mis väljendavad instrumente tulemuste saavutamiseks. Instrumendid on seotud kategooriatega aeg, risk ja protsess. Rokeach (1973) loetleb instrumentaalsed ehk abistavad väärtused: abivalmis, andestav, armastav, aus, edasipüüdlik, julge, korralik, kujutlusvõimeline, kuulekas, loogiline, rõõmsameelne, salliv, sõltumatu, tasakaalukas, vaimne, vastutustundlik, viisakas, võimekas.

RQ 3: Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi? (Valuation of the way how values are created and how the owners' will is achieved.)

Ajaga seotud võrdlusdimensioonid on alljärgnevad.

Tulemuste saavutamise kiirus (AEG_O); tunnuste väärtus üks tähendab olulisust, null ebaolulisust.

Investeeringuhorisont (AEGN); tunnuse väärtus null tähistab lühiajalisi omanikke, üks pikaajalisi (üle ühe kalendriaasta) (tabel 10).

Tabel 10. Aeg kui instrument tulemuste saavutamiseks (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 (n = 41)			k 2 (n = 28)			k 3 (n = 45)			k 4 (n = 32)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Tulemuste saavutamise kiirus on oluline	AEG_O	0-ei ;1-jah 0-lühiajalised kuni 1-	0,76	1,00	0,43	0,82	1,00	0,39	0,70	1,00	0,46	0,63	1,00	0,49
Investeeringuhorisont	AEGN	pikaajalised omanikud	0,93	1,00	0,26	0,93	1,00	0,26	0,98	1,00	0,15	1,00	1,00	0,00

Riskiga seotud võrdlusdimensioonid.

Väike risk (võimalus kaotada väike osa investeeringust) (FRISK_V), keskmine risk (võimalus kaotada pool investeeringust) (FRISK_K), suur risk (võimalus kaotada kogu investeering) (FRISK_S), suhtumine riski (FRISK_N) ja diversifikatsioon (FRISKDIV). Tunnuste väärtus üks tähendab jah, null ei.

Osalus äriühingus alla 10% (F_OSALUS_P) (vähemusomanik), osalus äriühingus 10 kuni 50% (F_OSALUS_K), osalus äriühingus üle 50%

(F_OSALUS_E) (enamusedanik) ja osalus äriühingus 100% (F_OSALUS_A) (ainuomanik). Tunnuste väärtus üks tähendab jah, null ei.

Soovib oma panust suurendada (F_OSALUS_S), soovib panust vähendada (F_OSALUS_V), soovib panust suurendada ja vähendada (F_OSALUS_M), ei soovi panust suurendada ega vähendada (F_OSALUS_EI). Tunnuste väärtus üks tähendab jah, null ei (tabel 11).

Tabel 11. Risk kui instrument tulemuste saavutamiseks (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 (n = 41)			k 2 (n = 28)			k 3 (n = 45)			k 4 (n = 32)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Väike risk (võimalus kaotada väike osa investeeringust)	FRISK_V	0-ei; 1-jah	0,44	0,00	0,50	0,39	0,00	0,50	0,56	1,00	0,50	0,56	1,00	0,50
Keskmine risk (võimalus kaotada pool investeeringust)	FRISK_K	"	0,39	0,00	0,49	0,54	1,00	0,51	0,42	0,00	0,50	0,34	0,00	0,48
Suur risk (võimalus kaotada kogu investeering)	FRISK_S	"	0,17	0,00	0,38	0,07	0,00	0,26	0,02	0,00	0,15	0,09	0,00	0,30
Suhtumine riski	FRISK_N	0-riski mittelahjutavad kuni 1-riski lahjutavad omanikud 0- äriühingute erinev tegevusala ei ole oluline kuni 1-on	0,68	1,00	0,47	0,93	1,00	0,27	0,61	1,00	0,49	0,81	1,00	0,40
Diversifikatsioon	FRISKDIV	oluline	0,46	0,00	0,51	0,80	1,00	0,41	0,48	0,00	0,51	0,26	0,00	0,45
Osalus äriühingus alla 10%	F_OSALUS_P	0-ei; 1-jah	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,09	0,00	0,29	0,16	0,00	0,37
Osalus äriühingus 10 kuni 50%	F_OSALUS_K	"	0,35	0,00	0,48	0,42	0,00	0,50	0,58	1,00	0,50	0,52	1,00	0,51
Osalus äriühingus üle 50%	F_OSALUS_E	"	0,20	0,00	0,41	0,23	0,00	0,43	0,22	0,00	0,42	0,26	0,00	0,44
Osalus äriühingus 100%	F_OSALUS_A	"	0,45	0,00	0,50	0,35	0,00	0,49	0,11	0,00	0,32	0,06	0,00	0,25
Soovib oma panust suurendada	F_OSALUS_S	"	0,17	0,00	0,38	0,08	0,00	0,28	0,07	0,00	0,25	0,29	0,00	0,46
Soovib panust vähendada	F_OSALUS_V	"	0,11	0,00	0,32	0,12	0,00	0,33	0,13	0,00	0,34	0,26	0,00	0,44
Soovib panust suurendada ja vähendada	F_OSALUS_M	"	0,03	0,00	0,17	0,12	0,00	0,33	0,04	0,00	0,21	0,10	0,00	0,30
Ei soovi panust suurendada ega vähendada	F_OSALUS_EI	"	0,69	1,00	0,47	0,68	1,00	0,48	0,76	1,00	0,43	0,35	0,00	0,49

Protsessiga seotud võrdlusdimensioonid.

Asutaja (F_ASUTAJA), äriühingus valitseb konsensus (VKO_01), äriühingus valitseb kompromiss (VKO_02), äriühingus valitseb konkurents (VKO_03). Tunnuste väärtus üks tähendab jah, null ei. Äriühingu aastakäive (F_AKAIVE) miljonites eurodes.

Roll valitsemisel ja juhtimisel (FROLLN); tunnuse väärtus üks tähistab passiivseid, kaks neutraalseid ja kolm aktiivseid omanikke.

Mitteametlikud kokkulepped (koalitsioonikokkulepped, omanikkonna strateegia) (F_KOAL). Tunnuste väärtus üks tähendab, et kokkulepped on sõlmitud, null, et ei ole.

Järgnevad võrdlusdimensioonid, mis hindavad omaniku seotust: nõukogu liige (F_SEOTUS_N), juhatuse liige (F_SEOTUS_J), töötaja (F_SEOTUS_M), ei ole seotud äriühinguga (F_SEOTUS_EI). Tunnuste väärtus üks tähendab jah, null ei.

Tabel 12. Protsess kui instrument tulemuste saavutamiseks (autori arvutus)

Võrdlusdimensioonid	Kood	Mõõde	k 1 (n = 41)			k 2 (n = 28)			k 3 (n = 45)			k 4 (n = 32)		
			\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s	\bar{x}	Mo	s
Asutaja	F_ASUTAJA	0-ei ;1-jah	0,78	1,00	0,42	0,57	1,00	0,50	0,76	1,00	0,43	0,69	1,00	0,47
Omanikkonnas valitseb konsensus	VKO_01	"	0,63	1,00	0,49	0,75	1,00	0,44	0,39	0,00	0,49	0,72	1,00	0,46
Omanikkonnas valitseb kompromiss	VKO_02	"	0,37	0,00	0,49	0,13	0,00	0,34	0,51	1,00	0,51	0,22	0,00	0,42
Omanikkonnas valitseb konkurents	VKO_03	"	0,00	0,00	0,00	0,13	0,00	0,34	0,10	0,00	0,30	0,06	0,00	0,25
Äriühingu aastakäive	F_AKAIVE	mln € 1-passiivsed kuni 3-	0,70	1,90	0,80	18,59	1,90	80,76	2,04	3,20	1,91	28,63	1,90	78,37
Roll valitsemisel ja juhtimisel	FROLLN	aktiivsed	2,40	3,00	0,78	2,59	3,00	0,57	2,87	3,00	0,40	2,78	3,00	0,61
Mitteametlikud kokkulepped (koalitsioonikokkulepped)	F_KOAL	0-ei ;1-jah	0,31	0,00	0,47	0,36	0,00	0,49	0,32	0,00	0,47	0,43	0,00	0,50
Juhatusel liige	F_SEOTUS_J	"	0,76	1,00	0,43	0,64	1,00	0,49	0,67	1,00	0,48	0,84	1,00	0,37
Nõukogu liige	F_SEOTUS_N	"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,09	0,00	0,29	0,13	0,00	0,34
Töötaja	F_SEOTUS_M	"	0,16	0,00	0,37	0,28	0,00	0,46	0,22	0,00	0,42	0,00	0,00	0,00
Ei ole seotud äriühinguga	F_SEOTUS_EI	"	0,08	0,00	0,28	0,08	0,00	0,28	0,02	0,00	0,15	0,03	0,00	0,18
Professionaalne omanik	PRO	0-ebaprofessionaalne kuni 2-professionaalne	0,44	0,00	0,59	0,50	0,00	0,64	0,64	1,00	0,65	0,53	0,00	0,62

Professionaalne omanik (PRO); tunnuse väärtus kaks tähendab jah, null ei. Kategooria koosneb kahest alamkategooriast. Professionaalse omaniku esimene alamkategooria on „Omanik hoiab nina äriühingu tegevuste sees, aga käed hoiab eemal”, teine „Omanik loodab saavutada lühiajaliselt suurt tulu, tagades samaaegselt pikas perspektiivis äriühingu jätkusuutliku arengu” (tabel 12).

4.2. Kvantifitseeritud andmete arvutipõhine andmeanalüüs

Juhtumite grupeerimiseks on mitmeid võimalusi, parimad on tunnuskombinatsioonide kujutamine risttabelis, arvutipõhine andmeanalüüs, nagu klasteranalüüs, ning mitmemõõtmeline skaleerimine.

Omanikkonna tüpologia põhineb tunnuskombinatsioonidel, neid on võimalik kujutada risttabelina (tabel 13).

Tabel 13. Kategooriad, alamkategooriad ja teoreetiliselt võimalikud tüübid (autori illustatsioon)

KATEGORIA	ALAMKATEGORIA	KOOD	Avatus muutustele			Eneseupitamine			Alalhoidlikkus			Eneseületamine	
			Enese-määratlemine	Stimulatsioon	Hedonism	Saavutus	Võim	Turvalisus	Konformsus	Traditsioon	Hea-soovlikkus	Kõike-haaraus	
			SD	ST	HE	AC	PO	SE	CO	TR	BE	UN	
Mida?	Majanduslik eesmärk	Jooksev tulu Kapitalkasv	CB CI	Tuup SDCB Tuup SDCI	Tuup HECB Tuup HECI	Tuup ACCB Tuup ACCI	Tuup POCB Tuup POCI	Tuup SECB Tuup SECI	Tuup COCB Tuup COCI	Tuup TRCB Tuup TRCI	Tuup BECB Tuup BECI	Tuup UNCB Tuup UNCI	
	Osahuse määr	Enamusosalus Vähemusalus	MA MI	Tuup SDMA Tuup SDMI	Tuup STMA Tuup STMI	Tuup HEMA Tuup HEMI	Tuup ACMA Tuup ACMI	Tuup SEMA Tuup SEMI	Tuup COMA Tuup COMI	Tuup TRMA Tuup TRMI	Tuup BEMA Tuup BEMI	Tuup UNMA Tuup UNMI	
	Juridiline seisund	Füüsilised isikud Juridilised isikud	PN PL	Tuup SDPN Tuup SDPL	Tuup HEPN Tuup HEPL	Tuup ACPN Tuup ACPL	Tuup POPN Tuup POPL	Tuup SEPN Tuup SEPL	Tuup COPN Tuup COPL	Tuup TRPN Tuup TRPL	Tuup BEPN Tuup BEPL	Tuup UNPN Tuup UNPL	
	Investeeringuhorisont	Pikaajalised Lühiajalised	RL RS	Tuup SDRL Tuup SDRS	Tuup HERL Tuup HERS	Tuup ACRN Tuup ACRS	Tuup PORL Tuup PORS	Tuup SERL Tuup SERS	Tuup CORL Tuup CORS	Tuup TRRL Tuup TRRS	Tuup BERL Tuup BERS	Tuup UNRL Tuup UNRS	
	Suhtumine riski	Riski hajutatavad Riski mittehajutatavad	DR DN	Tuup SDDR Tuup SDDN	Tuup STDR Tuup STDN	Tuup HEDR Tuup HEDN	Tuup ACDR Tuup AC DN	Tuup PODR Tuup PODN	Tuup SEDR Tuup SEDN	Tuup CODR Tuup CODN	Tuup TRDR Tuup TRDN	Tuup BEDR Tuup BEDN	
Kuidas?	Roll valitsemisel ja juhtimisel	Passiivsed Aktiivsed	OP OA	Tuup SDOP Tuup SDOA	Tuup HEOP Tuup HEOA	Tuup ACOF Tuup ACOA	Tuup POOP Tuup POOA	Tuup SEOP Tuup SEOA	Tuup COOP Tuup COOA	Tuup TROP Tuup TROA	Tuup BEOP Tuup BEOA	Tuup UNOP Tuup UNOA	
	Panus äridee elluviimise	Strateegilised Finantsilised	OS OF	Tuup SDOS Tuup SDOF	Tuup STOS Tuup STOF	Tuup HEOS Tuup HEOF	Tuup ACOS Tuup ACOF	Tuup POOS Tuup POOF	Tuup SEOS Tuup SEOF	Tuup COOS Tuup COOF	Tuup TROS Tuup TROF	Tuup BEOS Tuup BEOF	
	Seotus äriühinguga	Välised Sisised	IO IN	Tuup SDIO Tuup SDIN	Tuup STIO Tuup STIN	Tuup HEIO Tuup HEIN	Tuup ACIO Tuup ACIN	Tuup POIO Tuup POIN	Tuup SEO Tuup SEIN	Tuup COIO Tuup COIN	Tuup TRIO Tuup TRIN	Tuup BEIO Tuup BEIN	
	Residentriik	Kodumaised Välismaised	RE RN	Tuup SDRE Tuup SDRN	Tuup STRE Tuup STRN	Tuup HERE Tuup HERN	Tuup ACRE Tuup ACRN	Tuup PORE Tuup PORN	Tuup SERE Tuup SERN	Tuup CORE Tuup CORN	Tuup TRRE Tuup TRRN	Tuup BERE Tuup BERN	

Risttabel annab ülevaate teoreetiliselt mõeldavatest tunnuste kombinatsioonidest. Kõik teoreetiliselt mõeldavad kombinatsioonid reaalsuses ei eksisteeri, samuti ei pruugi need olla uurimistöö seisukohalt asjakohased. Analüüsi alguses kujutatakse risttabelis esialgsed võrdlusdimensioonid – kategooriad, alam-

kategooriad ja teoreetiliselt võimalikud tüübid. Võttes aluseks esialgsed tahte ja alusväärtuste dimensioonid, kategooriad ja alamkategooriad, leiti, et teoreetiliselt on võimalik konstrueerida 180 omanikkonna tüüpi. Analüüsi edenedes sooritatakse redutseerimine ehk taandamine. Eksisteerivast mitmekesisusest moodustatakse kõige asjakohasemad tüübid.

Seitsmekümnest küsimusest kodeeris autor 195 koodsõna ja dimensioonis 225 võrdlusdimensiooni. Võrdlusdimensioonidest kvantifitseeris autor 90 tunnust, andmed transformeeriti. Järgmisena analüüsis autor tunnustevahelisi seoseid korrelatsioonianalüüsi abil.

Valitud juhtumeid ($n = 146$) analüüsi 81 olulise tunnuse alusel. Valitud tunnused on jaotatud nelja põhiossa. Esiteks, 13 kontekstuaalset tunnust. Teiseks, 11 tunnust esimesele uurimisküsimusele vastuse leidmiseks. Kolmandaks, tunnused teisele uurimisküsimusele vastuse leidmiseks. Eesmärgid ja tulemused: 8 tunnust isiklikud, 9 sotsiaalsed, 5 poliitilised ja 8 majanduslikud väärtused. Neljandaks, tunnused kolmandale uurimisküsimusele vastuse leidmiseks. Instrumendid eesmärkide ja tulemuste saavutamiseks: 2 tunnust seotud aja, 13 riski ja 12 protsessiga. (Juhtumite andmebaas_220311.xlsx)

Arvutipõhiseks andmeanalüüsiks valmistati ette kaks faili: esimene transformeerimata tunnustega (lisa 6: VD_140511.xlsx), teine transformeeritud tunnustega. Et skaalad oleksid võrreldavad, rakendati min-max normaliseerimist (min = 0 kuni max = 1, lahutatakse min ja jagatakse variatsiooniamplituudiga). Absoluutväärtuselt suuremate väärtustega skaalal mõõdetud tunnused ei mõjuta analüüsi tulemust enam kui väikese hajuvusega tunnused. Puuduvad väärtused asendatakse sümboliga „?”. Andmete eksportimiseks valmistati ette Microsoft Exceli komaaraldusega fail, transformeerimata (VD_140511.csv) ja transformeeritud tunnustega.

Arvutipõhiseks andmeanalüüsiks ette valmistatud andmeid on võimalik analüüsida mitmeid erinevaid tarkvarapakette kasutades. Kõige lihtsam ja käepärasem on Microsoft Excel 2010, mida on ka igal võimalusel rakendatud. Autor kasutas tarkvarapaketti The Waikato Environment for Knowledge Analysis, edaspidi WEKA (Hall, Frank, Holmes, Pfahringer, Reutemann, & Witten, 2009), versioon 3.6.4, mis on algselt välja töötatud andmekaeveks. WEKA sisaldab tööriistu andmete eeltöötlemiseks, klassifitseerimiseks, regressioonanalüüsiks, klasterdamiseks, assotsiatsiooni reeglite koostamiseks ja visualiseerimiseks. Samuti rakendati vabavaralise ja lihtsalt kasutatava andmeanalüüsipaketi PALaeontological Statistics, edaspidi PAST (Hammer, Harper, & Ryan, 2001) versiooni 2.00. PAST töötati algselt välja paleontoloogiliseks analüüsiks, kuid on tänapäeval kasutusel andmekaeves ja paljudes teistes valdkondades.

4.2.1. Hierarhiline ja mittehierarhiline klasteranalüüs

Klasteranalüüsi (*cluster analysis, classification analysis, numerical taxonomy*) abil püütakse andmetes avastada mingi struktuur. Klasteranalüüs võimaldab

jagada objektid (lõppomanikud) neile omaste tunnuste alusel gruppidesse, mida nimetatakse klastriteks. Ühte klastrisse kuuluvad objektid on eelnevalt kindlaksmääratud tunnuse põhjal sarnasemad samasse klastrisse kuuluvate, mitte aga teistes klastrites asuvate objektidega. Seega on eesmärgiks samaaegselt maksimeerida klastrisisest homogeensust ning eri klastrite vahelist heterogeensust. Klasteranalüüsi kasutatakse nii objektide kui ka tunnuste grupeerimiseks nende omavahelise sarnasuse alusel. Põhimõtteliselt püütakse klasteranalüüsis imiteerida silmade tööd.

Selleks et reaalsuses esinevaid äriühingute omanikkonna liikmeid formaalsete meetoditega uurida, lihtsustati objekti nii, et otseselt tema enda asemel võeti uurimise alla teda iseloomustavad tunnused. Sneath ja Sokal (1973) selgitasid, et tunnusruumil on formaalselt n dimensiooni, igale tunnusele üks, milles on t punkti. Punktid t esindavad käesolevas töös lõppomanikke. Omanikkonnaruumil on formaalselt t dimensiooni, igale omanikule üks, milles on n punkti, mis esindavad tunnuseid.

Klasteranalüüs on tegevus, mille tagajärjel paigutatakse objektid k klastrisse nii, et klastrisiselt oleks objektide sarnasus maksimaalne ning eri klastrites olevate objektide sarnasus minimaalne. Klasteranalüüs on meetod, kus põhimõtteliselt ei ole ühte ja ainuõiget lahendit, vaid kus tulemust peab hindama tema interpreteeritavuse ja ka valitud teooriale vastavuse seisukohast. Klasteranalüüsi põhiline eelis seisneb korratavuses (*repeatability*) ja objektiivsuses (*objectivity*). Klasteranalüüsi kõige olulisem osa on uurimisküsimustega (eelnevad uurimistööd, teooria, probleem) seotud tunnuste valimine, millel klasteranalüüs põhineb. Juba üks ebaoluline tunnus võib rikkuda analüüsi. Teine oluline klasteranalüüsi osa on klastrite arvu määramine, milleks kindel reeglistik küll puudub, kuid teoreetilised ja praktilised mõtisklused aitavad määrata õige klastrite arvu.

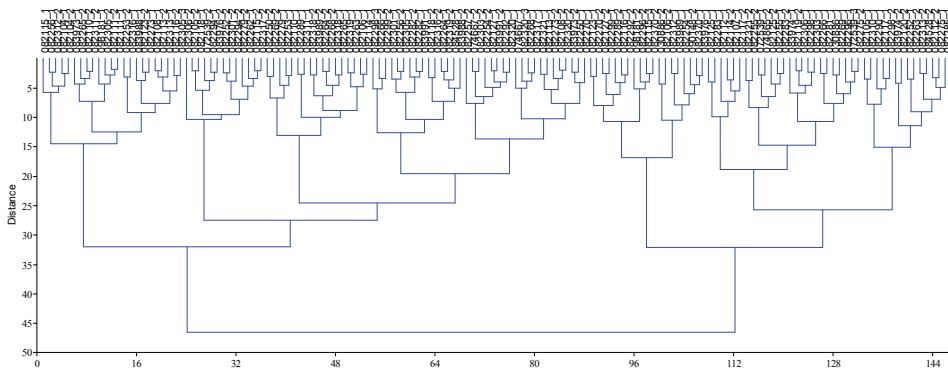
Klasteranalüüsi puhul võib rääkida kahest erinevast analüüsimeetodist: hierarhilisest klasteranalüüsist ja mittehierarhilisest klasteranalüüsist. Et gruppide arv ei olnud eelnevalt teada, alustas autor analüüsi hierarhilise klasteranalüüsiga, kus klastrite arv ei ole *a priori* kindlaks määratud.

Eristatakse liitmismeetodit (*agglomerative clustering*), kus protsessi alguses moodustab iga objekt omaette klatri. Samm-sammult integreeritakse kaks kõige lähedasemat klatri üheks. Protsess jätkub, kuni kõik objektid kuuluvad samasse klastrisse. Jaotusmeetodi (*divisive clustering*) alguses on vastupidiselt eelnevale kõik objektid ühes klastris, analüüsi käigus jagatakse objektid eraldi klastritesse. Protsessi lõpus moodustab iga objekt omaette klatri. Klastritevahelise kauguse arvutamiseks kasutatakse järgmisi algoritme: lähim naaber (*nearest neighbour, single linkage*), kaugeim naaber (*furthest neighbour, complete linkage*), keskmine ühendus (*average linkage, unweighted pair group method with average means*) ning Ward'i meetod (*Ward's method*). Ward'i meetodi rakendamisel ühendatakse igal sammul need klastrid, mille korral informatsiooni kadu, vigade ruutude summa, on kõige väiksem. Autorit ei huvitanud ei alg- ega lõppseis, vaid optimaalne klastrite arv. Lähtuti eelkõige oma vaistust ja mudeli

interpreteerimise võimalustest, kuid selle juures oli suureks abiks ka mõnede matemaatiliste parameetrite jälgimine.

Hierarhiline klasteranalüüs on hästi kasutatav siis, kui objekte on suhteliselt vähe või kui on oodata, et klastrid suhteliselt selgelt üksteisest eristuvad. Hierarhilise klasteranalüüsi näitlikustamiseks kasutatakse üldjuhul dendrogramme (*dendrogram*). Autor rakendas hierarhilist ja mittehierarhilist klasteranalüüsi koos. Esiteks leiti hierarhilise klasteranalüüsi abil esialgne lahendus, mille abil määrati klastrite arv. Viimast kasutati edasise analüüsi sisendina. Klasteranalüüsi tulemuste usaldusväärsuse (*reliability*) ja kehtivuse (*validity*) hindamiseks sooritas autor samade andmetega klasteranalüüsi, kasutades eri algoritme ja sarnasuse mõõte. Tulemusi võrreldi hindamaks lahenduse stabiilsust.

Parima lahenduse andis andmetöötluspaketi PAST versiooni 2.00 kasutamine. Rakendati erinevaid algoritme (*paired group*, *single linkage*, *Ward's method*) ja sarnasuse mõõte (Gower, Euclidean, Correlation, Rho, Dice, Jaccard, Kulczynski, Ochiai, Simpson, Bray-Curtis, Cosine, Morisita, Raup-Crick, Horn, Hamming, Chord, Manhattan, Jukes-Cantor, Kimura). Ükski meetod ei ole teisest tingimata parem. Erinevate algoritmide alusel moodustatud dendrogramme võrreldi omavahel. Korrelatsioonikordaja (*cophenetic correlation coefficient*, Coph. Corr.) mõõdab dendrogrammi hierarhilise struktuuri headust: mida lähemal on kordaja väärtus ühele, seda kõrgem on dendrogrammi kvaliteet (Hammer *et al.*, 2001). PAST võimaldab vastavalt soovile eraldi grupeerida nii omanikke (*R mode*) kui ka tunnuseid (*Q mode*). Esimesel juhul paigutatakse objektid andmematriksis ridadesse, tunnused veergudesse. Matriksi pööramine (*transposing*) võimaldab grupeerida tunnused. Mõlemal juhul on põhilised matemaatilised tehted formaalselt samad (Sneath & Sokal, 1973).

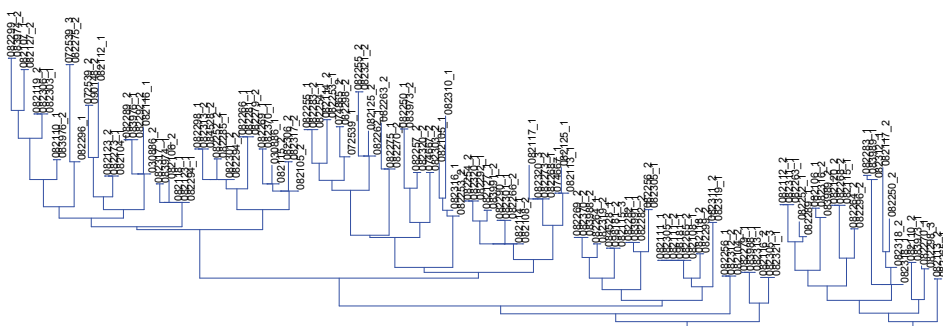


Joonis 14. Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud omanikkonna dendrogramm, *R mode*, Coph. Corr.: 0,2824 (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Hierarhilise klasteranalüüsi tulemuste korrelatsioonikordaja on kõrgeim, kui rakendada algoritmi keskmine ühendus (*paired group*) sarnasuse mõõte Morisita

(Coph. Corr. = 0,6558) ja Jaccard (Coph. Corr. = 0,6547). Kõige ühtlasema struktuuriga on Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud omanikkonna dendrogramm (joonis 14), grupeeriti omanikke (*R mode*). Korrelatsioonikordaja (Coph. Corr. = 0,2824) väärtus jääb üsna kaugemale ühest, kuid dendrogramm täidab oma põhifunktsiooni – määrata klastrite arv. Hinnates omanikkonna dendrogrammil klastrite suhtelisi kaugusi, oli võimalik määrata esialgne klastrite arv. Lähema vaatluse alla võeti kolme kuni seitsme klastriga variandid.

Naabriliiite (*neighbour joining*) klasterdamine on arvestatav alternatiivne meetod hierarhiliseks klasteranalüüsiks (Hammer *et al.*, 2001). Juurdumata dendrogrammil (*phylogram*) on võimalik näha vähemalt nelja kobaratena moodustunud omanikkonna gruppi (joonis 15).

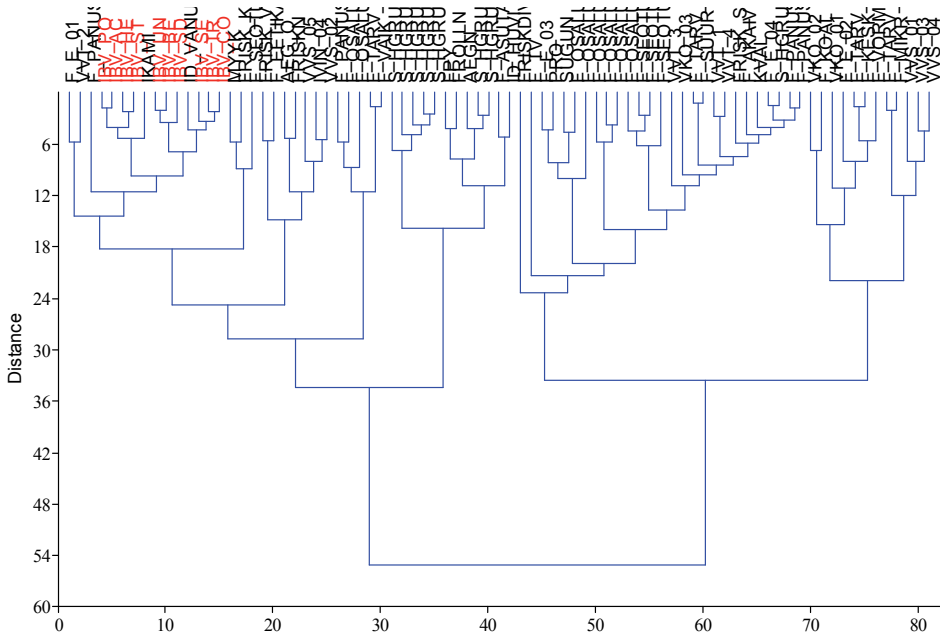


Joonis 15. Naabriliiite klasteranalüüsil saadud juurdumata dendrogramm, Horn'i sarnasuse mõõt (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

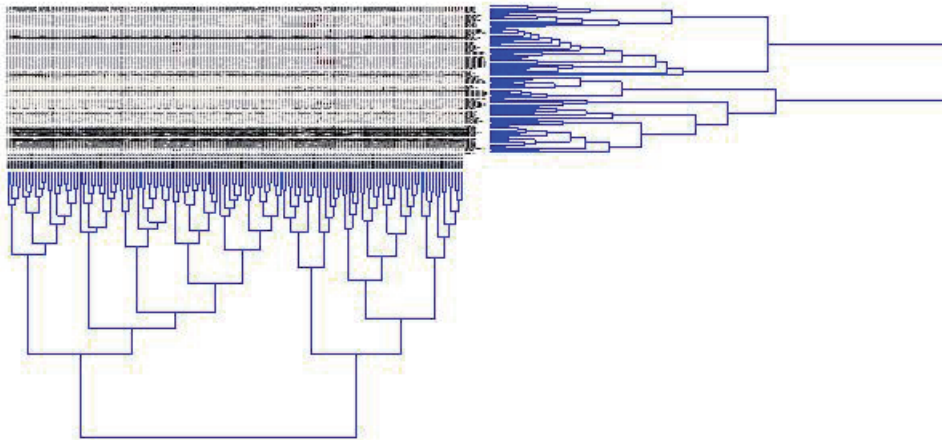
Korrelatsioonikordaja on kõige kõrgem algoritmi keskmine ühendus (*paired group*) sarnasuse mõõde Jaccard (Coph. Corr. = 0,986) ja Dice (Coph. Corr. = 0,9785) rakendades. Kõige ühtlasema struktuuriga on samuti Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud tunnuste dendrogramm (joonis 16), rühmitati tunnused (*Q mode*). Korrelatsioonikordaja (Coph. Corr. = 0,6073) näitab, et dendrogrammi hierarhiline struktuur on suhteliselt hea.

Parima ülevaate andis kahepoolne (*two-way*) dendrogramm, milles on ühendatud andmemaatriks, omanikkonna dendrogramm ja tunnuste dendrogramm. Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud kahepoolse dendrogrammi (joonis 17) ühelt poolt on võimalik lugeda tekkinud klastrid ja teiselt poolt nendele klastritele vastavad tunnused.

Hierarhilise klasteranalüüsi tulemusena on alust arvata, et andmed on piisavalt varieeruvad ning nende alusel on võimalik omanikkonna jagada vähemalt neljaks sisemiselt homogenseks ja väliselt heterogenseks gruppiks.



Joonis 16. Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud tunnuste dendrogramm, Q mode, Coph. Corr.: 0,6073 (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)



Joonis 17. Ward'i meetodil eukleidilise sarnasuse mõõdu alusel hierarhiliselt klasterdatud kahepoolne dendrogramm, R mode (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Autor jätkas analüüsi mittehierarhiline klasteranalüüsiga, selle põhieesmärk oli leida grupid ja gruppide liikmed. Mittehierarhiline klasteranalüüsi puudused on, et klastrite arv tuleb üldjuhul ette anda ning klastrite esmane keskpunktide

(*centers, seeds*) valik on isevaldne, millest tingitult võivad tulemused analüüsiti veidi erineda (Hammer *et al.*, 2001).

Mittehierarhilise klasteranalüüsi teostamiseks rakendas autor MacQueen'i (1967) k-keskmiste (*k-means*) meetodit, mis on levinuim kasutatav algoritm. k-keskmiste klasteranalüüs sobib grupeerimise meetodiks, kuna objektide rohkuse tõttu on hierarhilise klasteranalüüsi tulemus (dendrogramm, lävendiga graaf) muutunud ebaülevaatlikuks. k-keskmiste klasteranalüüsi algoritm on lihtne ja töökindel. Kõigepealt määratakse klastrite arv *k* ning jagatakse objektid esialgsetesse klastritesse. Arvutatakse välja klastrite keskpunktid ning hakatakse võrdlema igat objekti kõigi klastrite keskpunktidega. Juhul kui objekti kaugus mõne muu klasteri keskpunktist on väiksem kui selle klasteri keskpunktist, milles ta parasjagu asub, siis tuleb objekt teise klasterisse ümber tõsta. Protsessi jätkatakse niikaua, kuni kõik objektid on klasteris, mille keskpunktile nad kõige lähemal asuvad. Klasteri keskpunkt (*centroid*) on vastava klasteri kõikide objektide kõikide tunnuste keskväärts.

WEKA k-keskmiste meetod andis klastrite keskpunktid kõikidele valitud tunnustele, see võimaldab moodustunud grupeerimise iseloomustada. Arvestades summaarse ruutvea (*within cluster sum of squared errors*) murdepunkti, võeti lähema vaatluse alla kolme kuni viie klasteriga variandid. Näidati ka objektide arvuline ja protsentuaalne jaotus klastrite vahel. Objektide jaotus klastrite vahel on suhteliselt ühtlane: (k 1 (*n* = 58) 40%; k 2 (*n* = 47) 32%; k 3 (*n* = 41) 28% / k 1 (*n* = 53) 36%; k 2 (*n* = 46) 32%; k 3 (*n* = 25) 17%; k 4 (*n* = 22) 15% / k 1 (*n* = 37) 25%; k 2 (*n* = 22) 15%; k 3 (*n* = 26) 18%; k 4 (*n* = 29) 20%; k 5 (*n* = 32) 22%).

PASTi k-keskmiste meetod andis pärast soovitud klasterite arvu sisestamist tabeli, milles igale objektile (*item*) on määratud klaster (tabel 14). Mittehierarhilise klasteranalüüsi tulemus sõltub juhtumite järjekorrast andmebaasis, seepärast korrati analüüsi suhteliselt stabiilse tulemuseni. Klasteranalüüsi k-keskmiste meetodil korrati neli korda, ootuspäraselt olid tulemused igal korral veidi erinevad. Tulemusi võrreldes ilmnes, et teine ja neljas kordus on suhteliselt sarnased. Mistõttu valis autor edasiseks analüüsiks teise korduse jaotuse.

Klastrite tõlgendamiseks ja iseloomustamiseks arvutati teise korduse jaotuse alusel klasterite tunnuste keskväärtsused (tabel 4 kuni 12). Moodustunud klasterite kaugus Ward'i meetodil on väiksem (Min *Y* = -30 kuni -20) kui kogu valimi puhul (Min *Y* = -50). See tähendab, et klasterid on sisemiselt homogeenid ja eksisteerib väline heterogeensus klasterite vahel. Pärast omanikkonna liikmete esialgset klasteranalüüsi jätkati mittemeetrilise mitmemõõtmelise skaleerimisega (nMDS).

Tabel 14. Objektidele määratud klastrid (autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Objekt	Klaster	Objekt	Klaster	Objekt	Klaster	Objekt	Klaster	Objekt	Klaster	Objekt	Klaster	Objekt	Klaster
030886	_1 1 4 1 2 1	082112	_1 4 1 2 1	082310	_1 2 4 1 2	082266	_1 4 1 2 1	082289	_2 4 1 2 1	082306	_2 4 1 2 1	082370	_2 3 3 3 3
030886	_2 1 1 4 1	082112	_2 4 2 3 4	082127	_1 2 4 1 3	082266	_2 2 4 1 3	082290	_1 2 4 1 3	082311	_1 4 2 3 4	083973	_1 3 3 3 2
072539	_1 2 4 1 4	082113	_1 3 4 1 3	082127	_2 4 1 2 1	082268	_2 4 2 3 4	082292	_1 2 4 1 3	082311	_2 3 3 3 3	083973	_2 2 4 1 3
072539	_2 1 1 4 1	082113	_2 3 3 3 2	082250	_1 2 4 1 4	082268	_1 1 4 4 3	082292	_2 1 1 2 1	082312	_1 3 2 3 2	083974	_1 1 1 4 1
072539	_3 4 1 2 4	082114	_1 1 4 4 3	082250	_2 2 4 1 2	082269	_1 4 2 2 4	082294	_2 1 1 4 1	082312	_2 3 3 3 3	083974	_2 4 1 2 1
074667	_2 2 4 1 3	082114	_2 2 2 1 2	082252	_1 4 2 3 4	082269	_2 3 2 3 2	082294	_1 1 1 4 1	082313	_1 3 3 3 2	083976	_1 4 1 2 1
074667	_1 2 4 1 2	082115	_1 3 3 3 4	082252	_2 4 2 2 1	082270	_1 3 2 3 4	082296	_1 4 1 2 4	082313	_2 4 2 2 1	083976	_2 1 1 4 1
074865	_2 2 4 1 4	082115	_2 4 1 2 1	082253	_1 2 2 1 2	082270	_2 2 2 1 2	082296	_2 3 3 3 3	082316	_1 1 3 4 3	083988	_1 3 3 3 2
082104	_1 1 1 4 1	082115	_3 3 3 3 3	082253	_2 1 4 4 3	082273	_1 1 1 4 1	082298	_2 2 4 1 4	082316	_2 3 3 3 3	083988	_2 3 3 3 3
082104	_2 3 3 3 3	082116	_1 1 1 4 1	082254	_1 2 4 1 4	082273	_2 2 4 1 3	082298	_1 4 1 2 1	082317	_1 1 3 4 3	083989	_1 4 2 3 2
082105	_1 3 3 3 2	082116	_2 3 3 3 3	082254	_2 2 4 1 3	082275	_2 4 1 2 4	082298	_3 3 2 3 2	082317	_2 4 1 2 1	083989	_2 3 3 3 2
082105	_2 1 1 4 1	082117	_1 2 4 1 3	082255	_1 2 4 1 4	082275	_1 4 1 2 1	082299	_1 4 1 2 1	082318	_1 3 3 3 2	083991	_1 3 3 3 3
082106	_1 3 2 3 2	082117	_2 3 2 3 2	082255	_2 2 4 1 4	082279	_2 4 1 2 1	082299	_2 3 3 3 3	082318	_2 3 3 3 2	083991	_2 2 4 1 3
082106	_2 1 1 4 1	082118	_1 1 1 4 1	082256	_1 3 3 3 3	082279	_1 3 2 3 2	082301	_1 3 3 3 3	082319	_1 3 3 3 3	084528	_1 3 3 3 3
082107	_1 4 1 2 1	082118	_2 3 3 3 3	082256	_2 3 3 3 3	082281	_1 4 1 2 1	082301	_2 1 1 4 1	082319	_2 3 3 3 3	084528	_2 4 1 2 1
082108	_1 3 3 3 3	082119	_2 4 1 2 1	082257	_2 2 4 1 3	082282	_1 3 3 3 3	082303	_1 4 1 2 1	082320	_1 2 4 1 3	090148	_2 1 1 2 1
082108	_2 2 4 1 3	082120	_2 3 3 3 2	082262	_1 2 4 1 4	082282	_2 3 3 3 3	082303	_2 2 4 1 3	082320	_2 2 4 1 3	082265	_1 3 2 3 2
082110	_1 1 1 4 1	082123	_2 1 1 4 1	082263	_1 3 2 3 4	082283	_2 2 4 1 4	082305	_1 3 3 3 3	082320	_3 1 4 4 3	082265	_2 3 3 3 3
082110	_2 3 3 3 3	082123	_1 1 1 4 1	082263	_2 4 2 2 1	082283	_1 4 2 2 2	082305	_2 3 3 3 3	082321	_1 3 3 3 3	098181	_1 3 3 3 3
082111	_2 3 3 3 3	082125	_2 2 2 1 4	082264	_1 3 3 3 3	082285	_1 4 2 2 4	082305	_3 3 3 3 3	082321	_2 2 2 1 4	098181	_2 4 3 3 3
082111	_1 3 3 3 3	082125	_1 4 2 2 4	082264	_2 4 2 3 4	082289	_1 3 3 3 3	082306	_1 1 1 2 1	082370	_1 4 2 2 1		

4.2.2. Mitmemõõtmeline skaleerimine

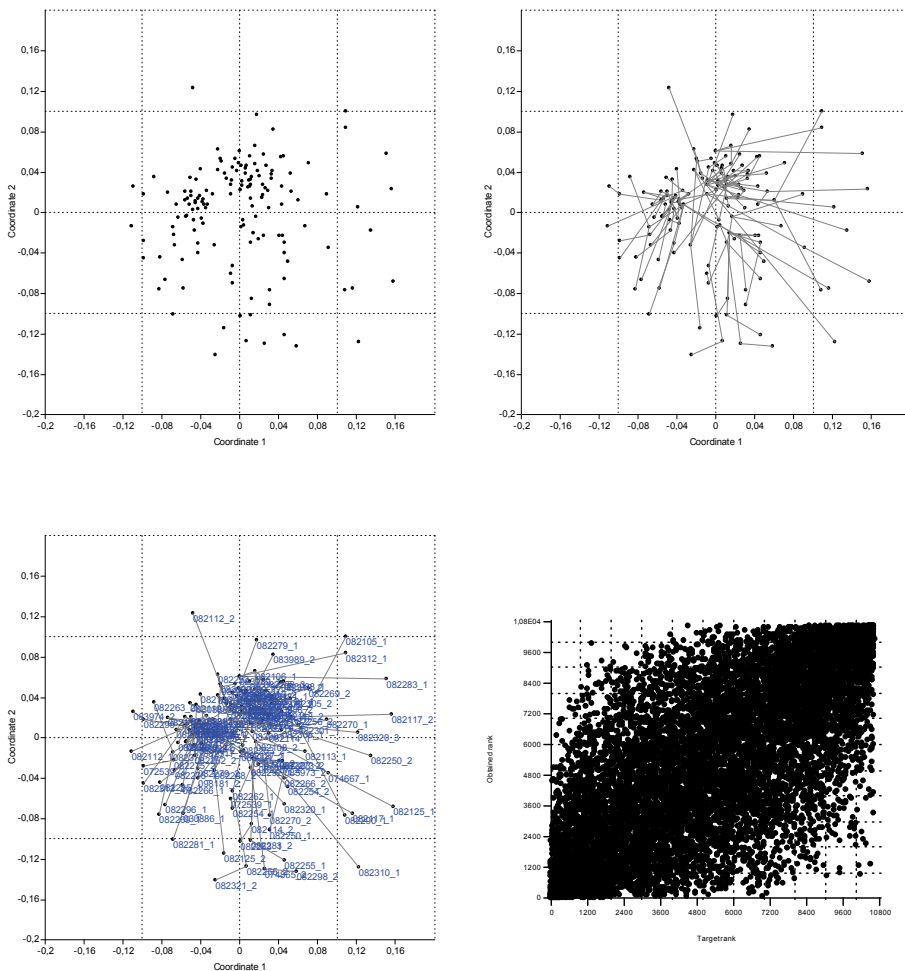
Mitmemõõtmeline skaleerimine on statistiline informatsiooni visualiseerimise tehnika andmetes sarnasuste ja erinevuste avastamiseks. Autor rakendas PASTi mittemeetrilist mitmemõõtmelist skaleerimist (nMDS), mis võimaldab valida erinevaid sarnasuse mõõte (Gower, Euclidean, Correlation, Rho, Dice, Jaccard, Kulczynski, Ochiai, Simpson, Bray-Curtis, Cosine, Morisita, Raup-Crick, Horn, Hamming, Chord, Manhattan, Jukes-Cantor, Kimura) (Hammer *et al.*, 2001). Nii nagu klasteranalüüsil võivad tulemused siingi analüüsiti erineda.

Algoritm paigutab objektid vastavalt valikule punktidenä kahe- (2D) või kolmemõõtmelisse (3D) tunnusruumi (*A-space, attribute space*) või tunnused omanikkonnavahelise ruumi (*I-space, individual space*). Lisaks punktidele ruumis on võimalik joonisele lisada lävendiga graaf ja sildid. Lävendiga graaf võimaldas kirjeldada omanikkonnavahelisi seoseid, mida oli omakorda võimalik võrrelda hierarhilise klasteranalüüsi tulemusel saadud dendrogrammiga.

Analüüsipaketi PAST nMDS tulemuse kvaliteeti hinnatakse näitajatega stress (*stress*) ja valimi determinatsioonikordaja (*R-square, R²*). Vastavad väärtused leitakse spetsiaalselt joonisel (*Shepard plot*), ideaalis peavad kõik punktid asetsema sirgel ($x = y$). Mida madalam stressi väärtus, seda parem. Stressi väärtus sõltub MDS protseduurist ja analüüsitava andmetest: väärtus 0,0 on ideaalne, väärtus üle 0,4 on kehv (Malhotra, 2007). R^2 väärtus peab vastupidiselt olema võimalikult kõrge: väärtus 1,0 on ideaalne, väärtus üle 0,6 on vastuvõetav (Malhotra, 2007). Järgneb tunnusruumi (*A-space, attribute space*) ja omanikkonnavahelise ruumi (*I-space, individual space*) analüüs.

Tunnusruumi analüüsi tulemusena saadi joonis „Omanikkond tunnusruumis” (joonis 18). Valiti madalaima stressi ja kõrgeima valimi determinatsioonikordaja väärtustega tulemus. Joonisel on omanikkond kujutatud kahemõõtmelises (2D) tunnusruumis. Esiteks punktidenä, teiseks lävendiga graafina (*min. span tree*). Kolmandaks lävendiga graafina, millele on lisatud sildid (*row labels*).

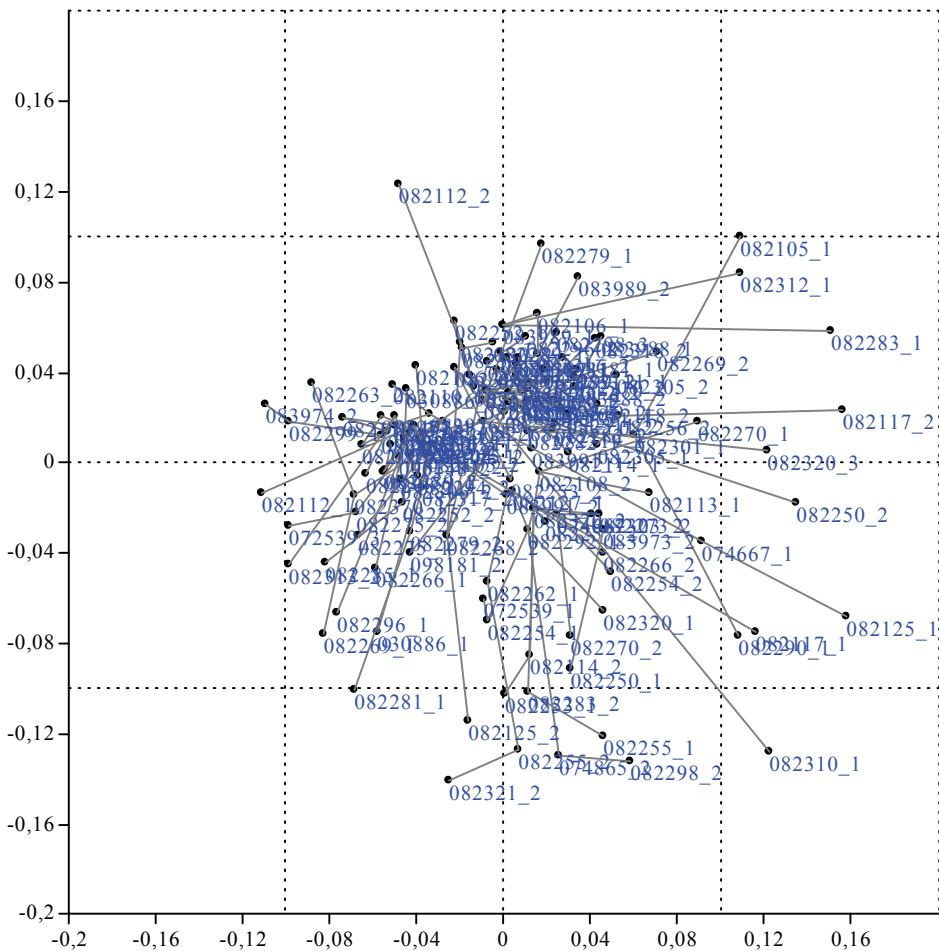
Neljandaks kujutatakse nMDS *Shepard plot*, millelt nähtub, et punktid ei asu ühel teljel, vaid on hajutatud. Stress = 0,3751 < 0,4 on rahuldav tulemus. R² esimesele teljele = 0,2979, teisele teljele = 0,2293 < 0,6 on suhteliselt kehva näitaja (Hammer *et al.*, 2001).



Joonis 18. Omanikkond tunnusruumis. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

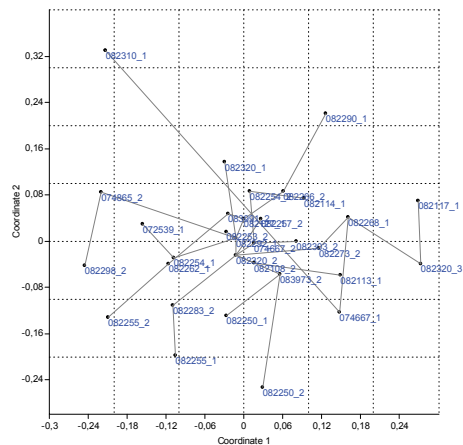
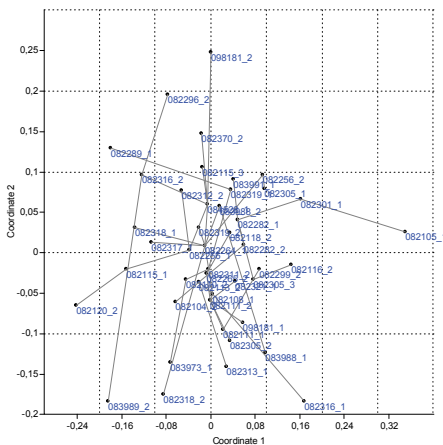
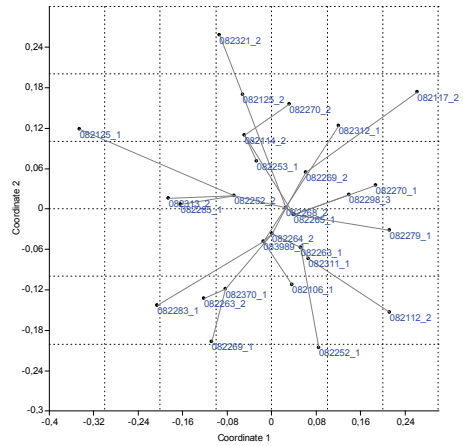
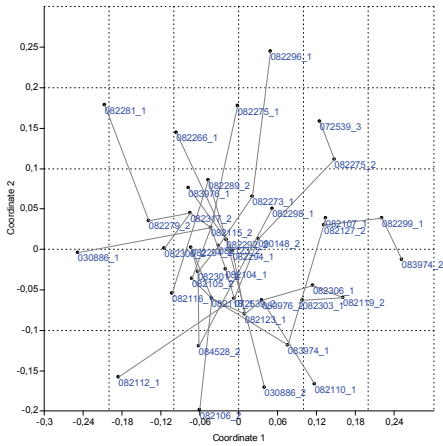
Täpsema vaatluse alla võeti lävendiga graaf ‘omanikkond tunnusruumis’ (joonis 19). Valiti madalaima stressi ja kõrgeima valimi determinatsioonikordaja väärtustega tulemus. Joonisel on omanikkond kujutatud kahemõõtmelises (2D) tunnusruumis, lisatud on sildid (*row labels*) ja lävendiga graaf (*min. span tree*). Graafil on näha omanikkonna liikmete koondumist teatud gruppidesse, osa

lõppomanikke paigutub äärealadele, näiteks juhtumid 082112_2; 082283_1; 082310_1. Eksisteerib tüpologia konstrueerimiseks vajalik mitmekesisus.



Joonis 19. Lävendiga graaf 'omanikkond tunnusruumis'. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

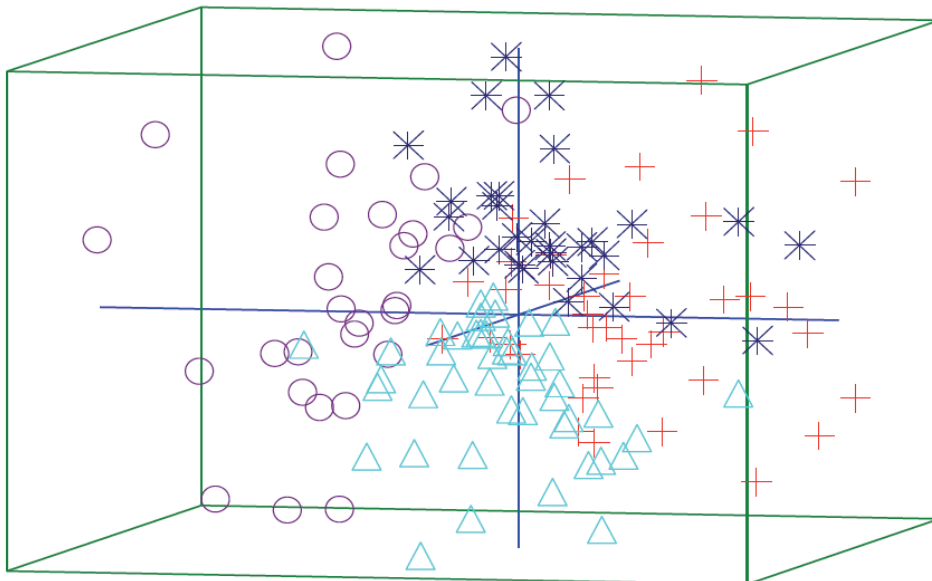
Järgnevalt korraldi analüüsi kõigi nelja omanikkonna grupiga, et hinnata nende sisemist homogeensust. Moodustused lävendiga graafid (joonis 20) 'omanikkond tunnusruumis', klastrid üks kuni neli (k 1, k 2, k 3, k 4).



Joonis 20. Lävendiga graafid ‘omanikkond tunnusruumis’, klastrid üks kuni neli (k 1, k 2, k 3, k 4). Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Stress (k 1; k 2; k 3; k 4) = 0,3290; 0,3372; 0,3107; 0,2468 < 0,3 on hea tulemus. R^2 esimesele teljele = 0,3307; 0,3642; 0,3803; 0,4608, teisele teljele = 0,2239; 0,1962; 0,2465; 0,2839 < 0,6 on suhteliselt kehv näitaja (Hammer *et al.*, 2001). Koordinaattelgede algus- ja lõpp-punktide (X_{start} ; X_{end} ; Y_{start} ; Y_{end}) järgi on näha, et moodustunud omanikkonna klastrid on sisemiselt sarnasemad kui omanikkond tunnusruumis tervikuna.

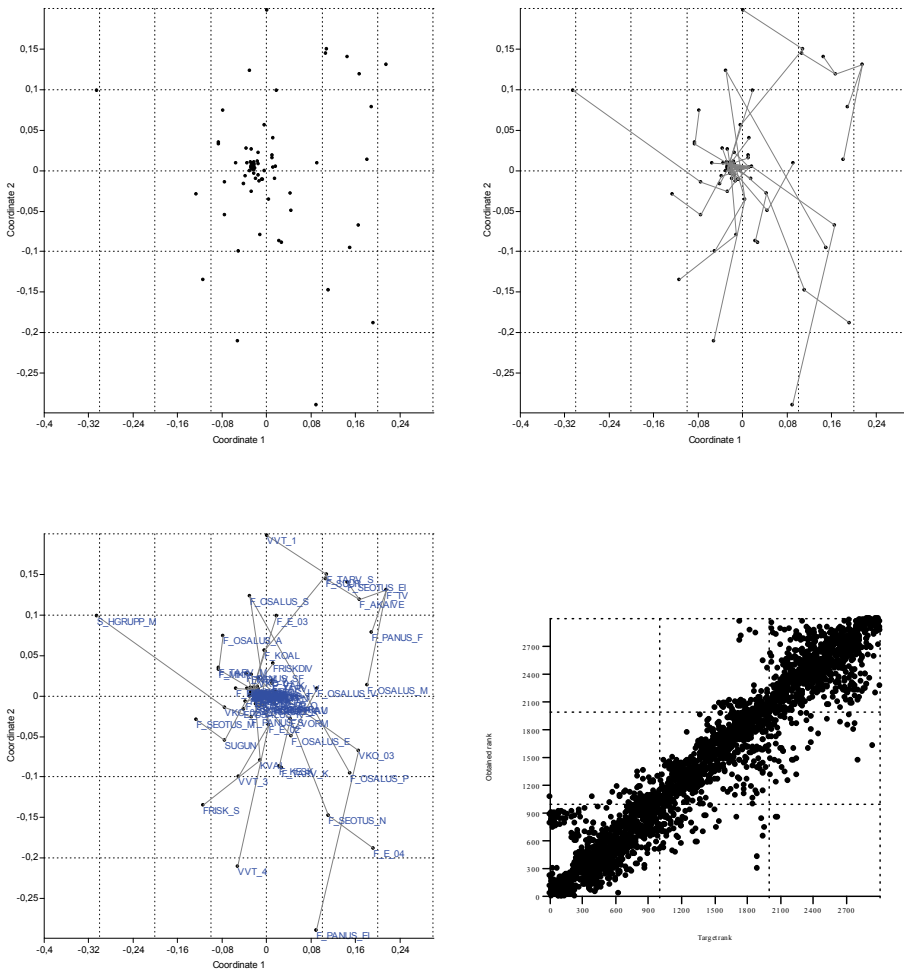
Paremaks ruumilise tajumiseks kujutas autor omanikkonna liikmed kolmemõõtmelises tunnusruumis (3D), selleks arvatati objektide koordinaadid kolmele teljele (joonis 21).



Joonis 21. Omanikkonna klastrid 3D tunnusruumis (*landmarks*) (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

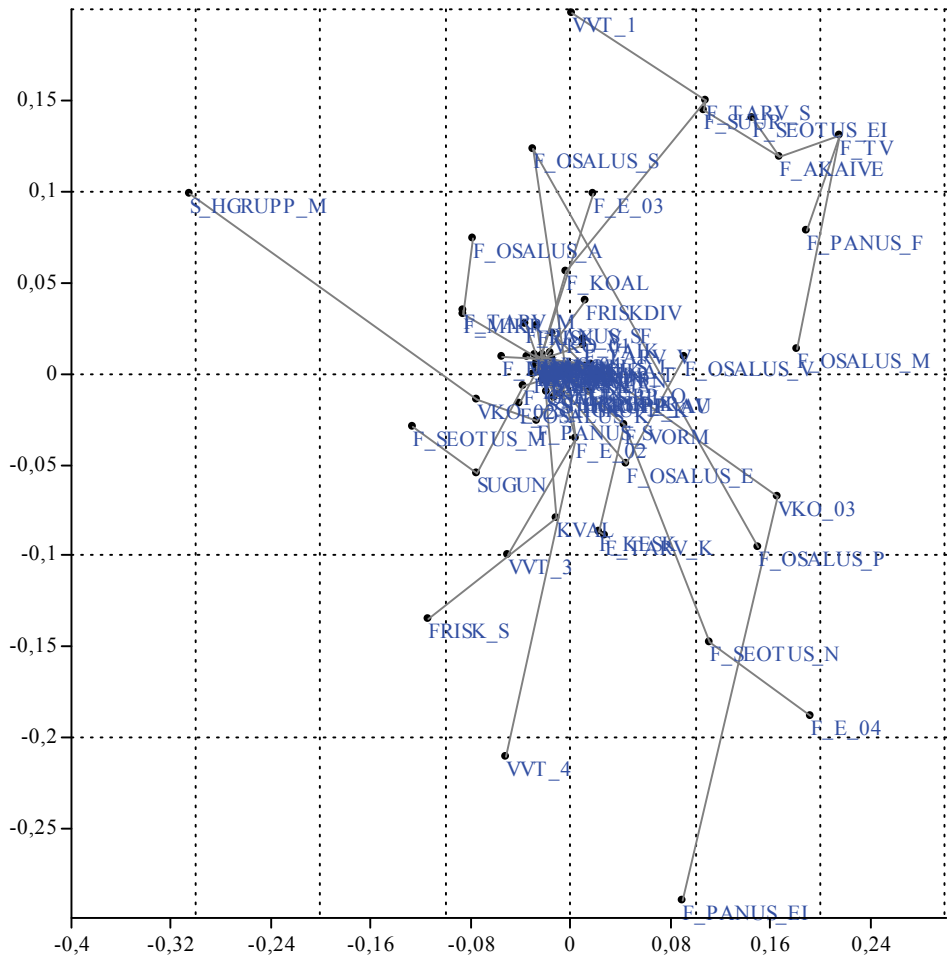
Esimesse klastrisse (k 1) kuuluvad omanikkonna liikmed on tähistatud ristidega, teise (k 2) ringidega, kolmandasse (k 3) kolmnurkadega ning neljandasse klastrisse (k 4) kuuluvad tähekestega. PAST võimaldab joonise pööramist nii ümber x-telje kui ka y-telje. Selgub, et klastrid on selgelt eraldatavad, kuid esineb mõningaid kattuvusi.

Omanikkonnaruumi analüüsi tulemusena saadi joonis „Tunnused omanikkonnaruumis” (joonis 22). Joonisel on tunnused kujutatud kahe- mõõtmelises (2D) omanikkonnaruumis. Esiteks punktidenä, teiseks lävendiga graafina (*min. span tree*). Kolmandaks lävendiga graafina, millele on lisatud sildid (*row labels*). Neljandaks kujutatakse nMDS *Shepard plot*, millelt nähtub, et punktid ei asu ühel teljel, vaid on hajutatud. Stress $0,1491 < 0,4$ on väga hea tulemus. R^2 esimesele teljele = $0,5101$, teisele teljele = $0,5236 < 0,6$ on rahuldav näitaja (Hammer *et al.*, 2001).



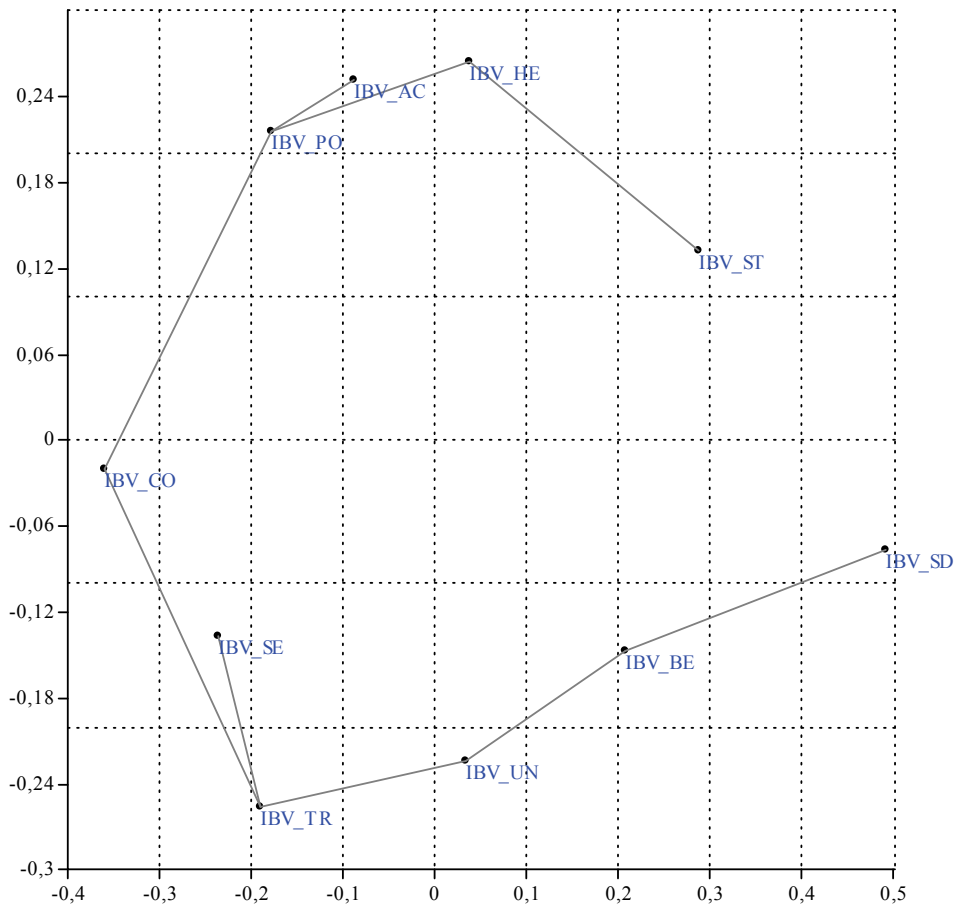
Joonis 22. Tunnused omanikkonnaruumis. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Täpsema vaatluse alla võeti lävendiga graaf ‘tunnused omanikkonnaruumis’ (joonis 23). Valiti madalaima stressi ja kõrgeima valimi determinatsioonikordaja väärtustega tulemus. Joonisel on tunnused kujutatud kahemõõtmelises (2D) omanikkonnaruumis, lisatud on sildid (*row labels*) ja lävendiga graaf (*min. span tree*). Mõned tunnused jäävad teistest eemale, näiteks: muud sidusgrupid (S_HGRUPP_M), võim on tulust olulisem (VVT_1), ei strateegiline ega finantsiline panus äriidee elluviimisse (F_PANUS_EI). Graafil on märgata väärtustega seotud tunnuste kesksust, mistõttu autor analüüsis neid põhjalikult eraldi.



Joonis 23. Lävendiga graaf 'tunnused omanikkonnaruumis'. Morisita sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Schwartz (1992) testis oma üksikisiku alusväärtuste teooria struktuuri samuti mitmemõõtmelise skaleerimise abil. Enamasti kahemõõtmelises ruumis, mõnikord ka kolmemõõtmelises. Võrreldes nMDS väärtustüüpide struktuuri omanikkonnaruumis (joonis 24) üksikisiku alusväärtuste teooriaga (vt joonis 5 „Väärtustüüpidevaheliste seoste teoreetiline mudel ja kaks põhilist bipolaarset väärtusdimensiooni”), on selgelt näha nende kokkulangevust. Joonisel on väärtustüübid kujutatud kahemõõtmelises (2D) omanikkonnaruumis, lisatud on sildid (*row labels*) ja lävendiga graaf (*min. span tree*). Stress $0,1369 < 0,4$ on väga hea tulemus. R^2 esimesele teljele = $0,4211$, teisele teljele = $0,1539 < 0,6$ on rahuldav näitaja (Hammer *et al.*, 2001). Bipolaarsete väärtusdimensioonide tasemel langevad empiirilised seaduspärasused teooriaga täielikult kokku. Vaid dimensioonis eneseületamine on omavahel asukoha vahetanud väärtustüübid heasoovlikkus (IBV_BE) ja kõikehaaravus (IBV_UN).



Joonis 24. Lävendiga graaf 'väärtustüübid omanikkonnaruumis'. Eukleidiline sarnasusmõõt, 2D (PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Samasse tunnuste kombinatsiooni langenud juhtumeid võrreldi omavahel, et kontrollida moodustunud gruppide sisemist homogeensust, sest tüübi tasemel peavad kõik juhtumid olema sarnased. Edasi võrreldi omavahel moodustunud gruppe, et kontrollida, kas tüpologia tasemel valitseb piisavalt kõrge väline heterogeensus, s.t kas moodustatav tüpologia näitab piisavat heterogeensust ehk varieeruvust andmetes.

Arvutipõhine andmeanalüüs on antud juhul abivahend mahukate andmete struktureerimiseks. Kvantifitseeritud andmete arvutipõhisele andmeanalüüsile (klasteranalüüs, nMDS) järgneb, viimase tulemustele tuginedes, kvalitatiivsete andmete tõlgendav analüüs. Kirjeldavale analüüsile järgneb seega sisuline analüüs, et andmetest tekiks arusaamine ja neid saaks seletada.

5. OMANIKKONNA TÜPOLOOGIA KONSTRUEERIMINE

5.1. Sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüs ja tüüpide moodustamine

Uuritavate sotsiaalsete fenomenide kirjeldamisele järgneb sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüs. Kelle ja Kluge (2010) selgitavad, et tüüpide sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüs, tüübi siseselt ja tüüpide vaheliselt, põhineb tuntud teooriatel. Moodustatud tüübid on ühendavaks lüliks empiiria ja teooria vahel, moodustades aluse empiirilisel põhjendatud teorialoomele. Tüüpide moodustamine nõuab süstemaatilist kategooriatevaheliste seoste otsingut. Teadus on faktide sisulis-kontekstuaalne seostamine.

Lõppomanikud said intervjuudel võimaluse eksisteerivate seoste kirjeldamisel ennast põhjalikult väljendada. Juhtumite andmebaasi kogutud kvalitatiivsetele andmetele tuginedes oli võimalik sisulis-kontekstuaalseid seoseid diferentseeritumalt ja põhjalikumalt analüüsida ning moodustada seletavad hüpoteesid.

Sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüsi käigus kaotasid mõned tunnused oma mõtte, nad taandati või ühendati teiste tunnusega. Peale selle leiti analüüsi käigus mõned täiesti uued tunnused, mis tuli tüüpide moodustamisel arvesse võtta. Autor dimensioonis algselt 70 küsimusest 225 võrdlusdimensiooni, uurimistöö menetlust mitmekordselt läbi käies leiti 81 olulist tunnust. Empiirilisel eestleitud grupe võrreldi olemasoleva teooriaga, toimus gruppide redutseerimine tüüpideks. Uute tunnuste arvessevõtt tähendas tagasipöördumist Kluge (2000) neljaastmelise mudeli esimese astme (b) juurde. Muutunud võrdlusdimensioonid tingivad uute gruppide moodustumise. Uuesti tuleb analüüsida empiirilisi seaduspärasusi (c) ja sisulis-kontekstuaalseid seoseid (d), millele järgneb uuesti redutseerimine tüüpideks ja üksikjuhtumite vastandamine oma tüübiga.

5.2. Moodustatud tüüpide iseloomustus

5.2.1. Idealtüüpide konstrueerimine

Põhimõtteliselt on võimalik moodustada vägagi erinevaid tüüpe, näiteks reaaltüüpe, normaaltüüpe, ekstreemtüüpe, prototüüpe, ideaaltüüpe. Oluline on otsustada, mis kriteeriumite põhjal määrata moodustatavate tüüpide iseloomulikkus. Reaaltüüp on reaalses elus eksisteeriv lõppomanik. Normaali- või kesktüüp on grupp omanikke, kes asuvad populatsioonis või valimis keskmistel positsioonidel. Viimaste vastand on ekstreemtüüp – omanikud, kes kalduvad keskmistest tugevalt kõrvale. Prototüüp on lõppomanik, kelle tunnuste kombinatsioon on teiste grupiliikmete omaga väga sarnane. Prototüüpide

moodustamiseks valitakse reaalsed juhtumid, mis vastavat tüüpi kõige paremini esindavad.

Autor konstrueeris ideaaltüübid (*ideal types*), sest idealiseerimisega algab üleminek empiirilistelt seaduspärasustelt teooriale (seadused). Seadused saadakse üleminekul juhtumiseoste seaduspärasuste uurimiselt ideaaltüüpide seoste uurimisele. Ideaaltüüp on teoreetiline konstruktsioon, reaalsuses selliseid lõppomanikke reeglina ei eksisteeri. Ideaaltüüpide konstrueerimiseks valiti välja juhtumid, mis esindaks ühiste tunnustega moodustatud tüüpi kõige paremini. Toodi esile tüübi iseloomulikud ja olemuslikud küljed, ebaolulised jäeti tagaplaanile. Valitud reaalistest juhtumitest konstrueeriti ideaalne esindaja. Pöörduti tagasi kvalitatiivsete andmete juurde, võeti kõige sobivamad tekstilõigud ja seoti. Seega rakendati empiiriat teoreetilise konstruktsiooni illustreerimiseks.

Tüübimoodustamise menetlus lõpeb moodustatud tüüpide põhjaliku ja võimalikult täpse iseloomustamisega, aluseks võeti lõplikud tunnuste kombinatsioonid (tabel 4 kuni 12) ning nende sisulis-kontekstuaalsed seosed (mõte ja tähendus).

5.2.2. Humanistlik-traditsiooniline omanikkonna ideaaltüüp

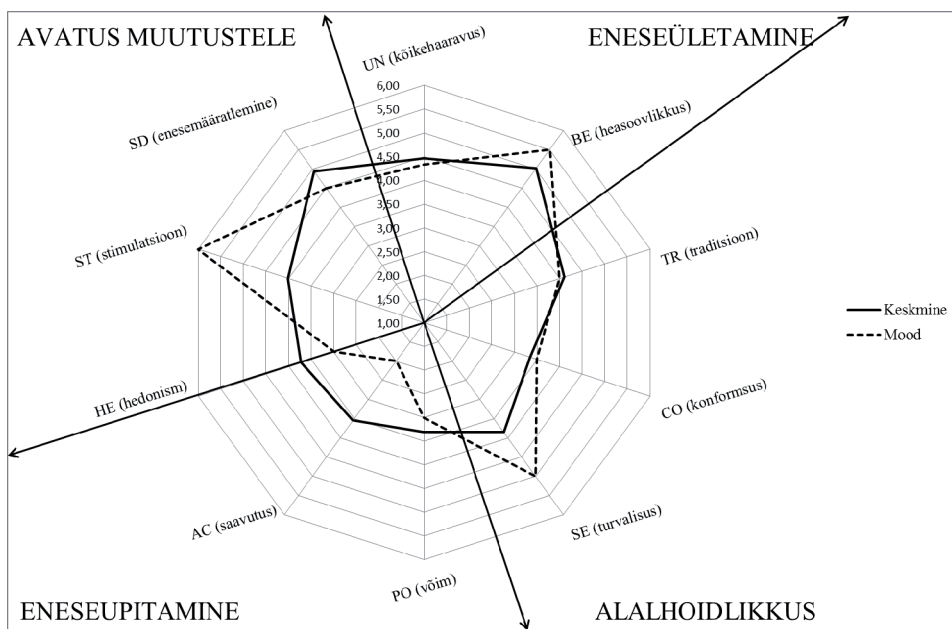
Taustinformatsioon

Humanistlik-traditsioonilise omanikkonna ideaaltüübi (HUSTA) esindaja sai omanikuks suhteliselt hiljaaegu. Vähem kui kümne töötajaga mikroettevõtte õiguslik vorm on osaühing. Tüüpiline on järgmine vastus: „Osaühingu asutamise esialgne põhjus oli materiaalne. Teiseks oli mul endal kehv lapsepõlv, kitsad elamistingimused ja võõrastega tuli jagada ühist kööki. Ei olnud oma tuba ega ka nurka. Siis töötasin endale, kui ükskord tööle hakkan, siis teen kõik selleks, et minu lapsed ei peaks sellist elu elama. Teine põhjus vist pere heaolu kindlustamine. Et firma oleks jätkusuutlik, olin konkurentide suhtes leplik, ei soovinud kellelegi halba, üritasin, et riigimaksud oleks alati makstud.” (Intervjuu, 2009) Lapsepõlves kogetud vaesus tingib inimese arenemise pigem materialistlikuks, heaolu seevastu postmaterialistlikuks (Inglehart, 1997). „Tähtsaim ei ole kasum vaid, et saab midagi teha teiste jaoks. Kogemusi rakendada ja alguses oli ka soov teisi firmasid aidata ja oma teadmistega abiks olla teistele... Tähtis on vabadus, et oma ettevõttes on rohkem võimalusi oma visioonide teostamiseks. Tahame rohkem klientidele vastu tulla, olla paindlikum. Tähtis on ka juhendada ja aidata väikekliente, suured firmad ei arvesta väikeste klientidega. Õpetada noori ja koolitada töötajaid, aidata inimesi.” (Intervjuu, 2009)

RQ 1: Missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused?

Isiklike väärtuste mõju osatähtsuse omandamisele oli sel tüübil tugevaim. Sidusgruppide teooria eelduseks on seisukoht, et väärtused on tingimata ja selgesõnaliselt äri tegemise osa (Freeman, 1984).

Väärtustüüp heasoovlikkus (IBV_BE), seostub alusväärtustega lojaalsus, usaldus, truudus. Ausus nii enese kui teiste suhtes, abivalmidus. Vastutusvõimelisus, oma tegevuse eest vastutamine, aga ka teistest hoolimine. Andestamine, küps armastus ja tõeline sõprus. Tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüübid on näidatud väärtuskaardil (joonis 25).



Joonis 25. Väärtuskaart HUSTA tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal)

Väärtuskaardil on tüübi tasemel näha väärtustüüpide järjestus alanevas järjekorras: heasoovlikkus (5,00), enesemääratlemine, kõikehaaravus, traditsioon, stimulatsioon, turvalisus, hedonism, saavutus, konformsus, võim. Tüpoloogia tasemel on suurimad väärtused humanism (5,01) ja traditsionalism (3,98). Tugev side religiooniga on lõdvenenud just tänu humanismist alguse saanud protsessidele, kus toetatakse inimlikule mõistlikkusele (Inglehart, 1977).

Portree

Tüüpilisele esindajale on väga tähtis aidata inimesi enda ümber. Ta hoolitseb nende heaolu eest. Talle on oluline olla ustav (lojaalne) oma sõpradele. Ta soovib pühenduda oma lähedaste heaolule. (Schwartz, 2003)

RQ 2: Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis? (1 isiklikud, 2 sotsiaalsed, 3 poliitilised ja 4 majanduslikud väärtused kui eesmärk ja tulemus)

Omanik tahab pikas perspektiivis võimu saavutada premeerimise alusel. Võimu saavutamiseks premeerimise alusel rakendatakse raha, kiitust ja tähelepanu. (1) Omanikule on kõige tähtsam sidusgrupp kliendid. (2) Omanik tahab pikas perspektiivis äriidee elluviimisse panustada nii strateegiliselt kui ka finantsiliselt. (3) Tulu on võimust olulisem, nagu ülejäänud tüüpidelegi. Omanik on teatud tingimustel valmis müüma, kuid osahingu turuväärtus on väike. Jooksev tulu on kapitalikasvust tähtsam. (4)

RQ 3: Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi? (1 aeg, 2 risk, 3 protsess)

Omanik tahab saavutada tulemusi suhteliselt pikas perspektiivis. (1) Omanik on nõus kandma suhteliselt suurt riski, nii suurt, et on võimalus kaotada kogu investering. Tema osalus äriühingus on 100%. (2) Omaniku identiteediga on otseselt seotud äriühingu dividendipoliitika (*dividend policy*), üksikisiku või perekonna rikkus plokomanikuna (*blockholders*) on otseselt mõjutatud valitud dividendide maksmise poliitikast (Gugler & Yurtoglu, 2003). Eesmärk stabiilne jooksev tulu, s.t dividendid realiseeritakse instrumendiga 100% osalus. Reinvesteering on omanikkonna vaatel riskantsem kui dividendide väljavõtt, mistõttu eelistatakse viimast – tundub kui teooria „*Bird in hand*” (Shao, Kwok, & Guedhami, 2010). Aktsiaomanikud on huvitatud, kas äriühing on võimeline tulevikus piisavalt dividende maksuma või kas tulevane äriühingu väärtus on piisav. Omanik on asutaja, kuid pikas perspektiivis omanikuna siiski suhteliselt ebaprofessionaalne. (3) Äriühingute asutajad ja perekonnad orienteeruvad eesmärgina põhiliselt ideoloogiale (*behaviour oriented, e.g. previous performance*) (Sur, 2006).

5.2.3. Modernistlik omanikkonna ideaaltüüp

Taustinformatsioon

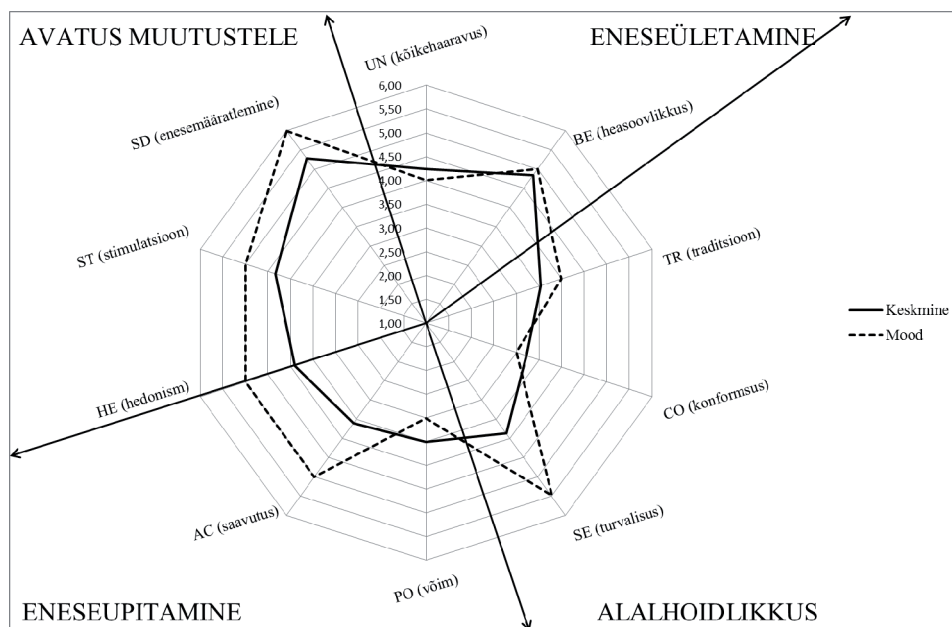
Modernistliku omanikkonna ideaaltüübi (MODERN) esindaja sai omanikuks samuti suhteliselt hiljaaegu. Vähem kui viiekümne töötajaga väikeettevõtte õiguslik vorm on osahing. Tüüpidest näitab uurimistöe suhtes kõige madalamat

huvitatust. Teda iseloomustab tsitaat „Palgatöö tüütas ära. Raha oli, aga väljakutseid ei olnud. Töötada kellegi võõra jaoks üks moment väsitab ära. Kui on võimalik enda asjade üle pead valutada, siis pigem juba enda asjade üle... Meeldibki see, et saab teha seda, mis ise tahad, ja valida valdkondi või valida tegevusi, vastutuse võtmine meeldib, asjade realiseerimine... kõik mis sellega kaasneb... see heaolu ka ses mõttes ka, et ma hommikul ka ei pea kuskile sunniviisiliselt jooksuma ja vahest võin lubada puhkuseid ajal, millal see mulle parem on ja ma ei sõltu kellestki niivõrd palju, kui ma olen ise kohustusi endale võtnud.” (Intervjuu, 2009)

RQ 1: Missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused?

Väärtustüüp hedonism (IBV_HE), seostub alusväärtustega nauding ja lõbu. Nauding nii tööst kui ka hobist, aga ka lihtsalt elu nautimine, lõõgastumine, meeldiv ajaveetmine, samuti lõbu, nali ja hea meelelahutus. „Omanikuna meeldib võimalus töötada 24 tundi päevas, sest töö on ju pidu, aga pidu tööl on kahekordne pidu (naerab).” (Intervjuu, 2009)

Väärtustüüp stimulatsioon (IBV_ST), seostub alusväärtustega väljakutsuv ja põnev elu, mitmekesine elu. Põnev elu, mis pakub pinget ja ootamusi. Mitmekesine elu, mis pole üksluine, rutiini puudumine, paljude eri asjadega tegelemine.



Joonis 26. Väärtuskaart tüüpi MODERN juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal)

Väärtustüüp enesemääratlemine (IBV_SD), seostub alusväärtustega vabadus, loovus, sõltumatus, eneseaustus, uudishimulikkus, oma eesmärkide seadmine. Vabadus, teha piiranguteta otsuseid, sealhulgas riiklik iseseisvus. Loovus, ise midagi uut teha, erinevat välja mõelda, erineda hallist massist. Sõltumatus, nii vaimne kui majanduslik sõltumatus, iseseisvus. Eneseaustus, tähendab oma arvamuse välja ütlemine, sellele kindlaks jäämine. Julgus seista oma tõekspidamiste eest ja julgus end vabalt väljendada. Uudishimulikkus, teada tahtmine, soov õppida, uue teadmise otsimine. Oma eesmärkide seadmine, ise oma tulevikuplaanide koostamine, eesmärkide omamine.

Tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüübid on näidatud väärtuskaardil (joonis 26). Väärtuskaardil on tüübi tasemel näha väärtustüüpide järjestus alanevas järjekorras: enesemääratlemine (5,20), heasoovlikkus, stimulatsioon, kõikehaaravus, hedonism, turvalisus, saavutus, traditsioon, võim, ja konformsus. Tüpoloogia tasemel on suurim väärtus modernism (4,35).

Portree

Tüüpilisele esindajale on oluline mõnusalt aega veeta. Talle meeldib end „hellitada”. Ta üritab igal võimalusel lõbutseda. Talle on oluline teha naudingut pakkuvaid asju. Talle meeldivad üllatused ja ta otsib alati uusi väljakutseid. Tahab teha elus palju erinevaid asju. Ta otsib seiklusi ning talle meeldib riskida. Soovib endale põnevat (erutavat) elu. Uute ideede väljamõtlemine ja loov olla on talle tähtis. Meeldib teha asju oma originaalsel moel. Tähtis on ise otsustada, mida teha. Meeldib olla vaba ja mitte sõltuda teistest inimestest. (Schwartz, 2003)

RQ 2: Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis?

Võim ja tulu on omanikule võrdselt olulised. Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu formaalse omaniku õiguse ja sunni alusel. Sunni alusel võimu saavutamiseks rakendatakse raha, aga ka karistamist ja vallandamist. (1) Omanik on igasuguste sidusgruppide suhtes kõige ükskõiksem tüüp. (2) Äriühingu turuväärtus on suhteliselt suur. Jooksev tulu ja kapitalikasv on talle ühtemoodi tähtsad. Panus äriidee elluviimisse on pigem finantsiline. (4) Finantsinvestor omanikuna seostub äriühingu kõrgema väärtuse ja kasumlikkusega, kuid madalama müügitahuga kasvuga (Thomsen *et al.*, 2000).

RQ 3: Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi?

Tulemuste saavutamise kiirus on väga oluline, kuid omanik on pikaajalise investeerimishorisonidiga. (1) Omanik on valmis tulemuse saavutamise nimel

kandma keskmist riski, see tähendab võimalust kaotada pool investeringust. Hajutab riski, rakendab diversifikatsiooni. Talle on äriühingute erinev tegevusala oluline. Tema osalus äriühingus on vahemikus 10 kuni 50%. (2) Oluliseks instrumendiks tulemuste saavutamisel on omanikkonnas valitsev konsensus. Omanik on omatavas äriühingus töötaja. (3) Äriühingu töötaja omanikuna (*employee owned*) on suhteliselt vähe uuritud valdkond (Djakov, 1999), erastamisel said aga just töötajatest üleöö omanikud. Nagu paljud uurijad prognoosisid, oligi tegemist ajutise nähtusega – äriühingute omanikkonna struktuurid muutusid kiiresti, hoogsalt vähenes töötajatele kuulunud äriühingute arv (Kalmi, 2003). Erastamisjärgne uuring Eestis kinnitab, et sisestele omanikele kuuluvatel äriühingutel on halvem sooritus (Pihlap & Terk, 1996). Siseseks omanikuks võib töötaja ja juhataja saada ka omakapitalil põhinevate kompensatsioonielementide läbi. Vastavate uuringute teoreetiliseks baasiks on enamasti agenditeooria (Daily, Dalton, & Rajagopalan, 2003; Alchian & Demsetz, 1972; Fama, 1980; Mathiesen, 2002).

5.2.4. Pragmatistlik-materialistlik omanikkonna ideaaltüüp

Taustinformatsioon

Pragmatistlik-materialistliku omanikkonna ideaaltüübi (PRAMA) esindaja sai omanikuks suhteliselt ammu. Vähem kui viiekümne töötajaga väikeettevõtte. „Tekkis idee luua enda ettevõtte ning selleks vajalikud oskused ja ressursid olid ka olemas. Nii tunduski see ainuõige mõte... Et me oleme ka sellised kunstnikud ja tahtsime nagu eelnevat tegevust jätkata ja siis, kui see eelmine firma lagunema hakkas, siis tuligi mõte oma firma teha.” (Intervjuu, 2009)

RQ 1: Missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused?

Väärtustüüp konformsus (IBV_CO), seostub alusväärtustega viisakus, enesedistsipliin, kuulekus. Austus, sealhulgas austus oma vanemate ja vanade inimeste vastu.

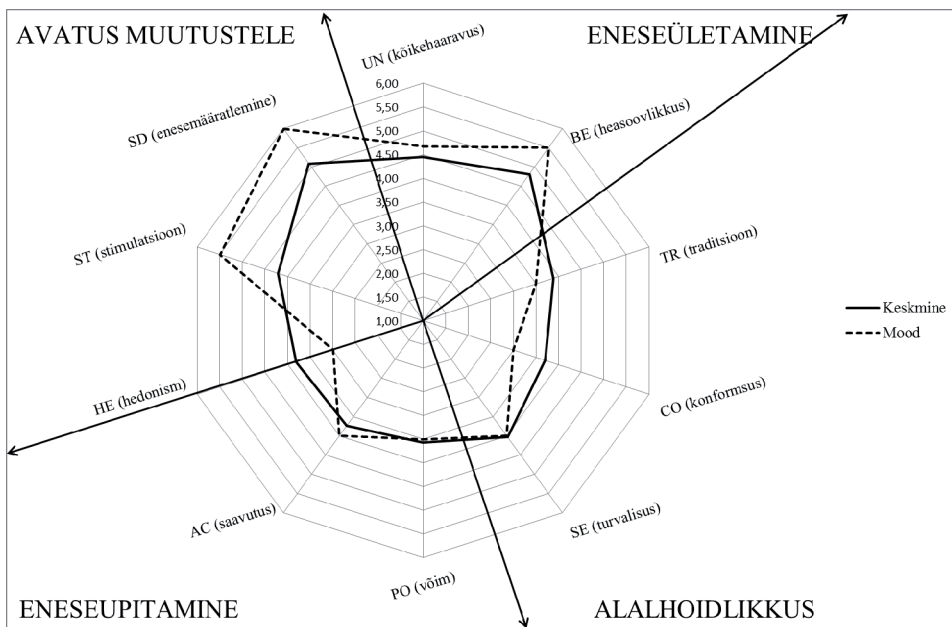
Väärtustüüp turvalisus (IBV_SE), seostub alusväärtustega puhtus, sotsiaalne kord, rahvuslik julgeolek, vastastikused teened, tugev perekond, kokku kuuluvustunne ja tervis. Seaduste ja ühiskonnas kehtivate sotsiaalsete normide rikkumist taunitakse. Vastastikused teened, tugev perekond, perekonna toetus. Kokkukuuluvustunne, sealhulgas gruppi või sõpruskonda kuulumise väärtustamine. Puhtusearmastus, tervis, sealhulgas terviseteadlik käitumine, toitumine, liikumine, aga ka tervis üldiselt.

Väärtustüüp võim (IBV_PO), seostub alusväärtustega võim, jõukus, otsustamisõigus, maine hoidmine ja sotsiaalne tunnustus. Võim ühiskonnas näiteks mingi institutsiooni läbi. Jõukus ja raha, olulised on palk, tasu, tulu, kasum. Otsustamisõigus, õigus otsustada teistesse puutuva üle. Maine hoidmine,

oma hea nime säilitamine. Sotsiaalne tunnustus, mis avaldub prominentsuse, austusvääruse, kuulsusena.

Väärtustüüp saavutus (IBV_AC), seostub alusväärtustega edukus, mõjukus, võimekus, auahnus, väljakutsete vastuvõtmine ja eneseteostus. Edukus tähendab antud kontekstis mingil alal õnnestumist. Mõjukus, see on võime inimesi või tegevusi omatahtsi mõjutada. Võimekus, nii füüsiline kui vaimne võimekus, intelligentsus. Auahnus, ambitsioonikus, soov midagi saavutada. Väljakutsete vastuvõtmine ja raskuste edukas ületamine. Eneseteostus tähendab hakkama saamist millegagi, mis on enda jaoks oluline.

Tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüübid on näidatud väärtuskaardil (joonis 27).



Joonis 27. Väärtuskaart PRAMA tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpidest (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal)

Väärtuskaardil on tüübi tasemel näha väärtustüüpide järjestus alanevas järjekorras: enesemääratlemine (5,10), heasoovlikkus, kõikehaaravus, stimulatsioon, turvalisus, traditsioon, hedonism, saavutus, konformsus ja võim. Tüpoloogia tasemel on suurimad väärtused pragmatism (3,66) ja materialism (3,61).

Portree

Tüüpiline esindaja usub, et inimesed peaksid tegema seda, mida kästakse. Ta mõtleb, et inimesed peaksid alati järgima reegleid, ka juhul kui neid ei kontrollita. Talle on tähtis alati käituda korralikult. Ta väldib mis tahes tegevusi,

mille kohta inimesed võiksid öelda, et see on vale. Talle on oluline elada ohutus keskkonnas. Ta väldib kõike, mis võib seada ohtu tema turvalisuse. Talle on tähtis, et riigivõim kaitseks teda igasuguste hädaohtude eest. Ta tahab, et riik oleks tugev kaitsmaks oma kodanikke. Rikas olla on talle tähtis. Soovib omada palju raha ja kalleid asju. Talle on oluline, et inimesed teda austaksid. Soovib, et inimesed teeksid seda, mida ta ütleb. Talle on oluline näidata oma võimeid. Ta soovib, et imetletaks tema tegusid ja saavutusi. Talle on tähtis olla väga edukas. Ta loodab, et inimesed tunnustavad tema saavutusi. (Schwartz, 2003)

RQ 2: Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis?

Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu isikliku autoriteedi alusel. (1) Omanik tahab, et omataval äriühingul oleks täita roll ühiskonnas. Sidusgruppide tähtsus on väga kõrge. Kõige olulisemad sidusgrupid on kliendid ja töötajad, neile järgnevad omanikud, avalikkus, audiitorid, riik ja muud sidusgrupid. (2) „Minu jaoks on olulised huvigrupid – kes iganes peale omaniku, kes omab mingit huvi antud ettevõttes, näiteks töötajad, äripartnerid, kliendid. Just head suhted nendega on olulised.” (Intervjuu, 2009) Kvaliteet on suhteliselt ebaoluline. (3) Tulu on võimust suhteliselt olulisem. (4)

RQ 3: Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi?

Omanik tahab saavutada tulemusi suhteliselt pikas perspektiivis, tegemist on pikaajalise omanikuga. (1) Omanik tahab saavutada tulemusi väikese riskiga. Väike risk tähendab, et omanik aktsepteerib võimalust kaotada väike osa investeringust. „Omanikuna ei meeldi suurem vastutus kogu selle protsessi eest, eriti veel, kui oled aktiivne omanik.” (Intervjuu, 2009) Suhtumise poolest riski on tegemist riski suhteliselt mittehajutava omanikuga. Omaniku osalus äriühingus on vahemikus 10 kuni 50%. Omanik on oma panusega rahul ja ei soovi rohkem ega vähem panustada. (2) Kombinatsioon kontsentreeritud majanduslikust võimust, hajusast omanikkonna struktuurist ja juhtide kontrolli all olevast äriühingust on muutunud sünonüümiks „omandi ja kontrolli lahususele”, mis Euroopa kontekstis ei pea paika (La Porta, Lopez-De-Silanes, & Shleifer, 1999; Pedersen & Thomsen, 1997). Sidusgruppide teooria lükkab tagasi lahususe teesi (*separation thesis*) (Freeman, 1984). Omanikkonna struktuur peaks olema selline, et omaniku huvidel oleks hääl, kasuks ei tule fragmentaarne omand, nagu ka omanike vahelised rivaalitseemised või liiga palju rist-omandit (*cross-ownership*) (Veranen & Hensle, 2000). Tuhandete väikeomanikega äriühing, millel puuduvad suuromanikud, on aldis juhtide dominantsile, aktiivsed ja kompetentsed suuromanikud lisavad äriühingule väärtust. Hajus omanikkonna struktuur annab võimu äriühingu juhatajale (Heubischl, 2006), kelle huvid ei ühti omanike huvidega (Berle & Means, 1932).

Äriühingu ressursse ei kasutata aktsionäridele väärtuse maksimeerimiseks (Djakov, 1999). Omanik tahab, et omanikkonnas valitseks kompromiss. Valitsemisel ja juhtimisel on väga oluline aktiivne roll. Suhteliselt professionaalne omanik. (3)

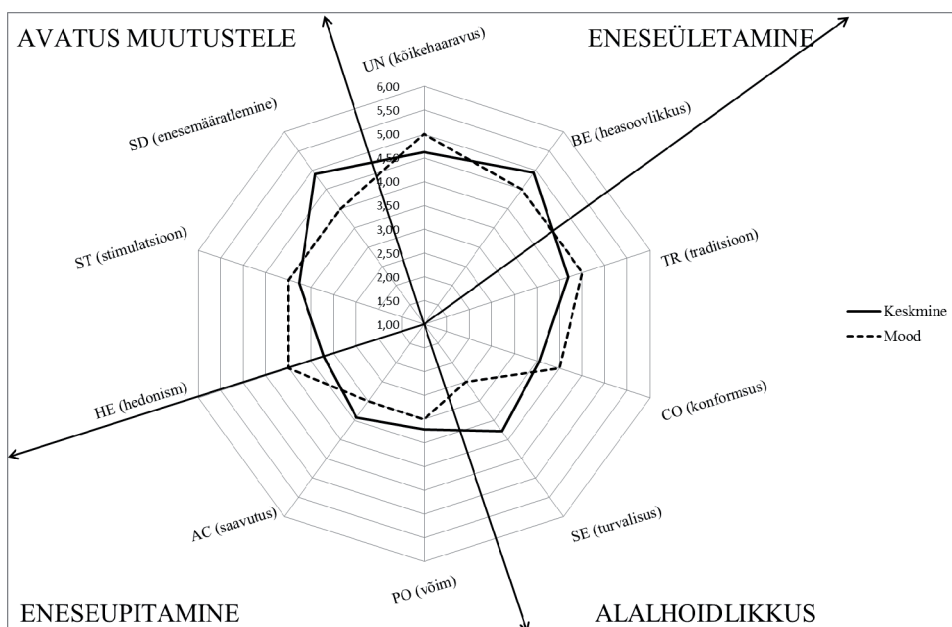
5.2.5. Idealistlik omanikkonna ideaaltüüp

Taustinformatsioon

Idealistlik omanikkonna ideaaltüüp (IDEA) esindaja sai omanikuks samuti suhteliselt ammu. Vähem kui kaheksa viiekümne töötajaga keskmise suurusega ettevõtte õiguslik vorm on aktsiaselts. Huvitatus uuringu tulemustest on kõige kõrgem. „Meie väärtuste hulka saab kindlasti panna maksimumitaotluse või maksimeerimise... Tegin oma ettevõtte 15 aastat tagasi. Jah, teadlik plaan... Siirast soovist läbi raskuste... Olid lihtsalt paar ideed, mida siis üritasime käiku panna... Mind see raha küll ei huvita, ausalt öeldes.” (Intervjuu, 2009)

RQ 1: Missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused?

Väärtustüüp kõikehaaravus (IBV_UN), seostub alusväärtustega keskkonna säästmine, kaunis maailm, ühtsus loodusega, võrdsus, rahu maailmas, elutarkus, sotsiaalne õiglus ja sallivus.



Joonis 28. Väärtuskaart IDEA tüüpi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüüpide (autori arvutus, sh ka lisa 6 andmete põhjal)

Inimesed on võrdsed, samuti peaksid olema kõigil kõik võimalused. Rahu maailmas, sealhulgas sõdade ja terrorismi taunimine. Ühtsus loodusega, enese tunnetamine looduse osana. Elutarkus, see tähendab kogemusest tulenev teadmine. Kaunis maailm, ilu otsimine kõiges, ilu loomine. Sotsiaalne õiglus, ühiskonna lõhestumise taunimine. Sallivus, tolerantsus nii vaadete kui rassiliste või rahvuslike erinevuste suhtes. Keskkonna säästmise, ka roheline mõtteviis, oma tegevuse hindamine keskkonnakahjude aspektist.

„Aga üks väärtus, mida ma kindlasti väga oluliseks pean, mis on ka siin ära küsitud, et inimesi peaks kohtlema kõiki ühte moodi. Just see õiguse tunne on see, mis minu puhul eriti nagu domineerib... Riigivõim peaks kaitsma mind, et seda ma tunnen ka, et see riigivõim, kes mind kaitsma peaks, tema ... mind ei kaitse, tema ründab mind igal võimalikul juhul, aga ta ei kaitse mind.” (Intervjuu, 2009)

Väärtustüüp traditsioon (IBV_TR), seostub alusväärtustega traditsioonide austamine, mõõdukus, vähenõudlikkus, vagadus. Leppimine oma kohaga elus.

Tüübi juhtumites keskmiselt ja kõige sagedamini esinenud väärtustüübid on näidatud väärtuskaardil (joonis 28).

Väärtuskaardil on tüübi tasemel näha väärtustüüpide järjestus alanevas järjekorras: heasoovlikkus (4,90), enesemääratlemine, kõikehaaravus, traditsioon, turvalisus, stimulatsioon, konformsus, saavutus, võim ja hedonism. Tüpoloogia tasemel on suurim väärtus idealism (4,50). „Ma tahan, et mul on see vabadus, see on oluline. Minu arust on see kõige olulisem... Et ma sain ise oma asja teha, ise oma asja toimetada. Ja loomulikult ka kui me ka lõpuks omastasime ja ära ostime riigi käest selle ettevõtte, et siis jäi vastutus ainult juhatuse ja nõukogu ees aru anda ja üldkoosoleku ees aru anda. Mis seisus on asi, kus ta areneb ja nii edasi. See on väga suur vahe, et sa ei pea kogu aeg ennast kellegi ees õigustama, tõestama. Et sa pead aru andma iseendale peegli ees kõige esimesena.” (Intervjuu, 2009)

Portree

Tüüpilisele esindajale on tähtis, et kõiki maailma inimesi koheldaks võrdselt. Ta usub, et igalhel peavad elus olema võrdsed võimalused. Talle on tähtis kuulata ka neid inimesi, kes on temast erinevad. Isegi kui ta pole nendega nõus, soovib ta neid ikkagi mõista. Ta on veendunud, et inimesed peavad hoolima loodusest. Talle on tähtis hoida looduskeskkonda. Oluline on olla tagasihoidlik. Ta püüab endale mitte tõmmata tähelepanu. Talle on tähtsad traditsioonid. Ta püüab järgida enda ja perekonna tavasid ja kombeid. (Schwartz, 2003) „Väga tähtis on inimeste aitamine. Kui minul on võimalik inimest aidata, siis ma igal juhul aitan. Sellepärast olen ma ka sinu isaga koos seal Rotary klubis, et selle Rotary klubiga me oleme teinud ikka päris suuri asju. Ja neid me ei tee mitte omakasupüüdlikel eesmärkidel, vaid ikka sellepärast, et ühiskonda teenida, et kellelegi kasulik olla... Omanikuna motiveerib realiseerida oma ideid, teenindada väga paljusid inimesi, läbi nende oma ideede realiseerimise, muuta nagu teiste inimeste elu

huvitavamaks ja õnnelikumaks. Ja puhtalt isegi mitte ainult omanik olles, vaid nagu inimesena ka, et minu filosoofia on selline, et kui sa teistele teed midagi head, siis endale ei jää see tulemus saamata. Omanik olles või ettevõtte osanik olles võid seda võtta kliendi tänuna, aga põhimõtteliselt ka kasumina kasumiaruandes. Et see on nüüd see, mis nagu minule omanik olemise juures kõige rohkem meeldib. Ja teine on nagu see, et ma ei tea, kuskilt on selline enesekindlus või vaim omanik olemise juures, et mul on alati mingi oma nägemus olnud asjadest ja teiste inimeste alluvuses olles, kui seda teiste nägemust pead realiseerima ja see nagu väga kokku ei lange, siis ma ei suuda ennast motiveerida selle nägemuse all piisavalt tööd tegema.” (Intervjuu, 2009)

RQ 2: Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis ?

Võim on tulust suhteliselt olulisem. Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu samastumise alusel, see tähendab karisma, eeskuju ja teadmiste alusel. (1) Omanikule on olulisimaks sidusgrupiks omanikud. (2) „Kui firmal läheb hästi, siis tead, et oled õigelt teel, et see oleneb ka suuresti firma omanikust, kuidas firmal käekäik läheb... Omanikuna mõtled, et sa oled hirmus sõltumatu... Selline esialgne illusioon tegelikult küll üsna ruttu puruneb ja tegelikult sa oled omanikuna olles sõltuv hoopis enamatest teguritest ja muutujatest kui mitteomanikuna... Sõltud iga kliendi suvast või iga kliendi arvamusest. Sa sõltud maksuametist ja riiklikust süsteemist, seadusandlusest, sõltud oma hankijatest, sõltud oma töötajatest, kellel on oma inimlikud vajadused. Sa sõltud lõppude lõpuks ka oma perekonnast. Mõtled küll, et sa oled sõltumatu ja kui teenid palju raha või pühendud seal paljudele mõnusatele klientidele, siis ühel hetkel selgub, et perekond tahab oma ja poeg tahab minna kardiga sõitma, naine tahab minna reisile ja isegi mitte seda arvestades ootavad, et sa oleksid kodus ja jagaksid seda sama missiooni ka kodus. Ja lõppude lõpuks ei meeldi mulle omanikuna olles see, et ma pean sisuliselt ennast jagama ja leidma iga päev ja iga sekund balansi selliste väga lihtsate ja samas ka oluliste asjade vahel.” (Intervjuu, 2009)

Kvaliteet ja eetiline tulu suurendamise viis on omanikule suhteliselt kõige olulisemad. „Hindan õigust, ausust, eetilistust, tarkust, teadmisi, arengut, mõistust, usaldust. Võtke eetilised väärtused, see positiivne pool ja need ongi, mida mina hindan. Armastust! Me tahtsime valida oma elualaks ja valdkonnaks sellise, kus absoluutselt nullist alates ja esimesest hetkest alates on kõike tehtud legaalselt. Me vaatasime just sellist enesetäiendamise momenti ja kuidas me saame harida ja kogemusi juurde, et see raha oli teisejärguline. Kõike tegime legaalselt, kui ümberringi 95% tehti ebalegaalselt.” (Intervjuu, 2009) Tõde ja vabadus on tagatud, kui äri ja eetika on ühendatud (Freeman, Wicks, & Parmar, 2004). Paljud autorid (Kaplan & Norton, 1992; Carrillo, 2007) väidavad, et omanike ja teiste sidusgruppide huvid on ühildatavad. Arvatakse, et erinevate sidusgruppide kaasamine täiendab sisemisi ja väliseid kontrollmehhanisme, aidates tugevdada juhtide aruandekohustust. Tehakse paremaid otsuseid, need

viiakse efektiivsemalt ellu ning paraneb jätkusuutlik sooritus. Omanik tahab pikas perspektiivis panustada äriidee elluviimisse strateegiliselt. (3) „Meie väärtused ja väärtushinnangud on väga paljuski... nii nagu äriühingu missioon on minu missioon siin elus.” (Intervjuu, 2009) Omanik tahab pikas perspektiivis äriühingu müüa. Kapitalikasv on jooksvast tulust tähtsam. (4)

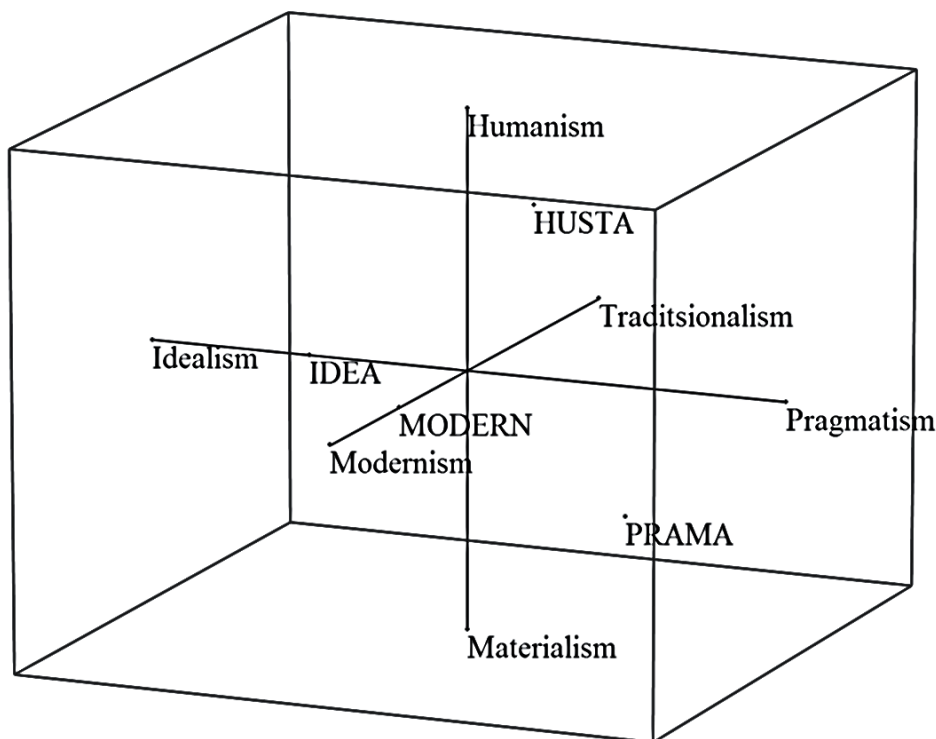
RQ 3: Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi?

Omanik tahab saavutada tulemusi suhteliselt pikas perspektiivis, tegemist on pikaajalise omanikuga. (1) Omanik tahab saavutada tulemusi väikese riskiga. Omaniku osalus äriühingus on üle 50%, ta soovib oma panust pigem suurendada. (2) „Kõige rohkem ei meeldi ja häirib see, kui omanike ring on liiga suur ja liiga killustunud... Probleem on see, et ikkagi umbes kolmandik osakapitali valdajatest on need, kes sisuliselt ei ole huvitatud... noh ei ole positiivselt meelestatud selle asja arendamiseks.” (Intervjuu, 2009)

Omanikkonna uuringute oluline valdkond on institutsionaalsed omanikud ja suured plokkomanikud, kes kontrollivad suurenevas mahus omakapitali (Daily *et al.*, 2003). Institutsionaalsed omanikud orienteeruvad eesmärgina põhiliselt finantstulule (*investor oriented, e.g. stock price, market value, dividend rate, price-to-book value*) (Sur, 2006). Mõnedel korporatiivsetel välisinvestoritel (*foreign investor*) võib olla parem ligipääs informatsioonile, teistel tehnoloogiale või oskusteabele, aga ka tõhusamad järelevalve võimalused, need võivad äriühingu mainet ja kasumlikkust suurendada (Djakov, 1999). Suuromanike identiteet (*identity of large owners*), näiteks perekond, pank, institutsionaalne investor, valitsus, äriühing, mõjutab oluliselt äriühingu strateegiat ja eesmärke (Thomsen & Pedersen, 2000). Tüüpiliselt eeldatakse, et perekondadele kuuluvates äriühingutes on üldiselt madalad esindamiskulud, puudub vajadus formaalsete valitsemismehhanismide järele, sest omand ja kontrolli lahusus on piiratud ja perekondadel on eelis agentide jälgimisel ja distsiplineerimisel (Jensen & Meckling, 1976; Fama & Jensen, 1983). Omanikkonna kõrgel koondumusel on firma väärtusele positiivne mõju, kui suurim omanik on finantsinstitutsioon või teine äriühing. Efekt puudub, kui suurim omanik on perekond või üksikisik, või on hoopis negatiivne, kui suurimaks omanikuks on riik (Pedersen & Thomsen, 2003). Äriühingu aastakäive on suhteliselt suur. Tulemuste saavutamiseks sõlmib omanik mitteametlikke kokkuleppeid, sealhulgas koalitsioonikokkuleppeid. Erainvestorid ja institutsionaalsed investorid ei ole võrdsed, erainvestorid peavad tõhusaks tegutsemiseks moodustama koalitsioone (Charkham, 1995). Omanik on seotud omatava äriühinguga, ta on juhatuse liige. (3) Üheks töötajast omaniku alaliigiks võib lugeda juhte (*managerial ownership*), kelle omanikuks-olemist on uuritud seoses äriühingu majandustulemustega (*financial performance*) (Mathiesen, 2002). Põhjalikult iseloomustatud ideaaltüübid moodustavad omanikkonna tüpoloogiat.

5.3. Omanikkonna tüpologia

Konstrueeritud ideaaltüübid paigutas autor kolmemõõtmelisse tunnusruumi, mille teljed on x: idealism – pragmatism; y: humanism – materialism; z: modernism – traditsionalism (joonis 29).



Joonis 29. Kolmemõõtmeline tunnusruum ja konstrueeritud omanikkonna tüübid (autori illustratsioon; PAST ver. 2.00; autori arvutus lisa 6 andmete põhjal)

Tunnusruumi esimene mõõde on seotud idealismiga (*value fidelity*) „one dramatizes one's values”, mis vastandub pragmatismile (*pragmatism*) „one compromises one's values” (Zetterberg, 1997). Truudus ehk ustavus on omadus, mille puhul ollakse ustavad ehk lojaalsed kas mõnele inimesele, inimeste rühmale või ideele. Truudus võib väljenduda idealismi või dogmatismina. Autor seostab idealismi kõikehaaravusega. Kõik tegevusele suunatud on pragmaatiline, tehnokraatlik ja seostub konformsuse ja kompromissiga.

Tunnusruumi teine mõõde on seotud humanismiga (*humanism*), mis tähendab inimlikkuse väärtustamist, siin on kõrgem väärtus isiksus. Autor seostab humanismi heasoovlikkusega. Humanismile – „values of reproduction” – vastandub materialism (*materialism*) – „values of production” (Zetterberg, 1997). Materialistlikud väärtused on seotud aine ehk mateeriaga, teadvus tuleneb ainst ja on seotud väärtustüüpidega saavutus ja võim.

Tunnusruumi kolmas mõõde on seotud modernsusega (*modern*). Modernsed väärtused on seotud uudse ja nüüdisaegsega. Avatus muutustele (*openness to change*) moodustub väärtustüüpidest stimulatsioon, enesemääratlemine ja osa hedonismi (Schwartz, 1992). Modernsusele „*becoming*” vastandub traditsionalism (*stability*) „*being*” (Zetterberg, 1997). Traditsionaalsed väärtused on seotud tavade ehk kommetega. Põlvkondade vahel toimub ajaloolise materjali intensiivne suuline või eeskuju najal edasiandmine. Traditsioon eeldab sündmuste, elukommete kordumist. Stabiilsus seostub väärtustüüpidega turvalisus ja traditsioon.

Omanikkonna tüpologia (tabel 15) koosneb neljast tüübist. 1. Humanistlik-traditsiooniline omanikkonna tüüp (HUSTA). 2. Modernistlik omanikkonna tüüp (MODERN). 3. Pragmatistlik-materialistlik omanikkonna tüüp (PRAMA). 4. Idealistlik omanikkonna tüüp (IDEA).

Tabel 15. Omanikkonna tüpologia (autori konstruktsioon)

1. HUSTA	2. MODERN
<p style="text-align: center;">RQ 1</p> <p>Isiklike väärtuste mõju osahingu osa omandamisele on tüüpidest kõige tugevam. Väärtustüüp heasoovlikkus (IBV_BE).</p>	<p style="text-align: center;">RQ 1</p> <p>Väärtustüübid hedonism (IBV_HE), stimulatsioon (IBV_ST) ja enesemääratlemine (IBV_SD).</p>
<p style="text-align: center;">RQ 2</p> <p>Omanik tahab pikas perspektiivis võimu saavutada premeerimise alusel. Võimu saavutamiseks premeerimise alusel rakendatakse raha, kiitust ja tähelepanu. Omanik tahab pikas perspektiivis äriidee elluviimise panustada nii strateegiliselt kui ka finantsiliselt. Tulu on võimust olulisem. Osahingu turuväärtus on väga väike. Jooksev tulu on kapitalikasvust tähtsam.</p>	<p style="text-align: center;">RQ 2</p> <p>Võim ja tulu on omanikule võrdselt olulised. Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu formaalse omaniku õiguse ja sunni alusel. Sunni alusel võimu saavutamiseks rakendatakse raha, aga ka karistamist ja vallandamist. Omanik on igasuguste sidusgruppide suhtes kõige ükskõiksem tüüp. Äriühingu turuväärtus on väga suur. Jooksev tulu ja kapitalikasv on talle ühtmoodi tähtsad.</p>
<p style="text-align: center;">RQ 3</p> <p>Omanik on nõus kandma suhteliselt suurt riski, nii suurt, et on võimalus kaotada kogu investering. Tema osalus äriühingus on 100%. Omanik on asutaja.</p>	<p style="text-align: center;">RQ 3</p> <p>Tulemuste saavutamise kiirus on väga oluline. Omanik on valmis tulemuse saavutamise nimel kandma keskmist riski, see tähendab võimalust kaotada pool investeringust. Hajutab riski, rakendab diversifikatsiooni. Talle on äriühingute erinev tegevusala oluline. Tema osalus äriühingus on vahemikus 10 kuni 50%. Oluliseks instrumendiks tulemuste saavutamisel on omanikkonnas valitsev konsensus. Omanik on omatavas äriühingus töötaja.</p>

Tabeli 15 järg

<p>3. PRAMA</p> <p style="text-align: center;">RQ 1</p> <p>Väärtustüübid konformsus (IBV_CO), turvalisus (IBV_SE), võim (IBV_PO) ja saavutus (IBV_AC).</p> <p style="text-align: center;">RQ 2</p> <p>Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu isikliku autoriteedi alusel. Omanik tahab, et omataval äriühingul oleks täita roll ühiskonnas. Sidusgruppide tähtsus on väga kõrge. Kõige olulisemad sidusgrupid on kliendid ja töötajad, neile järgnevad omanikud, avalikkus, audiitorid, riik ja muud sidusgrupid.</p> <p style="text-align: center;">RQ 3</p> <p>Omanik tahab saavutada tulemusi väikese riskiga. Väike risk tähendab, et omanik aktsepteerib võimalust kaotada väike osa investeringust. Omaniku osalus äriühingus on vahemikus 10 kuni 50%. Omanik on oma panusega rahul ja ei soovi rohkem ega vähem panustada. Omanik tahab, et omanikkonnas valitseks kompromiss. Valitsemisel ja juhtimisel on oluline väga aktiivne roll. Suhteliselt professionaalne omanik.</p>	<p>4. IDEA</p> <p style="text-align: center;">RQ 1</p> <p>Väärtustüübid kõikehaaravus (IBV_UN) ja traditsioon (IBV_TR).</p> <p style="text-align: center;">RQ 2</p> <p>Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu samastumise alusel, see tähendab karisma, eeskuju ja teadmiste alusel. Omanikule on olulisimaks sidusgrupiks omanikud. Kvaliteet ja eetilne tulu suurendamise viis on omanikule suhteliselt kõige olulisemad. omanik tahab pikas perspektiivis panustada äriidee elluviimisse strateegiliselt. Omanik tahab pikas perspektiivis äriühingu müüa. Kapitalikasv on jooksvast tulust tähtsam.</p> <p style="text-align: center;">RQ 3</p> <p>Omanik tahab saavutada tulemusi suhteliselt pikas perspektiivis, tegemist on pikaajalise omanikuga. Omanik tahab saavutada tulemusi väikese riskiga. Omaniku osalus äriühingus on üle 50%, ta soovib oma panust pigem suurendada. Äriühingu aastakäive on väga suur. Tulemuste saavutamiseks sõlmib omanik mitteametlikke kokkuleppeid, sealhulgas koalitsioonikokkuleppeid. Omanik on seotud omatava äriühinguga, ta on juhatuse liige.</p>
---	---

Järgnes üksikjuhtumite vastandamine oma tüübiga. Leitud vastuolulisi ja kõrvalekalduvaid juhtumeid analüüsiti täiendavalt ning paigutati vajadusel ümber.

6. JÄRELDUSED JA SOOVITUSED

6.1. Üldised ja põhimõttelised järeldused

Äriühingute valitsemise teooriates ja praktikas on lõppomanik, äriühingu omanikkond ja äriühingute omanikkond ühtemoodi tähtsad. Arvestades nende olulisust nii indiviidina kui ka majanduse seisukohalt on neid selgelt liiga vähe uuritud. Omanikuks olemist mõistetakse käesolevas töös kui omaniku ja omandi vahelist seost, millel on majanduslikud, sotsiaalsed ja psühholoogilised dimensioonid. Äriühingu olemasolu põhjus on tulemus ehk omanikkonna elluviidud tahe. Edukas omanikuks olemine eeldab nii lõppomaniku võimekust kui ka tahet. Mõistmaks erinevate omanike käitumist, uuritakse nende alusväärtusi, kuna alusväärtused juhivad, õigustavad või seletavad hoiakuid, norme ja tegevusi. Alusväärtustel põhinev tahe koos võimuga võimaldab omanikel kontrollida oma käitumist.

Käesoleva uurimistöö probleem seisnes selles, et lõppomanikke ei ole piisavalt uuritud, mistõttu ei mõisteta nende rolli ega käitumist ei indiviidi, äriühingu ega ühiskonna tasandil. Omanike sarnasusi ja erinevusi oluliste tunnuste alusel võib seletada omanikkonna tüpoloogia. Tüpoloogiat, milles käsitletakse seostatult omanike alusväärtusi ja tahet, autor kirjanduses ei leidnud. Seda äriühingute valitsemise valdkonna probleemi aitab lahendada sellise omanikkonna tüpoloogia konstrueerimine, milles seostatakse kapitaliühingute omanikkonna alusväärtused ja tahe. Probleemist tuleneb uurimistöö eesmärk, see oli kapitaliühingute lõppomanike selline uurimine, mis võimaldab alusväärtuste ja tahte alusel identifitseerida omanikkonna ideaaltüübid ja määrata nende tüüpide omavahelised seosed. Eesmärgi saavutamiseks sõnastati kolm uurimisküsimust (Missugused on kapitaliühingute aktsia või osa omanike alusväärtused? Mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis? Kuidas tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik saavutada tulemusi?).

Uurimistöö võimaldab alljärgnevat järeldusi ja soovitusi.

Esiteks, probleem lahendati: autor uuris äriühingute lõppomanikke ja konstrueeris põhjaliku analüüsi tulemusel omanikkonna tüpoloogia, milles on seostatud kapitaliühingute omanikkonna alusväärtused ja tahe. Konstrueeritud omanikkonna tüpoloogia aitab paremini mõista omanike rolli ja käitumist indiviidi, äriühingu ja ühiskonna tasandil.

Teiseks, eesmärk täideti: kapitaliühingute lõppomanikke uuriti selliselt, et alusväärtuste ja tahte alusel oli võimalik identifitseerida omanikkonna ideaaltüübid ja määrata nende tüüpide omavahelised seosed.

Kolmandaks, uurimisküsimustele leiti vastused: selgitati, mida omanikuks olemiselt oodatakse ja kuidas tahetakse saavutada tulemusi. Tahe seostati tüpoloogias omakorda alusväärtustega.

Neljandaks, valitud filosoofilised lähtekohad, tõlgendava paradigma ehk konstruktivismi (*constructionism*) neli põhilist eeldust ontoloogia, epistemoloogia, aksioloogia ja metodoloogia kohta osutusid asjakohaseks. Teadusliku meetodina abduktsiooni (*abduction*) rakendamine võimaldas moodustada seletavad hüpoteesid (*explanatory hypotheses*).

Viiendaks, väljatöötatud uurimistöö menetlus võimaldas saada uusi ja originaalseid tulemusi, sisaldades uutset lähenemist teooria, metodoloogia ja empiirilise analüüsi valdkondades.

Kuuendaks, järgides juhtumiuuringu strateegiat andmete kogumisel ja analüüsil, tagati mitmest allikast andmete kontrollimisega konstrukti kehtivus (*construct validity*) ja juhtumite andmebaasi koostamisega konstrukti usaldusväärsus (*reliability*).

Seitsmendaks, kombineeritud meetodite (*mixed methods*) valik, kus kombineeriti nii kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete kogumist kui ka analüüsi meetodeid, andis soovitud tulemuse. Andmete kogumisel säilitati lõppomanike keelekasutuse eripära. Omanikuks olemise ilmingust saadi terviklik, rikkalik ja detailiderohke kirjeldus.

Kaheksandaks, oluliste võrdlusdimensionide väljatöötamine, kus teoreetilisele eelteadmisele tuginedes määrati uurimisküsimused, moodustati sihipärane (heterogeenne) valim ning koostati intervjuu juhend, täitis lõppkokkuvõttes oma ülesande konstrueerida ideaaltüübid, mõista omanikke ja jõuda arusaamisele omanikuks olemises. Intervjuu juhendi testimine ja täiendamine enne selle rakendamist võimaldas juhtumite andmebaasi koondada ekstreemsed, informatsioonirohked ja maksimaalselt varieeruvad juhtumid. Intervjuu transkriptsioonide abduktiivne kodeerimine võimaldas määrata olulised tunnused.

Üheksandaks, arvutipõhine andmeanalüüs oli abivahend kogutud andmete struktureerimisel. Kvantifitseeritud andmete klasteranalüüs ja mitmemõõtmeline skaleerimine võimaldas leida neli sisemiselt homogeenet, kuid üksteise suhtes heterogeenset gruppi.

Kümnendaks, kirjeldatud gruppide sisulis-kontekstuaalsete seoste analüüs võimaldas konstrueerida ideaaltüübid. Empiirilisel eestleitud gruppe võrreldi teooriaga, otsiti kategooriatevahelisi seoseid ja vastandati üksikjuhtumid oma tüübiga. Süstemaatiline kategooriavaheliste seoste otsing võimaldas konstrueerida neli ideaaltüüpi, mis üheskoos moodustavad omanikkonna alusväärtustel ja tahtel põhineva tüpoloogia.

Omanikkonna tüpoloogia on autori panus astumaks sammukese lähemale äriühingute valitsemise alusteooria loomisele. Omanikkonna tüpoloogia ja konstrueeritud ideaaltüübid aitavad selgitada äriühingute valitsemise seisukohalt tähtsaima tegelase käitumist. Omaniku tegevuse käsitlus on oluline samm edasi, võrreldes seni käibiva omaniku kirjeldusega.

6.2. Omanikkonna tüpologia ja konstrueeritud ideaaltüübid

Käesoleva uurimistöö tulemusena konstrueeriti lõppomanike alusväärtustel ja tahtel põhinev neljatüübiline kapitaliühingute omanikkonna tüpologia:

1. Humanistlik-traditsiooniline omanikkonna ideaaltüüp (HUSTA),
2. Modernistlik omanikkonna ideaaltüüp (MODERN),
3. Pragmatistlik-materialistlik omanikkonna ideaaltüüp (PRAMA),
4. Idealistlik omanikkonna ideaaltüüp (IDEA).

Uuritud lõppomanike ülekaalukalt tähtsaim, vabas loetelus antud väärtus on perekond, järgneb ausus, tervis ja vabadus. Vähemtähtsad väärtused on ettevõtlikkus, tarkus, areng, kohusetundlikkus, lojaalsus, armastus, haridus, lapsed, sõnapidamine, otsustusvõime ja usaldus.

Kõige sagedamini esinev väärtustüüp on enesemääratlemine (*self-direction*), mis seostub alusväärtustega vabadus, loovus, sõltumatus, eneseaustus, uudishimulikkus, oma eesmärkide seadmine. Järgneb väärtustüüp stimulatsioon (*stimulation*), heasoovlikkus (*benevolence*), turvalisus (*security*), kõikehaaravus (*universalism*), traditsioon (*tradition*), konformsus (*conformity*), hedonism (*hedonism*), võim (*power*) ja saavutus (*achievement*). Vabas vormis loetletud väärtuste ja mõõdetud alusväärtuste tähtsuse järjekord on mõneti erinev. Alusväärtused perekond ja tervis asuvad mõõtmise tulemuse järgi neljandal positsioonil, ausus seitsmendal ja vabadus esimesel. Sellest võib järeldada, et omanikud peavad tähtsaimaks perekonda, aga tegelikult on tähtsaim alusväärtus vabadus. Selline vastuolu tuleneb väärtuste erinevast kaalust ja tähtsusest. Lõppomanikest ($n = 144$) 73,6% kinnitasid, et nende isiklikud väärtused mõjutasid aktsiate (osa) omandamist, sellest saab järeldada, et omanikuks olemine ja alusväärtused on seotud.

Valdav enamik lõppomanikest on veendunud, et äriühingute peamiseks missiooniks on kasumit teenida (tulu, raha) ja olla edukam oma konkurentidest, (meeldiv tegevus, erineda). Uuringus selgus asjaolu, et kasum on tihedalt seotud püüdega pakkuda kvaliteeti (kvaliteetset teenust, luua uusi väärtusi, hea teenindus, hoolitseda inimeste eest, inimeste elukvaliteedi tõstmine, aidata inimesi). Sellised missioonid nagu tagada klientide maksimaalne rahulolu, olla parim ja lahendus pakkuv atraktiivne partner klientidele, kaastöötajatele, aktsionäridele ja tootjatele annavad tunnistust omanike positiivsest orienteeritusest sidusgruppidele. Eneseteostus saavutatakse läbi põhiväärtuse kvaliteet. Lõppomanikest ($n = 144$) 85,4% kinnitas, et omataval äriühingul on täita roll ühiskonnas. Enamik omanikest rõhutas äriühingu ühiskondlikku rolli tööandja ja maksumaksjana.

Omanikkonna ideaaltüüpidest on isiklike väärtuste mõju omanikuks olemisele kõige tugevam HUSTA tüüpi omanikel. HUSTA tüüp kannab väärtustüüpi heasoovlikkus (IBV_BE). Tüüp MODERN kannab väärtustüüpe hedonism (IBV_HE), stimulatsioon (IBV_ST) ja enesemääratlemine (IBV_SD). PRAMA tüüp kannab väärtustüüpe konformsus (IBV_CO), turvalisus

(IBV_SE), võim (IBV_PO) ja saavutus (IBV_AC). IDEA tüüp kannab väärtustüpe kõikehaaravus (IBV_UN) ja traditsioon (IBV_TR).

Kõikide omanike tahe ei piirdu majanduslike eesmärkide saavutamisega. Kuigi põhieesmärk on enamasti raha, on oluline ka, kuidas raha teenitakse. Küsimused, mida tahab kapitaliühingu aktsia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis, ja kuidas tahetakse saavutada tulemusi, on väga mitmetahulised. Mida ja kuidas tahetakse, uuriti lähtuvalt sidusgruppide teooriast (*stakeholder theory*). Äriühingu tasandil kerkib lisaks esile küsimus, kelle tahe on primaarne. Äriühingute valitsemist uurivas kirjanduses vastandatakse põhilised lähenemised väärtusloomele või tõmmatakse paralleele. Omanikkonna tüüp MODERN esindab lähenemises väärtusloomele a) omaniku vaadet. Omanikkonna tüübid HUSTA ja PRAMA esindavad b) sidusgrupi vaadet. IDEA esindab c) valgustatud omaniku vaadet.

Pikaajalises perspektiivis on oluliselt tähtis omanikkonna nägemus äriühingu strateegiast ning valitsemispõhimõtetest. Omanikkonna kollektiivne tahe võib äriühingus avalduda omanikkonna strateegiana (*ownership strategy*), oluline on selle sobivus äriühingu strateegiaga (*corporate strategy*). Omanikkonna kollektiivse tahte koondamine ühtsesse dokumenti (*ownership strategy*) võimaldab omanikkonnal oma tahtest anda ühene ja selge signaal. Omanike initsiatiivil algatatud väärtuspõhise, pikaajalise perspektiiviga omanikkonna strateegia sünkroniseerimine äriühingu strateegiaga parandab nii äriühingu sisest kui ka välist koostööd. Omanikkonna tüpoloogia parandab koostööd seeläbi, et annab nii omanikele kui ka juhtidele võimaluse paremini mõista nii ennast kui teisi. Endas selgusele jõudmine tagab adekvaatse käitumise. Ühtlasi aitab tihe osapooltevaheline diskussioon ennetada konflikte. Äriühingus ($n = 132$) valitseb enamasti konsensus – 59,8%, aga ka kompromiss – 33,3%, väga harva konkurents – 0,68%. Üle poole omanikest tahab, et äriühingus valitseks konsensus, omanikkonna ühine tahe on äriühingu seisukohalt ideaalne. Eriarvamusi ei esinenud vaid 20,3% juhtumitest ($n = 27$), ülejäänud ($n = 106$) kirjeldasid mitmesuguseid konflikte. Enim konflikte esineb finantsvaldkonnas (investeerimine, tulu jaotamine, dividendid, raha, tasustamine, kulud, kohustused, pangandus, krediidipoliitika, hind), järgneb strateegia valdkond, organisatsioonilised küsimused, aga ka suhtlemise probleemid.

Enamik lõppomanikke ($n = 143$) 72,7% vastas, et võimust olulisem on omanikuks olemisest saadav tulu. Tuluna käsitletakse seejuures eelkõige majanduslikke eesmärke – jooksvat tulu ja kapitalikasvu. Võimu ja tulu pidas ühtemoodi oluliseks 16,1% lõppomanikke. Vaid 6,3% seadis tulust olulisemaks võimu, ja veelgi vähem omanikke (4,9%) ei pidanud kumbagi oluliseks. Realiseerub aktiivsete võimulolijate tahe, see tähendab, et tulu saamiseks peab omanik kasutama võimu. Hääletamine ja osavõtt üldkoosolekust on aktiivsus. Võim saavutatakse eelkõige isikliku autoriteedi alusel, järgnevad samastumise (karisma, eeskujud, teadmised), premeerimise (raha, kiitus, tähelepanu), formaalse omaniku õiguse ja sunni (raha, karistamine, vallandamine) alusel saavutatud võim.

Omanikkonna tüpoloogias tahab ideaaltüüpidest HUSTA tüüpi omanik saavutada pikas perspektiivis võimu premeerimise alusel. Selleks rakendatakse raha, kiitust ja tähelepanu. Omanikule on kõige tähtsam sidusgrupp kliendid. Omanik tahab pikas perspektiivis äriidee elluviimisse panustada nii strateegiliselt kui ka finantsiliselt. Omanik on teatud tingimustel valmis oma aktsiaid või osa müüma. Jooksev tulu on kapitalikasvust tähtsam. HUSTA tüüpi omanik tahab saavutada tulemusi suhteliselt pikas perspektiivis. Omanik on nõus kandma suhteliselt suurt riski, nii suurt, et on võimalus kaotada kogu investeering. Tema osalus äriühingus on 100%. Eesmärk on stabiilne jooksev tulu, s.t dividendid realiseeritakse instrumendiga 100% osalus. Olles küll asutaja, on omanik pikas perspektiivis siiski suhteliselt ebaprofessionaalne.

Võim ja tulu on MODERNi tüüpi omanikule võrdset olulised. Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu formaalse omaniku õiguse ja sunni alusel. Sunni alusel võimu saavutamiseks rakendatakse raha, aga ka karistamist ja vallandamist. Omanik on igasuguste sidusgruppide suhtes kõige ükskõiksem tüüp. Äriühingu turuväärtus on suhteliselt suur. Jooksev tulu ja kapitalikasv on talle ühtemoodi tähtsad. Panus äriidee elluviimisse on pigem finantsiline. Tulemuste saavutamise kiirus on MODERNi tüüpi omanikule väga oluline, kuid ta on pikaajalise investeerimishorisonidiga. Omanik on valmis tulemuse saavutamise nimel kandma keskmist riski, see tähendab võimalust kaotada pool investeeringust. Hajutab riski, rakendab diversifikatsiooni. Talle on äriühingute erinev tegevusala oluline. Tema osalus äriühingus on vahemikus 10 kuni 50%. Oluliseks instrumendiks tulemuste saavutamisel on omanikkonnas valitsev konsensus. Omanik on omatavas äriühingus töötaja.

PRAMA tüüpi omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu isikliku autoriteedi alusel. Omanik tahab, et omataval äriühingul on täita roll ühiskonnas. Sidusgruppide tähtsus on väga kõrge. Kõige olulisemad sidusgrupid on kliendid ja töötajad, neile järgnevad omanikud, avalikkus, audiitorid, riik ja muud sidusgrupid. Kvaliteet on suhteliselt ebaoluline. Tulu on võimust suhteliselt olulisem. PRAMA tüüpi omanik tahab saavutada tulemusi suhteliselt pikas perspektiivis, tegemist on pikaajalise omanikuga. Omanik tahab saavutada tulemusi väikese riskiga. Väike risk tähendab, et omanik aktsepteerib võimalust kaotada väike osa investeeringust. Suhtumise poolest riski on tegemist riski suhteliselt mittehajutava omanikuga. Omaniku osalus äriühingus on vahemikus 10 kuni 50%. Omanik on oma panusega rahul ja ei soovi rohkem ega vähem panustada. Omanik tahab, et omanikkonnas valitseks kompromiss. Valitsemisel ja juhtimisel on väga oluline aktiivne roll. Suhteliselt professionaalne omanik.

IDEA tüüpi omanikule on võim tulust suhteliselt olulisem. Omanik tahab pikas perspektiivis saavutada võimu samastumise alusel, niisiis karisma, eeskuju ja teadmiste alusel. Omanikule on olulisimaks sidusgrupiks omanikud. Kvaliteet ja eetiline tulu suurendamise viis on omanikule suhteliselt kõige olulisemad. Omanik tahab pikas perspektiivis panustada äriidee elluviimisse strateegiliselt. Kaugemas tulevikus plaanib ta äriühingu aktsiad või osa müüa. Kapitalikasv on jooksvast tulust tähtsam. IDEA tüüpi omanik tahab saavutada tulemusi

suhteliselt pikas perspektiivis, tegemist on pikaajalise omanikuga. Omanik tahab saavutada tulemusi väikese riskiga. Tema osalus äriühingus on üle 50%, ta soovib oma panust pigem suurendada. Äriühingu aastakäive on suhteliselt suur. Kõrgel omanikkonna koendumusel on äriühingu väärtusele positiivne efekt ja tulemuste saavutamiseks sõlmib omanik mitteametlikke kokkuleppeid, sealhulgas koalitsioonikokkuleppeid. Omanik on seotud omatava äriühinguga, ta on juhatuse liige.

Omanikkonna tüpoloogia ideaaltüüp HUSTA kannab väärtustüübi heasoovlikkus alusväärtusi. Omanik tahab saavutada võimu premeerides, panustada kapitaliühingusse strateegiliselt ja finantsiliselt. Talle on võimust olulisem tulu, täpsemalt jooksev tulu. Eesmärgi saavutamiseks on omanik nõus asutama 100% osalusega äriühingu ja kandma suurt riski.

Omanikkonna ideaaltüüp MODERN kannab väärtustüüpide hedonism, stimulatsioon ja enesemääratlemine alusväärtusi. Omanik tahab saavutada tulu ja võimu, ta saavutab võimu formaalse omaniku õiguse ja sunni alusel. Ühtmoodi olulised on omanikule jooksev tulu ja kapitalikasv, äriühingu turuväärtus on väga suur. Eesmärgi kiireks saavutamiseks on omanik nõus kandma keskmist riski, seda hajutades. Oluline on konsensus, nõus töötama omatavas äriühingus.

Omanikkonna ideaaltüüp PRAMA kannab väärtustüüpide konformsus, turvalisus, võim ja saavutus alusväärtusi. Omanik tahab äriühingus, millel on täita roll ühiskonnas ja kus väärtustatakse sidusgruppe, saavutada võimu isikliku autoriteedi alusel. Eesmärgi saavutamiseks on ta nõus kandma väikest riski. Osalus äriühingus on 10 kuni 50%. Suhteliselt professionaalne omanik on aktiivne ja valmis kompromissiks.

Omanikkonna ideaaltüüp IDEA kannab väärtustüüpide kõikehaaravus ja traditsioon alusväärtusi. Omanik tahab saavutada võimu samastumise alusel. Omanikud on talle olulisim sidusgrupp. Kapitali kasvatatakse eetilisel viisil läbi kvaliteedi, panustades strateegiasse. Väga suure aastakäibega äriühingu omanik võtab väikese riski ja valib pika investeerimishorisondi. Osalus on tal on üle 50%. Ta sõlmib koalitsioonikokkuleppeid ja on nõus töötama omatavas äriühingus juhatuse liikmena.

Kõrgeimaid ettevõtlikkuse väärtusi kannavad omanikkonna ideaaltüübid MODERN ja PRAMA. Adams'i, Licht'i ja Sagiv'i (2010) järgi on nendeks eriti kõrged saavutuse (AC), võimu (PO) ja enesemääratlemise (SD) väärtused ning madalad kõikehaaravuse (UN) väärtused. Omanikkonna ettevõtlikkus väljendub selles, et omanike vaade on suunatud tulevikku ja asjad tehakse ära. Omanikkonna tüpология annab seletuse alusväärtuste ja tahte omavahelistele seostele.

6.3. Uurimistöö tulemuste panus valdkonna teadusesse

6.3.1. Panus teooria arengusse

Alusväärtustel ja tahtel põhineva majandusteadusliku omanikkonna tüpoloogia konstrueerimine ja selle ideaaltüübid (HUSTA, MODERN, PRAMA, IDEA) on käesoleva uurimistöö suurim panus äriühingute valitsemise ja omanikuks olemise teooria arengusse. Omanikkonna tüpoloogia on oluline, kuna see võib oluliste tunnuste alusel seletada omanike erinevused, sarnasused ning seosed. Konstrueeritud omanikkonna tüpoloogia on neljast ideaaltüübist koosnev seletavate hüpoteeside süsteem. Hüpoteeside kvantitatiivne testimine võimaldab omanikkonna tüpoloogiast arendada teooria.

Käesolev uurimistöö on interdistsiplinaarne, interdistsiplinaarsuse tähtsust äriühingute valitsemises on rõhutanud Aguilera ja Jackson (2010). Sotsiaalteadustes uuritakse inimekäitumise sotsiaalseid ja kultuurilisi aspekte. Majandusteaduse eesmärk on indiviidide, äriühingute ja ühiskonna käitumise ning üldisemas mõttes majandusnähtuste kirjeldamine, mõõtmine, seletamine ning prognoosimine. Majandusteaduslik omanikkonna tüpoloogia kirjeldab ja seletab alusväärtustega seostatult, mida omanikuks olemiselt tahetakse ja kuidas tahetakse saavutada tulemusi. Organisatsiooniteooria haakub sotsioloogiaga ning organisatsiooni käitumine psühholoogiaga.

Äriühingute valitsemise uurimistööd toetuvad valdavalt agenditeoorial, vajaka jääb käitumisteaduslikust perspektiivist ja mitmetasandilistest multiteoreetilistest uurimistöödest. Käesolevas uurimistöös vaadeldi lõppomanikke käitumisteaduslikust perspektiivist lähtuvalt, kolmel analüüsitasandil ja multiteoreetiliselt. Uuriti omanikkonna kõrge koondumusega äriühingute lõppomanikke.

Mitmetes töodes (Gartner, 1988; Tricker, 2009; Van der Laan, 2009; Watson, 2005) nenditakse, et tänapäeva teooriates jääb puudu tähelepanust alusväärtustes juurdunud isiklikule käitumisele. D'Amboise ja Muldowney (1988) märkisid, et tuleb panustada väärtuste ja eesmärkide mõistmisele. Käesoleva uurimistöö fookus on lõppomanike alusväärtustes juurdunud isiklikul käitumisel ning on panustatud omanikkonna väärtuste ja tahte mõistmisse.

6.3.2. Panus metoodikasse

Uurimistöö panus metoodika arengusse seisneb omanikkonna tüpoloogia konstrueerimise menetluse väljatöötamises. Omanike uurimisel kombineeriti tulemuslikult nii kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete kogumise kui ka analüüsi meetodeid. Menetluses rakendatavaid meetodeid on võimalik vahetada, saadud tulemus on seda usaldusväärsem mida stabiilsemad on saadud tulemused.

Tulemused näitavad, et analüütiline tüübimoodustamine on õnnestunud, sest omanikkonna uurimistöö alal leiti ja kirjeldati mõttekaid struktuure ja mustreid. Tüübimoodustamise metodoloogilis-tehnilise baasi moodustavad kvalitatiivsetes

andmetes leitud ja kirjeldatud erinevused, sarnasused ja seosed. Omanikkonna tüpoloogia konstrueerimine on metodoloogilis-tehnilises mõttes samuti õnnestunud, kuna ideaaltüübi siseselt on juhtumid väga sarnaste tunnustega, ideaaltüübid tüpoloogia tasemel on seevastu omavahel erinevad. Kirjeldatud struktuuride ja mustrite teoreetilise mõtestamisega ületati piir kirjeldavalt uurimistöölt seletavale uurimistöole.

6.3.3. Panus praktika arendamisse

Uurimistöö tulemuste praktiline ülesanne on laiemale üldsusele teadvustada omanikuks olemise kompetentsuse ja tahte aspekte, see tähendab omandi professionaalse valitsemise olulisust ning professionaalse omaniku vajalikkust.

Tüpoloogia annab omanikule võimaluse mõista oma alusväärtusi ja väljendada oma tahet selgelt. Omanikkonna tüüpe tundes tõuseb ka juhtide pädevus, sest mõistmisel, miks on teatud omanike valikud, nagu nad on, viiakse tahe ellu.

Oluliselt paraneb omanike ja juhtide vaheline kommunikatsioon, vähenevad eriarvamused. Suureneb vastastikune usaldus.

Juhid saavad aru, kellele missuguseid väärtusi äriühingu abil luua. Konsultandid, õppejõud saavad oma käsutusse tüpoloogia näol õppevahendi seletamiseks omanikkonna tüüpide olulisi erinevusi ja sarnasusi.

Professionaalne valitsemine väljendub pikaajalise perspektiiviga kohanemisevõimelise valgustatud omanikkonna strateegia koostamises ja rakendamises. Veranen (1996) on rõhutanud, et äriühinguid tuleb omanikukeskselt ja oskuslikumalt valitseda ning juhtida. Oskuslikult rakendatud majandusteaduslikust omanikkonna tüpoloogiast saavad kasu omanikud, juhid, töötajad ja kogu majandus.

Tüpoloogia on omanikele kasulikuks abivahendiks vahetult enne uue investeringu tegemist. Tundes oma tüüpi, on võimalik valida sellega sobiv äriühing.

Väärtused antakse järgmisele ärigeneratsioonile edasi sotsialiseerimise käigus, väärtuskasvatusega tuleb algust teha juba varases lapsepõlves. Tüpoloogia annab omanikele võimaluse järgmisele generatsioonile sihikindlalt edasi anda või neis kasvatada oma eesmärkidega sobivaimaid väärtusi. Samuti on tüpoloogia abivahendiks omanikele, kes seisavad valiku ees, kellele pärandada oma elutöö.

6.4. Uurimistöö piirangud ja soovitused äriühingute omanikkonna edasisteks uuringuteks

Omanike uurimine on ülimalt tundlik ja delikaatne uurimisvaldkond. Äriühingu aktsiate ja osa lõppomanik on üksikisik, erandjuhul riik või kohalik omavalitsus. Käesoleva uurimistöö raames uuriti Eesti kapitaliühingute lõppomanikke.

Tulemuste lahtimõtestamisel on oluline meeles pidada intervjuerimisel valitsenud majanduslikku olukorda, 2009 aasta ülemaailmset majanduskriisi. Seega peegeldab omanikkonna tüpologia omanikke eriolukorras. Tulevikus on võimalik korraldada paneelandmetega uuring leidmaks mis tüüpi omanikud ja millises majanduse tsüklis on kõige edukamad. Paneelandmetega uurimistöö võib siduda äriühingute valitsemise tsüklilisuse uurimistöödega. Organisatsiooniline edukus seostub kasvu ja arenguga, soovitatakse omanikuks olemist uurida ka evolutsioonilise käsitluse vaatest lähtuvalt. Lisada väärtuste normatiivne uuring, mis püüab anda väärtustele hinnangut, näiteks missugused peaksid olema edukate äriühingute omanikkonna alusväärtused ja võimekus. Dietrich (2003) seletab, et väärtused pole püsivad, nad on muutuvad nii ajas kui ruumis, kuid nad püsivad konkreetsetes situatsioonides.

Omanike uurimise edasised arengud on seotud seletavate hüpoteeside (*explanatory hypotheses*) testimisega. Uurimistöö tulemusena konstrueeritud omanikkonna tüpologia on neljast ideaaltüübist koosnev seletavate hüpoteeside süsteem ja neid tulebki testida. Kvantitatiivne hüpoteeside testimine võimaldab omanikkonna tüpologiast arendada teooria.

Lisaks soovitatakse väljatöötatud menetlust veel korrata. Kordamine võimaldab omanikkonna tüpoloogiat täiendada ning parendada. Samuti on võimalik rakendada menetluses muid meetodeid, sealhulgas teksti kaevandamist (*text data mining, text analytics*). Liiv (2010) märgib, et teksti kaevandamine on tekstist informatsiooni tuletamise protsess, mis ei piirdu ainult tekstiga, vaid hõlmab ka pilti, heli, videot. Tüüpilised teksti kaevandamise tegevused on väga keerulised. Teksti kaevandamist toetab tarkvarapakett WEKA. Väljakutse õigesti üldistada asendub pingutusega kõiki andmeid analüüsida ja viia analüüs (tava)inimesele lähemale. Analoogiate avastamine (teooriate loomine) aastail 2015–2020 toimub täiesti uuel tasemel. Vabavaraline platvorm Protégé on juba täna reaalne vahend, mille abil omanikkonda kirjeldada ning reegleid ja vasturääkivusi defineerida. Korrata tuleks uurimistööd teises institutsionaalses keskkonnas, näiteks Soomes või Saksamaal, ja võrrelda saadud tulemusi. Konstrueeritud tüpologia alusel on võimalik korraldada kvantitatiivne uuring, et saada statistilise ülevaade, kui palju ja millist tüüpi omanikke on arvuliselt ja protsentuaalselt.

Uurimistöö tulemused on avalik teave (Tallinna Tehnikaülikooli Raamatukogu digikogu) ning neid on esitletud rahvusvahelistel konverentsidel. Ärivaldkonnas tegutsejatele pakub uurimistöö ideid praktiliste probleemide lahendamiseks ning teadlastele ainest edasisteks äriühingute valitsemise uuringuteks.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Adams, R. B., Licht, A. N., & Sagiv, L. (2010). Shareholders and Stakeholders: How Do Directors Decide? *ECGI – Finance Working Paper No. 276/2010*. [WWW] <http://ssrn.com/abstract=1549482> (27.02.2010)
- Aguilera, R. V., & Jackson, G. (2010). Comparative and International Corporate Governance. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 485-556.
- Aguilera, R., & Jackson, G. (2003). The Cross-National Diversity of Corporate Governance: Dimensions and Determinants. *Academy of Management Review*, 28(3), 447-465.
- Aimre, I. (2005). *Sotsioloogia*. Tallinn: Sisekaitseakadeemia kirjastus.
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and Identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715-753.
- Alchian, A., & Demsetz, H. (1972). Production, information costs, and economic organization. *American Economic Review*, 62(5), 777-795.
- Andreadakis, S. (2011, May). *Towards an enlightened shareholder value: The tension between shareholder and stakeholder models in modern corporate governance*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 8th workshop on corporate governance, Brussels.
- Beinhocker, E. D. (2007). *Die Entstehung des Wohlstands: Wie Evolution die Wirtschaft antreibt*. Landsberg: mi-Fachverlag.
- Berle, A. A., & Means, G. C. (1932). *The modern corporation and private property*. New York: Commerce Clearing House.
- Cadbury, A. (1992). *The Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance: a report of the committee on corporate governance*. London: Gee and Co. [WWW] <http://www.ecgi.org/codes/documents/cadbury.pdf> (10.02.2008)
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2), 354-359.
- Carrillo, E. F. P. (2007). Corporate Governance: Shareholders' Interests' and Other Stakeholders' Interests. *Corporate Ownership & Control*, 4(4). [Online] Virtus InterPress (28.10.2009)
- Charkham, J. P. (1995). *Keeping good company: A Study of Corporate Governance in Five Countries*. Oxford: Oxford University Press.

- Chuah, S.-H. (2010). Do Human Values Explain Economic Behavior? An Experimental Study. *Nottingham University Business School Research Paper No. 2010-01*. [Online] SSRN (13.03.2010)
- Cochran, P. L., & Wartick, S. L. (1988). *Corporate Governance: A Review of the Literature*. Morristown: Financial Executives Research Foundation.
- D'Amboise, G., & Muldowney, M. (1988). Management Theory for Small Business: Attempts and Requirements. *The Academy of Management Review*, 13(2), 226-240.
- Daily, C. M., Dalton, D. R., & Rajagopalan, N. (2003). Governance through ownership: Centuries of practice, decades of research. *Academy of Management Journal*, 46(2), 151-158.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., & Donaldson, L. (1997). Toward a Stewardship Theory of Management. *Academy of Management Review*, 22(1), 20-47.
- Demsetz, H. (1967). Toward a Theory of Property Rights. *American Economic Review*, 57(2), 347-359.
- Dietrich, E. (2003). Werte und Wertewandel in gesellschaftlichen Transformationsprozessen: Dargestellt am Beispiel Führungskräfte. In R. Lang, C. Baitsch und P. Pawlowsky (Eds.), *Arbeit, Organisation und Personal im Transformationsprozess*, 20. München und Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Djakov, S. (1999). Ownership Structure and Enterprise Restructuring in Six Newly Independent States. *Comparative Economic Studies (Association for Comparative Economic Studies)*, 41(1), 75. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (19.02.2006)
- Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Doty, H. D., & Glick, W. H. (1994). Typologies as a unique form of theory building: Toward improved understanding and modeling. *Academy of Management Review*, 19(2), 230-251.
- Eisenhardt, K. M. (1985). Control: Organizational and economic approaches. *Management Science*, 31(2), 134-149.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
- Eisenhardt, K. M. (1989a). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.

- Elenurm, T., Terk, E., & Andresoo, J. (2008). Cooperation patterns between capital owners and managers in the strategic management process: Case Estonia. *Corporate Governance*, 8(5), 637-648. [Online] Emerald (03.05.2009)
- Elo-Pärssinen, K. (2007). *Arvot ja yhteiskuntavastuullinen toiminta suurissa suomalaisissa perheyriyksissä. Omistajan näkökulma*. Doctoral dissertation, Supervisor Professor Matti Koironen, University of Jyväskylä, Jyväskylä.
- Erikson, T. (2007). Discriminating “Schumpeterian” from “Austrian” informal investors—an empirical assessment. *Journal of International Entrepreneurship*, 5(1-2), 1-10. [Online] SpringerLink (23.10.2010)
- Fama, E. F. (1980). Agency Problems and the Theory of the Firm. *Journal of Political Economy*, 88(2), 288. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (10.12.2005)
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Filatotchev, I., & Wright, M. (2005). *The Life-Cycle of Corporate Governance*. London: Edward Elgar.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R. E., Wicks, A., & Parmar, B. (2004). Stakeholder Theory and “The Corporate Objective Revisited”. *Organization Science*, 15(3), 364-369. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (30.12.2006)
- Gadamer, H.-G. (2002). *Hermeneutika universaalsus: Valik esseid ja intervjuusid*. Tartu: Ilmamaa.
- García-Álvarez, E., & López-Sintas, J. (2001). A Taxonomy of Founders Based on Values: The Root of Family Business Heterogeneity. *Family Business Review*, 14(3), 209-203. [WWW] <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1741-6248.2001.00209.x/abstract> (05.11.2010)
- Gartner, W. B. (1988). ”Who is an entrepreneur?” Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gerndorf, K. (1975). *Majandusorganisatsioonide tegevuse täiustamise probleeme protseduuranalüüsi abil*. Väitekiri majandusteaduse kandidaadi teadusliku astme taotlemiseks, teaduslik juhendaja majandusteaduse doktor professor Raoul Üksvärav, Tallinna Polütehniline Instituut, Tallinn.
- Gerndorf, K. (2006). A process view of organisations: Procedural analysis. *Working Papers in Economics*, 19(143), 51-78. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool.

- Gerndorf, K., Elenurm, T., & Terk, E. (1999, October). *Corporate Governance in Estonia*. Paper presented at the OECD seminar on Corporate Governance in the Baltic's, Vilnius.
- Ghuri, P., & Grønhaug, K. (2004). *Äriuurigute meetodid: Praktilisi näpunäiteid*. Tallinn: Külim.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In: N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (105-117). London: Sage.
- Gugler, K., & Yurtoglu, B. B. (2003). Corporate governance and dividend payout policy in Germany. *European Economic Review*, 47(4), 731-758. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (10.12.2005)
- Hall, M., Frank, E., Holmes, G., Pfahringer, B., Reutemann, P., & Witten, I. H. (2009). The WEKA Data Mining Software: An Update. *SIGKDD Explorations*, 11(1). [WWW] <http://www.kdd.org/explorations/issues/11-1-2009-07/p2V11n1.pdf> (07.05.2010)
- Hammer, U., Harper, D. A. T., & Ryan, P. D. (2001). PAST: Paleontological Statistics Software Package for Education and Data Analysis. *Palaeontologia Electronica*, 4(1), 9. [WWW] http://palaeo-electronica.org/2001_1/past/issue1_01.htm (03.04.2010)
- Hendry, C., Arthur, M. B., & Jones, A. M. (1995). *Strategy through People: Adaptation and Learning in the Small-Medium Enterprise*. London: Routledge.
- Heubischl, J. S. (2006). *European Network Governance – Corporate Network Systematic in Germany, the United Kingdom and France: An Empirical Investigation*. Doctoral Thesis, Supervisor Professor Maksim Saat, Tallinn University of Technology, Tallinn.
- Heuß, E. (1965). *Allgemeine Markttheorie*. Tübingen: J. C. B. Mohr.
- Hilb, M. (2006). *Integrierte Corporate Governance: Ein neues Konzept der Unternehmensführung und Erfolgskontrolle. Zweite Auflage*. Berlin: Springer-Verlag.
- Hine, D., & Carson, D. (Eds.). (2007). *Innovative Methodologies in Enterprise Research*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hofstede, G. (2010). The GLOBE debate: Back to relevance. *Journal of International Business Studies*, 41(8), 1339-1346.

- Holderness, C., & Sheehan, D. (1988). The role of majority shareholders in publicly held corporations: An exploratory analysis. *Journal of Financial Economics*, 20, 317-346.
- Holton, G. A. (2006). Investor Suffrage Movement. *Financial Analysts Journal*, 62(6), 15-20. [WWW] www.cfapubs.org/doi/ref/10.2469/faj.v62.n6.4349 (26.11.2007)
- Homann, K. (1980). *Die Interdependenz von Zielen und Mitteln*. Tübingen: Mohr.
- Hornaday, R. W. (1990). Dropping the E-Words from Small Business Research: an Alternative Typology. *Journal of Small Business Management*, 28(4), 22-33. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (01.05.2009)
- Hung, H. (1998). A typology of the theories of the roles of governing boards. *Corporate Governance: An International Review*, 6(2), 101-111. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (22.04.2007)
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic and political change in 43 countries*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Jensen, M. C. (1993). The Modern Industrial Revolution, Exit, and the Failure of Internal Control Systems. *The Journal of Finance*, 48(3), 831-880. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (10.12.2005)
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [Online] Social Science Research Network (10.03.2006)
- Joyner, B. E., & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: a study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297-311.
- Kalmi, P. (2003). The rise and fall of employee ownership in Estonia, 1987-2001. *Europe-Asia Studies*, 55(8), 1213-1239. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (19.02.2006)
- Kaplan, B., & Maxwell, J. A. (1994). Qualitative research methods for evaluating computer information systems. In J. G. Anderson, C. E. Aydin, & S. J. Jay (Eds.), *Evaluating health care information systems, methods and applications* (pp. 45-68). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard—Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*, 71-80.

- Kelle, U., & Kluge, S. (2010). *Vom Einzelfall zum Typus: Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung, 2. überarbeitete Auflage*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kellermann, H. (1979). Typen des betrieblichen Investitionsverhaltens: Möglichkeiten einer Typologie anhand von Jahresabschlussinformationen. In C. Aschoff & P. Müller-Bader (Eds.), *Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Entwicklung*, 38. München: Florentz.
- Kirchmaier, T., & Grant, J. (2005). Corporate ownership structure and performance in Europe. *European Management Review*, 2(3), 231-245.
- Kluge, S. (2000). Empirisch begründete Typenbildung in der qualitativen Sozialforschung. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(1), Art. 14. [WWW] <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001145> (10.03.2010).
- Koironen, M. (2007). *Hyvä omistajuus*. Tampere: Konetuumat.
- Koni, L. (2011). *Frantsiis Eesti toitlustusmaastikul OÜ Robinsoni restoranide näitel: Juhtumiuuringud*. Magistritöö, Juhendaja Mike Wahl, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.
- La Porta, R., Lopez-De-Silanes, F., & Shleifer, A. (1999). Corporate Ownership Around the World. *Journal of Finance*, 54(2), 471-517. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (10.12.2005)
- Leimann, A. (2007). *Kapitaliühingute omanikkonna uurimine Eesti Vabariigi ametlike registrite informatsiooni alusel*. Magistritöö, Juhendaja Mike Wahl, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.
- Leimann, J., Skärvad, P.-H., & Teder, J. (2003). *Strateegiline juhtimine*. Tallinn: Külim.
- Licht, A. N. (2004). The maximands of corporate governance: A theory of values and cognitive style. *Delaware Journal of Corporate Law*, 29(3), 649-746.
- Licht, A. N., Goldschmidt, C., & Schwartz, S. H. (2005). Culture, Law, and Corporate Governance. *International Review of Law and Economics*, 25(2), 229-255. [Online] ScienceDirect (03.05.2009)
- Liiv, I. (2010). Seriation and matrix reordering methods: An historical overview. *Statistical Analysis and Data Mining*, 3(2), 70-91.
- Luoma, T. (2011, May). *Implementation of an ownership strategy*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 8th workshop on corporate governance, Brussels.

- MacQueen, J. (1967). Some methods of classification and analysis of multivariate observations. In *Proceedings of the Fifth Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability, 1*, 281-297.
- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation, 5th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mathiesen, H. (2002). *Managerial Ownership and Financial Performance*. Ph.D. Thesis, Advisor professor Steen Thomsen, Copenhagen Business School, Copenhagen. [WWW] http://www.acadpublishing.com/dissertations/Mathiesen_H/ (18.04.2004)
- Meglino, B. M., & Ravlin, E. C. (1998). Individual values in organizations: Concepts, controversies, and research. *Journal of Management, 24*(3), 351-389. [Online] SAGE Journals Online (27.02.2010)
- Mereste, U. (1975). *Statistika üldteooria*. Tallinn: Valgus.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). *Organizational strategy, structure, and process*. New York: McGraw-Hill Book Co.
- Miner, J. B. (1997). *Psychological Typology of Successful Entrepreneurs*. Westport: Greenwood Publishing Group [Online] ebrary (24.07.2006)
- Mugler, J. (1998). *Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, Band 1, Dritte überarbeitete Auflage*. Wien: Springer-Verlag.
- Mygind, N. (1999, October). *Privatization, governance and restructuring of enterprises in the Baltics*. Paper presented at the OECD seminar on Corporate Governance in the Baltic's, Vilnius.
- Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press.
- Nietzsche, F. (1887). *Morgenröthe: Gedanken über die moralischen Vorurtheile. Neue Ausgabe mit einer einführenden Vorrede*. Leipzig: Verlag von E. W. Fritsch.
- Niglas, K. (2004). *The Combined Use of Qualitative and Quantitative Methods in Educational Research*. Dissertations on Social Sciences, Supervisor Peeter Normak, Tallinn Pedagogical University, Tallinn.
- Noll, B. (2002). *Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Nyyssölä, H. (2008). Omistajaohjaus, sisäinen yrittäjyys ja tuloksellisuus ammattikorkeakouluissa. *Jyväskylä Studies in Business and Economics, 62*. [WWW] <http://julkaisut.jyu.fi/index.php?page=product&id=17116> (28.12.2008)

- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & de Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 403-445.
- Pedersen, T., & Thomsen, S. (1997). European Patterns of Corporate Ownership: A Twelve-Country Study. *Journal of International Business Studies*, 28(4), 759-778.
- Pedersen, T., & Thomsen, S. (2003). Ownership Structure and Value of the Largest European Firms: The Importance of Owner Identity. *Journal of Management and Governance*, 7(1), 27-55.
- Peirce, C. S. (1931). *The Collected Papers Vol. V: Pragmatism and Prmaticism*. [WWW] http://www.textlog.de/peirce_pragmatism.html (11.08.2011)
- Pendleton, D., & King, J. (2002). Values and leadership. *BMJ*, 325(7376), 1352-1355.
- Pichet, E. (2011). Enlightened Shareholder Theory: Whose Interests Should Be Served by the Supporters of Corporate Governance? *Corporate Ownership & Control*, 8(2-3), 353-362. [WWW] <http://ssrn.com/abstract=1262879> (07.08.2011)
- Pihlap, Ü., & Terk, E. (1996). Privatized Enterprises: What has become of them? *The Baltic Review*, 10(2), 23-23.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H., & Knafo, A. (2002). The Big Five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(6), 789-801. [Online] SAGE Journals Online (27.02.2010)
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students. Fifth Edition*. Harlow: Prentice Hall.
- Schumpeter, J. A. (1928). Unternehmer. In L. Elster (Ed.), *Handwörterbuch der Staatswissenschaften*, 4(8), 476-487. Jena: Verlag von G. Fischer.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. New York: Academic Press. [Online] ScienceDirect (11.04.2008)
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.

- Schwartz, S. H. (2003). A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations. Chapter 7 in the Questionnaire Development Package of the European Social Survey. [WWW]
http://www.europeansocialsurvey.org/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=126&Itemid=80 (25.01.2009)
- Schwartz, S. H., & Bardi A. (1997). Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. *Political Psychology*, 18(2), 385-410. [Online] JSTOR (25.08.2010)
- Schwartz, S. H., & Sagiv, L. (1995). Identifying culture specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26(1), 92-116.
- Shao, L., Kwok, C. C., & Guedhami, O. (2010). National culture and dividend policy. *Journal of International Business Studies*, 41(8), 1391-1414.
- Skinner, D., & Spira, L. F. (2003). Trust and control – a symbiotic relationship? *Corporate Governance*, 3(4), 28-35.
- Sneath, P. H. A. & Sokal, R. R. (1973). *Numerical Taxonomy: The principles and practice of numerical classification*. San Francisco: W. H. Freeman and Company.
- Steiger, O. (2006). Eigentum und Recht und Freiheit: Eine Triade und 66 Thesen. In F. Malik (Ed.), *Schriftenreihe «forum», 12*. St. Gallen: Malik Management Zentrum St. Gallen.
- Sur, S. (2006). For Whom the Firm Toils: On the Importance of Ownership. *Academy of Management, 2006 Annual Meeting Proceedings*. [WWW] aomonline.org (16.08.2006)
- Tafel, K., Elenurm, T., & Terk, E. (2004, November). *Corporate Governance as an Object of Research. On the Need for Multi-aspect Approach and the Peculiarities of the Case of Estonia*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 2nd workshop on corporate governance, Brussels.
- Thomsen, S., & Pedersen, T. (2000). Ownership Structure and Economic Performance in the Largest European Companies. *Strategic Management Journal*, 21(6), 689-705. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (19.02.2006)
- Toulouse, J. M. (1979). *L'entrepreneurship au Quebec* [Entrepreneurship in Quebec], Montreal: Les presses H.E.C.-Fides.
- Tricker, B. (2005). Corporate governance: a subject whose time has come. *Corporate Ownership & Control*, 2(2), 11-19. [Online] EBSCOhost Web. Business Source Premier (10.12.2005)
- Tricker, B. (2009). *Corporate Governance: Principles, Policies and Practices*. Oxford: Oxford University Press.

- Trochim, W., & Donnelly, J. P. (2006). *The Research Methods Knowledge Base*. 3rd edition. Cincinnati, OH: Atomic Dog Publishing.
- Üksvärav, R. (2008). *Organisatsioon ja juhtimine. Neljas, täiendatud trükk*. Tallinn: TTÜ Kirjastus.
- Van der Laan, G. (2009). *Behavioral Corporate Governance: Four Empirical Studies*. Doctoral dissertation, University of Groningen, Groningen.
- Veranen, J. (1996). *Tuottoa vaativat omistajat: menestykseen omistajalähtöisellä johtamisella*. Porvoo: WSOY.
- Veranen, J., & Hensle, H. (2000). *Wertorientierung und Rendite: Die Corporate Governance neu gestalten, die Zufriedenheit der Eigentümer erhöhen, das Wachstum langfristig sichern*. Landsberg: Verlag Moderne Industrie.
- Watson, R. (Ed.). (2005). *Corporate Governance in the New Global Economy: Governance and Ownership*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Weber, M. (1922). *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie*. [WWW] http://www.textlog.de/weber_wirtschaft.html (10.12.2005)
- Yin, R. K. (1994). *Case study research: Design and methods*. 2nd ed. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Zetterberg, H. L. (1997). The Study of Values. In R. Swedberg, & E. Uddhammar (Eds.), *Sociological Endeavor. Selected Writings* (pp. 191-219). Stockholm: City University Press. [WWW] <http://www.zetterberg.org/Papers/ppr1997b.htm> (13.03.2010)

Autori publikatsioonid

- Wahl, M. (2004). *Metoodika väljatöötamine äriühingute omanikkonna struktuuri uurimiseks Eesti Vabariigis*. Magistritöö, juhendaja dotsent Kostel Gerndorf, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.
- Wahl, M. (2005). Äriühingute omanikkonna uurimise teoreetiline raamistik. In M. Rillo (Ed.), *XI Majandusorganisatsioonide juhtimisprobleemide konverents: XI Conference on the Management of Business Organisations, April 22, 2005* (pp 147-155). Tallinn: TTÜ ärikorralduse instituut.
- Wahl, M. (2006). The ownership structure of corporations: Owners classification & Typology. *EBS Review: Corporate Governance*, 21(1), 94-103.
- Wahl, M. F. (2008). Governance and Ownership: Theoretical Framework of Research. *Working Papers in Economics*, 25(179), 149-163. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool.

- Wahl, M. F. (2009). Governance and Ownership: Practices in Estonia. In G. Prause & T. Muravska (Eds.), *Baltic Business and Socio-Economic Development 2008: 4th International Conference Riga, Latvia, September 30–October 2, 2008* (pp. 89-102). Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag.
- Wahl, M. F. (2010). History and Development of Ownership Research. In J. W. Kramer, G. Prause, & J. Sepp (Eds.), *Baltic Business and Socio-Economic Development 2007: 3rd International Conference Tallinn, Estonia, June 17-19, 2007* (pp. 1081-1094). Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag.
- Wahl, M. F. (2011). Governance and ownership: methodological aspects of qualitative ownership research. In G. Prause (Ed.), *Baltic Business and Socio-Economic Development 2009: 5th International Conference Kalmar, Sweden, September 14-15, 2009* (pp. 260-283). Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag.

KOKKUVÕTE

KAPITALIÜHINGUTE LÕPPOMANIKE ALUSVÄÄRTUSTE JA TAHTE UURIMINE NING OMANIKKONNA TÜPOLOOGIA KONSTRUEERIMINE

ÄRIÜHINGUTE VALITSEMINE JA OMANIKUKS OLEMINE

Äriühingute valitsemine on keeruline ja mitmepalgeline nähtus, mida perspektiivist lähtuvalt on mitmeti defineeritud. Äriühingute valitsemist võib üldjoontes mõista kui omanikkonna tahte realiseerimise õpetust, sest äriühingute valitsemise keskseks tegelaseks on lõppomanik. Äriühingute valitsemisel puudub üheselt tunnustatud alusteooria (Cadbury, 1992; Cochran & Wartick, 1988; Tricker, 2009). Autori eesmärk ei ole äriühingute valitsemise alusteooria loomine, küll aga anda oma panus astumaks sammukese lähemale selle loomisele.

Äriühingute valitsemist uurivas kirjanduses tõmmatakse paralleele väärtusloomele lähenemiste vahel või vastandatakse põhilised lähenemised väärtusloomele, need on a) omaniku vaade, b) sidusgrupi vaade ning c) valgustatud omaniku vaade, mis püüab ühendada endas omaniku ja sidusgrupi vaadete head küljed, jättes kõrvale puudused. Omaniku vaadet väärtusloomele esindab tüüpiliselt agenditeooria (*agency theory*) (Alchian & Demsetz, 1972; Eisenhardt, 1985, 1989; Jensen & Meckling, 1976), sidusgrupi vaadet väärtusloomele Freeman'i (1984) sidusgruppide teooria (*stakeholder theory*).

Omanikuks olemine on võimalik tänu käsutusõigustele (*property rights*). Kapitaliühingu omanikud on *de jure* osauhingu osa ja aktsiaseltsi aktsiate omanikud. Autor kasutab siiski omaniku terminit, sest omanikuks olemisel on majanduslikud, sotsiaalsed ja psühholoogilised dimensioonid. Seletamiseks omanikuks olemist üksikisiku, äriühingu ja ühiskonna tasandil, tuleb mõista väärtuste olemust, sest väärtused on äritegemise loomulik osa. Omanikkonna uuringul on kõige olulisemad isiklikud, sotsiaalsed, poliitilised ja majanduslikud väärtused. Käesoleva uurimistöö seisukohalt on sobivaim lähenemine Schwartz'i (1992) välja töötatud üksikisiku alusväärtuste teooria (*theory of basic human values*), mis struktureerib kogu inimkonnale omased universaalsed isiklikud alusväärtused ning kirjeldab ja seletab neid. Et omanikuks olemist seletada, tuleb mõista väärtuste olemust. Alusväärtused on seotud omanike tahtega ning on mõõdetavad.

Tahe (*will*) on sihiteadlik püüdlus ja võime teha valikud ning need ellu viia. Tahe võimaldab kontrollida oma käitumist (*behaviour*), isiklikult kontrollituna tajutakse vaid tahtlikku tegu (*action*). Selleks et oma taht ellu viia, peab omanik kasutama võimu (*power*). Omanike tahe ei piirdu majanduslike eesmärkide – jooksva tulu ja kapitalikasvu saavutamisega. Pikaajalises perspektiivis on oluliselt tähtis omanikkonna nägemus äriühingu strateegiast ning valitsemis-põhimõtetest, see eeldab omaniku panust äriidee elluviimisse.

Omanikkonna liikmed on erinevad, nende erinevuste mõistmiseks ja seletamiseks vajavad omanikud, juhid ja teadlased teoreetilist raamistikku. Selliseks teooriaks võib erinevalt omanike liigitusest olla omanikkonna tüpoloogia. Sotsiaalteadustes on teooria loomise üheks hästi tuntud võimaluseks tüpoloogia koostamine. Tüpoloogia on teooria, kui see vastab minimaalsetele teooria kriteeriumitele. Seniste tüpoloogiate analüüs näitas, et seni puudub omanike alusväärtusi ja tahet seostav kapitaliühingute omanikkonna tüpoloogia.

Äriühingute valitsemise uurimistööd põhinevad valdavalt agenditeoorial, vajaka jääb käitumisteaduslikust perspektiivist ja mitmetasandilistest multiteoreetilistest uurimistöödest. Üksikisikud oma erineva meelsuse ja nõrkustega ei esine tänapäeva teooriates, tähelepanu keskmest on täielikult välja jäänud alusväärtustes juurdunud isiklik käitumine (Gartner, 1988; Tricker, 2009; Van der Laan, 2009; Watson, 2005). Uuringutes tuleb rohkem panustada väärtuste ja eesmärkide mõistmisele (d'Amboise & Muldowney, 1988), milleni jõutakse kirjeldades, analüüsid ja seletades. Uurimisvaldkond on interdistsiplinaarne, hõlmates mitmeid teadusharusid.

Omanikke (*unit of analysis*) uuritakse kolmel analüüsitasandil (*level of analysis*). Esiteks indiviidi tasandil, teiseks äriühingu tasandil ning kolmandaks ühiskonna tasandil. Uurimistöö ala tuuma moodustavad omanike alusväärtused (*basic values*), mis avalduvad indiviidi tasandil väärtushinnangutena (*value judgment*) ja üksikomaniku tahtena (*will*). Äriühingu tasandil avalduvad omanike alusväärtused omanike kollektiivse tahtena. Arvestades omanike alusväärtusi ja tahet, konstrueeritakse tüübid ja omanikkonna tüpoloogia.

Lõppomanik, äriühingu omanikkond ja äriühingute omanikkond on ühtemoodi tähtsad nii äriühingute valitsemise teooriates kui ka praktikas. Arvestades nende olulisust nii üksikisikuna kui ka majanduse seisukohalt, on neid selgelt liiga vähe uuritud. Äriühingu olemasolu põhjus on tulemus ehk omanikkonna elluviidud tahe. Tulemus võib olla nii isiklik, sotsiaalne, poliitiline kui ka majanduslik väärtus. Mõistmaks erinevate omanike käitumist, uuritakse nende alusväärtusi, kuna alusväärtused juhivad, õigustavad või seletavad hoiakuid, norme ja tegevusi. Alusväärtustel põhinev tahe koos võimuga võimaldab omanikel kontrollida oma käitumist.

Käesoleva uurimistöö probleem seisneb selles, et ei mõisteta lõppomanike rolli ega käitumist indiviidi, äriühingu ega ka ühiskonna tasandil. Omanike sarnasusi ja erinevusi oluliste tunnuste alusel võib seletada omanikkonna tüpoloogia. Tüpoloogiat, milles käsitletakse seostatult omanike alusväärtusi ja tahet, autor kirjanduses ei leidnud. Seda äriühingute valitsemise valdkonna probleemi aitab lahendada sellise omanikkonna tüpoloogia konstrueerimine, milles seostatakse kapitaliühingute omanikkonna alusväärtused ja tahe. Uurimistöö eesmärk on identifitseerida kapitaliühingute lõppomanike alusväärtuste ja tahte alusel omanikkonna ideaaltüübid ja määrata nende tüüpide omavahelised seosed. Omanikkonna uurimine võimaldab leida omanike tüübid ning seosed nende vahel, andes vastuse aktuaalsetele küsimustele kes? mida? kus? millal? miks? ja kuidas?, väljendades omanike tahet ning määrares,

missugused väärtustüübid sellega seostuvad. Samuti on võimalik tagasipöördvalt näidata konstrueeritud tüüpide tunnused.

Töö eesmärgist ja lahendatavast probleemist tulenevalt on üldised ja olulised omanike tunnused lisaks väärtustele seotud tahtega. Esimene uurimisküsimus on seotud omanike alusväärtustega: missugused on kapitaliühingute aksia või osa omanike alusväärtused? Küsimusele vastamiseks rakendatakse üksikisiku alusväärtuste teooriat. Teine uurimisküsimus on seotud omanike tahtega: mida tahab kapitaliühingu aksia või osa lõppomanik äriühingult pikas perspektiivis? Kolmas uurimisküsimus on seotud omanike eesmärkide ehk tulemuse saavutamise protsessiga: kuidas tahab kapitaliühingu aksia või osa lõppomanik saavutada tulemusi? Tahte küsimusi uuritakse lähtuvalt sidusgruppide teooriast. Uurimisküsimustele vastamisega saavutatakse töö eesmärgi täitmine ja lahendatakse uurimisprobleem.

UURIMISTÖÖ METODOLOOGIA JA OLULISED VÕRDLUSDIMENSIOONID NING JUHTUMITE ANDMEBAAS

Uurimistöö eesmärgist lähtuvalt on tegemist seletava (*explanatory*) tööga. Menetlus ja selle etapid tulenevad otseselt lahendatavast probleemist ja uurimisküsimustest. Uurimistöö menetluses arvestatakse Kluge (2000) neljaastmelise empiirilisel põhjendatud tüüpide moodustamise mudeli reegleid.

Käesolev omanikkonna uurimine rajaneb kindlatel filosoofilistel lähtekohtadel, autor valis konstruktivistliku (*constructionism*) uurimistöö paradigma. Uute konstruktsioonide arendamine kvalitatiivsete andmete põhjal tähendab lähtumist nii olemasolevast teoreetilisest materjalist kui ka empiirilistest andmetest. Sellist lähenemist toetab antud töös rakendatav teaduslik meetod (*research approach*) abduktsioon (*abduction*). Uurimistöö strateegiaks on juhtumiuuring, kuna see võimaldab säilitada tõeliste sündmuste terviklikkuse. Uurimistöö meetodiks valis autor kombineeritud meetodi, see tähendab kombineeritakse nii kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete kogumist kui ka analüüsi meetodeid. Ajalise mõõde (*time horizon*) poolest on tegemist läbilõikeuuringuga (*cross-sectional*).

Oluliste võrdlusdimensioonide väljatöötamiseks konstrueeritakse relevantsete tunnused omanikkonna tüüpide iseloomustamiseks. Autor valis sihipärase (*subcategories of purposive sampling methods, heterogeneity & snowball sampling*) mittetõenäosusliku valimi, kuna eesmärgiks ei ole statistiline representatiivsus, vaid mõista ja jõuda arusaamisele omanike tegevusest ning anda seletused. Koostati intervjuu juhend, mille põhiküsimused arendati uurimisküsimuste laiendamise teel. Standardiseerimata (*non-standardised*), poolstruktureeritud (*semi-structured*) intervjuu ühendatakse intervjuu juhendis standardiseeritud, struktureeritud portree väärtusküsimustikuga (PVQ). Sundimatus õhkkonnas vesteldi üks-ühele, silmast silma (*face-to-face*). Põhiuuring toimus ajavahemikul 19.02.2009 kuni 11.06.2009.

Transkriptsioonide kodeerimisel lisati andmebaasi kategooriad ning dimensioonimisel alamkategooriad. Kvalitatiivsete andmete abduktiivsel kodeerimisel tekkinud kategooriad kanti mõttekaardile (*mind-map*), andmed redutseeriti, struktureeriti, visualiseeriti ja viimistleti. Kogutud andmete hindamise käigus analüüsiti süstemaatiliselt kodeeritud tekstiosad, analüüsiti üksikjuhtumid ja seejärel võrreldi omavahel. Juhtumite andmebaas koondab endasse 146 valitud juhtumit ($n = 146$) Eesti Vabariigi kapitaliühingu aktsia ja / või osa omanikest. Juhtumite põhjalikule kirjeldusele järgneb põhjalik analüüs.

TULEMUSTE GRUPEERIMINE, EMPIIRILISTE SEADUSPÄRASUSTE ANALÜÜS NING OMANIKKONNA TÜPOLOOGIA KONSTRUEERIMINE

Juhtumid grupeeriti valitud võrdlusdimensioonide alusel. Uurimisküsimustest tulenevalt on omanikuks olemise üldised ja olulised tunnused seotud lisaks väärtustele veel tahtega, mis seostub eelkõige küsimustega mida? ja kuidas?. Mida lõppomanik tahab pikas perspektiivis, on vaadeldav kui eesmärk ja tulemus, vastus küsimusele kuidas? on seevastu instrument tulemuse saavutamiseks. Valitud juhtumid ($n = 146$) analüüsiti 81 olulise tunnuse alusel, mis on jaotatud nelja põhiossa. Esiteks kontekst (13 tunnust), teiseks väärtused (11 tunnust), kolmandaks eesmärgid ja tulemused (30 tunnust), neljandaks instrumendid eesmärkide ja tulemuste saavutamiseks (27 tunnust).

Autor rakendas arvutipõhisel andmeanalüüsil tarkvarapakette Microsoft Excel 2010, The Waikato Environment for Knowledge Analysis (WEKA) ja PALaeontological Statistics (PAST). Hierarhilise klasteranalüüsi ja mittemeetri- lise mitmemõõtmelise skaleerimise (nMDS) tulemusena leiti, et andmed on piisavalt varieeruvad ning nende alusel on võimalik omanikkond rühmitada vähemalt neljaks sisemiselt homogeenseks ja väliselt heterogeenseks grupiks. Mittehierarhilisel klasteranalüüsil rakendas autor k-keskmiste meetodit, leiti grupid ja gruppide liikmed. Esimesse klastrisse k 1 paigutus lõppomanikest 28,1% ($n = 41$), teise 19,2% ($n = 28$), kolmandasse 30,8% ($n = 45$) ja neljandasse 21,9% ($n = 32$). Klastrite tõlgendamiseks ja iseloomustamiseks võrdlusdimensiooniti arvatati neljale klastrile (k) aritmeetiline keskmine (\bar{x}), mood (Mo) ja standardhälve (s). Sooritati moodustunud gruppide empiiriliste seaduspärasuste analüüs. Samasse tunnuste kombinatsiooni langenud juhtumeid võrreldi omavahel, et kontrollida moodustunud gruppide sisemist homogeensust, sest tüübi tasemel peavad kõik juhtumid olema sarnased. Edasi võrreldi omavahel moodustunud grupe, et kontrollida kas tüpologia tasemel valitseb piisavalt kõrge väline heterogeensus.

Kvantifitseeritud andmete arvutipõhisele andmeanalüüsile järgneb, viimase tulemustele tuginedes, kvalitatiivsete andmete tõlgendav analüüs. Autor konstrueeris ideaaltüübid (*ideal types*), sest idealiseerimisega algab üleminek empiirilistelt seaduspärasustelt teooriale. Seadused saadakse üleminekul juhtumite seoste seaduspärasuste uurimiselt ideaaltüüpide seoste uurimisele. Ideaaltüüp on teoreetiline konstruktsioon, milles tuuakse esile tüübi

iseloomulikud ja olemuslikud küljed, ebaolulised jäetakse tagaplaanile. Valitud reaalsest juhtumitest konstrueeriti ideaalne esindaja. Tüübimoodustamise menetlus lõpeb moodustatud tüüpide põhjaliku ja võimalikult täpse iseloomustamisega, aluseks võeti lõplikud tunnuste kombinatsioonid (tabel 4 kuni 12) ning nende sisulis-kontekstuaalsed seosed. Autor konstrueeris neljatüübilise (HUSTA, MODERN, PRAMA, IDEA) kapitaliühingute omanikkonna tüpoloogiat (joonis 29). Ideaaltüübid paigutas autor kolmemõõtmelisse tunnusruumi, mille teljed on x: idealism – pragmatism; y: humanism – materialism; z: modernism – traditsionalism.

JÄRELDUSED JA SOOVITUSED

Uurimistöö võimaldab teha rida järeldusi ja anda soovitusi. Probleem lahendati, autor uuris äriühingute lõppomanikke ja konstrueeris põhjaliku analüüsi tulemusel omanikkonna tüpoloogiat, milles on seostatud kapitaliühingute omanikkonna alusväärtused ja tahe. Konstrueeritud omanikkonna tüpologia parandab omanike rolli ja käitumise mõistmist indiviidi, äriühingu ja ühiskonna tasandil. Täideti eesmärk ja leiti vastused uurimisküsimustele. Väljatöötatud uurimistöö menetlus võimaldas saada uusi ja originaalseid tulemusi. Omanikkonna tüpologia ja konstrueeritud ideaaltüübid aitavad seletada äriühingute valitsemise seisukohalt tähtsaima tegelase käitumist.

Käesoleva uurimistöö tulemusena konstrueeriti lõppomanike alusväärtustel ja tahtel põhinev neljatüübiline kapitaliühingute omanikkonna tüpologia: 1) humanistlik-traditsiooniline omanikkonna ideaaltüüp (HUSTA); 2) modernistlik omanikkonna ideaaltüüp (MODERN); 3) pragmatistlik-materialistlik omanikkonna ideaaltüüp (PRAMA); 4) idealistlik omanikkonna ideaaltüüp (IDEA).

Omanikkonna tüpologia ideaaltüüp HUSTA kannab väärtustüübi heasoovlikkus alusväärtusi. Omanik tahab saavutada võimu premeerides, panustada kapitaliühingusse strateegiliselt ja finantsiliselt. Talle on võimust olulisem tulu, täpsemalt jooksev tulu. Eesmärgi saavutamiseks on omanik nõus asutama 100% osalusega äriühingu ja kandma suurt riski.

Omanikkonna ideaaltüüp MODERN kannab väärtustüüpide hedonism, stimulatsioon ja enesemääratlemine alusväärtusi. Omanik tahab saavutada tulu ja võimu, viimast formaalse omaniku õiguse ja sunni alusel. Ühtmoodi olulised on omanikule jooksev tulu ja kapitalikasv, äriühingu turuväärtus on väga suur. Eesmärgi kiireks saavutamiseks on omanik nõus kandma keskmist riski, seda hajutades. Talle on oluline on konsensus. Nõus töötama omatavas äriühingus.

Omanikkonna ideaaltüüp PRAMA kannab väärtustüüpide konformsus, turvalisus, võim ja saavutus alusväärtusi. Omanik tahab äriühingus, millel on täita roll ühiskonnas ja kus väärtustatakse sidusgruppe, saavutada võimu isikliku autoriteedi alusel. Eesmärgi saavutamiseks on omanik nõus kandma väikest riski. Osalus äriühingus on 10 kuni 50%. Suhteliselt professionaalne omanik on aktiivne ja valmis kompromissiks.

Omanikkonna ideaaltüüp IDEA kannab väärtustüüpide kõikehaaravus ja traditsioon alusväärtusi. Omanik tahab saavutada võimu samastumise alusel. Omanikud on talle olulisim sidusgrupp. Kapitali kasvatatakse eetilisel viisil läbi kvaliteedi, panustades strateegiasse. Väga suure aastakäibega äriühingu omanik võtab väikese riski ja valib pika investeerimishorisondi. Tema osalus on üle 50%. Ta sõlmib koalitsioonikokkuleppeid ja on nõus töötama omatavas äriühingus juhatuse liikmena.

Omanikkonna tüüp MODERN esindab lähenemises väärtusloomele omaniku vaadet. Omanikkonna tüübid HUSTA ja PRAMA esindavad sidusgrupi vaadet. IDEA esindab valgustatud omaniku vaadet. Omanikkonna tüpoloogias on isiklike väärtuste mõju omanikuks olemisele HUSTA tüüpi omanikel kõige tugevam. Kõrgeimaid ettevõtlikkuse väärtusi kannavad omanikkonna ideaaltüübid MODERN ja PRAMA. Omanikkonna ettevõtlikkus väljendub selles, et omanike vaade on suunatud tulevikku ja asjad tehakse ära. Omanikkonna tüpoloogia seletab alusväärtuste ja tahte omavahelised seosed.

Alusväärtustel ja tahtel põhineva majandusteadusliku omanikkonna tüpoloogia konstrueerimine ja selle ideaaltüübid on käesoleva uurimistöo suurim panus äriühingute valitsemise ja omanikuks olemise teooria arengusse. Lõppomanikke uuriti käitumisteaduslikust perspektiivist lähtuvalt kolmel analüüsitasandil ja multiteoreetiliselt. Uuriti omanikkonna kõrge koondumusega äriühingute lõppomanikke. Töö põhirõhk on lõppomanike alusväärtustes juurdunud isiklikul käitumisel, panustatud on omanikkonna väärtuste ja tahte mõistmisse.

Uurimistöo panus metoodika arengusse seisneb menetluse väljatöötamises omanikkonna tüpoloogia konstrueerimiseks. Omanike uurimisel kombineeriti tulemuslikult nii kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete kogumise kui ka analüüsi meetodeid.

Uurimistöo tulemuste praktiline ülesanne on teadvustada laiemale üldsusele omandi professionaalse valitsemise olulisust ja professionaalse omaniku vajalikkust. Tüpoloogia annab omanikule võimaluse mõista oma alusväärtusi ja väljendada oma tahet selgelt. Tundes omanikkonna tüüpe, tõuseb ka juhtide pädevus, sest mõistes, miks on teatud omanike valikud sellised, nagu nad on, viiakse tahe ellu. Oluliselt paraneb omanike ja juhtide vaheline kommunikatsioon, vähenevad eriarvamused. Suureneb vastastikune usaldus. Juhid saavad aru, kellele missuguseid väärtusi äriühingu abil luua. Konsultandid ja õppejõud saavad tüpoloogia näol oma käsutusse õppevahendi, seletamaks omanikkonna tüüpide olulisi erinevusi ja sarnasusi. Oskuslikult rakendatud majandusteaduslikust omanikkonna tüpoloogiast saavad kasu omanikud, juhid, töötajad ja kogu majandus.

Väärtused antakse järgmisele põlvkonnale edasi sotsialiseerimise käigus. Tüpoloogia annab omanikele võimaluse järgmisele põlvkonnale sihikindlalt edasi anda või selles kasvatada oma eesmärkidega sobivaimaid väärtusi. Samuti on tüpoloogia abivahendiks omanikele, kes seisavad valiku ees, kellele parandada oma elutöö.

Tulemuste lahtimõtestamisel on oluline meeles pidada intervjueerimisel valitsenud majanduslikku olukorda, 2009 aasta ülemaailmset majanduskriisi. Seega peegeldab omanikkonna tüpologia omanikke eriolukorras. Tulevikus on võimalik korraldada paneelandmetega uuring leidmaks, mis tüüpi omanikud ja millises majandustsüklis on kõige edukamad. Paneelandmetega uurimistöö võib siduda äriühingute valitsemise tsüklilisuse uurimistöödega. Organisatsiooniline edukus seostub kasvu ja arenguga, soovitatakse omanikuks olemist uurida ka evolutsioonilise käsitluse vaatest lähtuvalt. Lisada väärtuste normatiivne uuring, mis püüab anda väärtustele hinnangut, näiteks missugused peaksid olema edukate äriühingute omanikkonna väärtused.

Omanike uurimise edasised arengud on seotud seletavate hüpoteeside (*explanatory hypotheses*) testimisega. Lisaks soovitatakse väljatöötatud menetlust veelkordselt korrata, kordamine võimaldab omanikkonna tüpoloogiat täiendada ning parendada. Samuti on võimalik rakendada menetluses muid meetodeid, sealhulgas teksti kaevandamist. Korrata võiks uurimistööd teises institutsionaalses keskkonnas ja võrrelda saadud tulemusi. Konstrueeritud tüpologia alusel on võimalik korraldada kvantitatiivne uuring, et saada statistiline ülevaade, kui palju ning millist tüüpi omanikke on arvuliselt ja protsentuaalselt.

Ärivaldkonnas tegutsejatele pakub uurimistöö ideid praktiliste probleemide lahendamiseks ning teadlastele ainest edasisteks äriühingute valitsemise uuringuteks.

ABSTRACT

BASIC HUMAN VALUES & WILL OF CAPITAL COMPANIES' ULTIMATE OWNERS AND CONSTRUCTION OF AN OWNERSHIP TYPOLOGY

GOVERNANCE AND OWNERSHIP

The goal of the ownership research is to produce new knowledge, in the form of an ownership typology, based on owners' basic human values and will, analysing ultimate owners of companies in Estonia. Typologies are a well-known form of theory building.

Corporate governance is a system which owners use to control corporations and assure themselves of getting a competitive rate of return on their investment. Corporate governance is in author's view a thought about owners' will implementation. The economic conception of corporate governance typically combines assumptions about the property rights of owners and the self-interested opportunism of agents to derive a theory of governance based on incentives, disclosure and monitoring. Conventional corporate governance is still largely dominated by attempts to test, through the quantitative analysis of large data sets, the assumptions of agency theory, extended in recent times to attempts to conceptually combine shareholder and stakeholder theories of the corporation. Hilb (2006) presents a new, holistic approach. This new approach to directing and controlling companies integrates components of corporate governance that have historically been treated in isolation of each other in research, teaching and practice. New approaches are also the life-cycle of corporate governance (Filatotchev & Wright, 2005) and behavioural corporate governance (Van der Laan, 2009).

Ownership, in its widest meaning, is a relationship between the subject (the owner) and the object (the owned target); ownership is not just a legal-economic construct, but has also psychological and social dimensions. Ownership is the exclusive possession or control of something, which may be an object or some kind of property. Ownership research needs delicate and sensitive information. It seems that all research on corporate governance is actually more or less research on ownership.

There are considerable differences between the different profiles, styles or types of owner. An owner's profile or style can be defined by their preference in money decisions, such as: deciding between short-term trading or long-term holding; whether they are averse or tolerant to risk; whether they hold all classes of assets or just one type; whether they prefer a stock's value or its growth potential, big cap or small cap stocks, and their choice between defensive or cyclical stocks; their use or avoidance of derivatives; their diversification

between home turf or international investments; and whether they are hands-on or prefer investment funds.

La Porta, Lopez-De-Silanes and Shleifer (1999) studied the ownership structures of large corporations in 27 wealthy economies to identify the ultimate controlling shareholders of these firms. They found that, except in economies with very good shareholder protection, relatively few of these firms were widely held, a finding that contrasts with Berle and Means (1932) image of the ownership of the modern corporation. Rather, families or states typically control these firms. It is far less common for financial institutions to control equity. The controlling shareholders typically have power over the firms, significantly over their cash flow rights, primarily through the use of pyramids and participation in management. Private individual investors and institutional investors are not equal. Individuals have to unite to take effective action (Charkham, 1995). Large outside owners have opportunities to expropriate value, particularly when the minority shareholders are not well protected. When financial institutions are large owners, there is a potential for conflicts of interest to arise that adversely affect minority shareholders. Commercial banks could face conflicts when they are large creditors of the firms in which they hold equity stakes. There can be a direct dilution of other equity holders for the benefit of the bank, for example, through higher lending spreads. Financial institutions related to banks may also have the interests of the bank as a creditor in mind when deciding which company to invest in and how to value a firm. However, financial institutions with an equity stake in a company can also better monitor a firm and its management, offsetting the negative effects of its involvement in the company, such as the potential for conflicts of interest to arise. The net effect of financial institutions' ownership on the valuation of a firm and its profitability is therefore unclear (Djakov, 1999). Some corporate outside investors, for example, may more competently evaluate firms, based on their access to better information. Other corporate investors may be better owners as they may have access to technology or know-how not available to the firm (e.g., foreign investors) or they may have special monitoring skills (e.g., trade creditors who are owners), which may increase the value or profitability of the firm (Djakov, 1999).

Berle and Means (1932) contended that widespread ownership yields significant power in the hands of managers whose interests do not coincide with the interest of shareholders. As a result, corporate resources are not used for the maximization of shareholders' value (Djakov, 1999). The privatisation processes in Estonia created ownership structures that were very different from those observed in developed Western economies. The widespread application of employee ownership in privatisation is a particularly fascinating case. The expectation of many observers was that employee ownership would prove to be temporary and a rapid convergence to more familiar ownership structures would take place. Subsequent evidence has partly confirmed the transience hypothesis, since the number of employee owned enterprises was found to decline rapidly (Kalmi, 2003).

Probably the most popular approaches, both agency (Eisenhardt, 1989; Jensen & Meckling, 1976) and stewardship (Davis, Schoorman, & Donaldson, 1997; Donaldson & Preston, 1995) theory, view corporate governance at the level of the firm, being concerned with relationships between owners and directors. The author addresses perspectives of corporate governance at a societal level – stakeholder theory. This concerns values and beliefs about the appropriate relationships between the individual, the enterprise, and the state (Tricker, 2009). Stakeholder theory begins with the assumption that values are necessarily and explicitly a part of doing business. It asks managers to articulate the shared sense of the value they create, and what brings its core stakeholders together. It also pushes managers to be clear about how they want to do business, specifically what kind of relationships they want and need to create with their stakeholders to deliver for their purpose. Truth and freedom are best served by seeing business and ethics as connected. “Shareholders are stakeholders; creating value for stakeholders creates value for shareholders. How else could managers create shareholder value other than by creating products and services that customers are willing to buy, offering jobs that employees are willing to fill, building relationships with suppliers that companies are eager to have, and being good citizens in the community? Creating value for stakeholders is important.” (Freeman, Wicks, & Parmar, 2004, p 366).

It is unknown which of the two classic models – the shareholder-value or stakeholder-value model – is more efficient, therefore author considers the third way, an alternative model of corporate governance that transcends the classic shareholder-stakeholder polarization. The “enlightened shareholder value” approach represents an attempt to strike a balance between shareholders primacy and corporate stakeholders interests (Andreadakis, 2011).

Individual players, with their different mind sets, personalities, and foibles, do not appear in these theoretical paradigms. What has been missing is any focus on personal behaviour rooted in basic values (Tricker, 2009; Watson, 2005). The future research in this area should concentrate on integrating more realistic institutional and behavioural assumptions into empirical analyses regarding the motivations of different groups of owners. Core perceptual dimensions can be traced to find out how owners construe their activities. Deep-seated values influence perceptions and affect decisions (Tricker, 2009).

Values are deeply rooted, abstract motivations that guide, justify or explain attitudes, norms, opinions and actions (Schwartz, 1992). Values can provide predictive and explanatory power in the analysis of attitudes, opinions and actions. Moreover, values can reflect a major social change in societies and across nations (Schwartz, 2003). The Schwartz (1992) Value Survey (SVS) is currently most widely used in social science for studying individual differences in values and is adopted as an integrative framework to study human values. The Schwartz (1992) value theory specifies six features of basic values. What distinguishes one value from another is the type of goal or motivation the value expresses. The theory defines ten broad basic values (self-direction, stimulation,

hedonism, achievement, power, security, conformity, tradition, benevolence, and universalism) according to the motivation that underlies each of them. These values are likely to be universal because they are grounded on one or more of three universal requirements of human existence which they help to cope with: needs of individuals as biological organisms, requisites of coordinated social interaction, and survival and welfare needs of groups.

The radar structure (Figure 5) portrays the total pattern of relations of conflict and congruity among values postulated by the theory of basic human values. The radar arrangement of the values represents a motivational continuum. The closer any two values in either direction around the radar, the more similar their underlying motivations. The more distant any two values, the more antagonistic their underlying motivations. This structure can be summarised with two orthogonal dimensions: openness to change versus conservation and self-transcendence versus self-enhancement.

Studying of individuals' basic human values can contribute directly to our understanding of owners' will and behaviour. Basic value priorities are less vulnerable to the impact of current events than attitudes and opinions. Consequently, change in basic human values can be used to track fundamental changes in the economic atmosphere that are likely to persist over a longer term. Right values (Hilb, 2006; Wahl, 2009, 2011) and honesty is the best policy if it comes to maximising long-term economic values e.g. owners' economic goal.

In social science, typologies (Elo-Pärssinen, 2007; Erikson, 2007; Hornaday, 1990; Hung, 1998; Kellermann, 1979; Pedersen & Thomsen, 1997; Sur, 2006; Zetterberg, 1997) are a well-known form of theory building. Doty and Glick (1994) argue that when typologies are properly developed and fully specified, they are complex theories. Typologies are differentiated from classification systems because they meet several of the important criteria of theories, and are shown to contain multiple levels of theory. The construction of typologies is of central importance for the qualitative social research; it is necessary to clarify the concept of types and the process of typology construction. If typologies are to be considered theories, they must meet some of the minimal definitions of a theory. Although there are no concise, unanimously accepted definitions of a theory, theory-building experts seem to agree that there are at least three primary criteria that theories must meet. First, a theory's constructs must be identified. Secondly, relationships between these constructs must be specified. And thirdly, these relationships must be falsifiable.

The research area and relations between the main constructs are depicted in Figure 2. Adjusted units of analysis on levels of analysis are described as follows. On individual level of analysis the unit of analysis is the ultimate owner with his basic human values and individual will. On firm level ultimate owners, firms' core values, and collective will are analysed. Finally, achieving the level of society, ideal types of owners' and ownership typology based on basic human values and will is constructed.

Far too little attention has been paid to ultimate owner research, and any focus on behaviour rooted in basic human values has been missing. Therefore the problem of not understanding the owners' role or behaviour, either on individual, firm or society level, arises. There are considerable similarities and differences between owners that the ownership typology explains. In addition, no ultimate owner research has been found where basic human values associated with individual will were studied.

The main purpose of this research is to develop an understanding about owners' role and behaviour on individual, firm and society level. The goal of the ownership research is to solve the problem, in the form of an ownership typology, adopting different theoretical lenses, using different research methods, analysing ultimate owners of capital companies in Estonia.

The categories such as "basic human values" and "owners' will" are explained in relation to ownership (Figure 3). The first research question is the individual level question asking "What are the owners' basic human values?" Here the well-known Schwartz's (1992) theory of basic human values is used as the theoretical basis. To answer the firm level questions "What will the owners of the company want to have from the company in the long run?" and "Valuation of the way how values are created and how the owners' will is achieved", Freeman's (1984) stakeholder theory is the theoretical basis used. Answers to the research questions help achieve the goal and solve the problem; a solution is an ownership typology based on basic human values and will.

RESEARCH METHODOLOGY, RELEVANT ANALYSING DIMENSIONS AND CASE DATABASE

The research process needs clear objectives derived from the research question; to specify sources of data collection; to consider constraints and ethical issues; and valid reasons for the choice of design. Research process turns the research questions and objectives into a project that considers strategies, choices and time horizons. Different rules and steps of Kluge's (2000) "model of empirically grounded type construction" are integrated into the research process developed by author (Figure 4). Every typology is a result of a grouping process, which results from the combination of the selected attributes and their dimensions. Both the empirical regularities and correlations and the existing meaningful relationships must be analysed in order to achieve a suitable interpretation of typical social action and to develop understandable types of social action. It is only when empirical analyses are combined with theoretical knowledge that "empirically grounded types" can be constructed. Types are always constructions which are dependent on the attributes that should form the basis for the typology.

Research philosophy tells us about the philosophic assumptions the author has about the world, the nature of knowledge and knowing, the role of values, and how to go about studying the phenomena of ownership. There are many

paradigms that have influenced research; the current work is based on constructionism. Interpretive ontological assumptions are that the world is complex and dynamic and is constructed, interpreted and experienced by people in their interactions with each other and with wider social systems. People experience reality in different ways. Reality is constructed by people based on beliefs, feelings and experiences; multiple local and specific “constructed” realities exist (Hine & Carson, 2007). An interpretive epistemological assumption is that knowledge is based not only on observable phenomena, but also on subjective beliefs, values, reasons, and understandings. The researcher is a “passionate participant” in the world being investigated. Values are an integral part of social life – no values are wrong, only different (Hine & Carson, 2007). Theories are constructed from multiple realities; they are shaped by social and cultural context. Interpretive research focuses on the full complexity of human sense making as the situation emerges (Kaplan & Maxwell, 1994). The principle of abduction aligns with the constructionist view of the world. Abduction is the process of forming an explanatory hypothesis; by Peirce (1931) it is the only logical operation which introduces a new idea.

The chosen research strategy is case study, using mixed methods, and it can be categorised as an explanatory, cross-sectional research project. Chosen data collection and methods of analysis (techniques and procedures) are explained where used. Subcategories of purposive sampling methods, heterogeneity sampling together with snowball sampling was used in the research. Heterogeneity sampling is used because the primary interest is getting a broad spectrum of cases. In the first stage, owners familiar to the interviewer were interviewed. In the second step, other owners nominated by previously interviewed owners were interviewed. The interview manual (Appendix 3) is based on the research questions and the author’s ownership classification system was used as a theoretical framework. The author’s nine class classification systems cover all the features of corporate owners: legal status, economic goal, role in governance and management, contribution to the realisation of a business idea, investment horizon, participatory rate, attitude toward risk, country of residence, and involvement. Non-standardised, semi-structured forms of face-to-face interviews and standardised interviewer administered questionnaires were used, with a total of 70 questions. The face-to-face interview questions were asked in Estonian, and where necessary, we used translations into English or Russian. The Portrait Values Questionnaire (PVQ), 21 structured questions, was translated and adapted from the English questionnaire (Schwartz, 2003). The translation was made by the author. Interviewers were 77 trained management students (Appendix 4) from Tallinn University of Technology. All questions were pretested on students and academic personnel. The interviewing period lasted from 19.02.2009 to 11.06.2009.

Categories were added to the case database during the thematic coding of interview transcriptions, subcategories were dimensionalised. The type is defined as a combination of attributes; one first needs properties and dimensions

which form the basis for the typology. With the help of these attributes, the similarities and differences between the owners must be adequately grasped. And finally, the constructed groups and types have to be described with the help of these properties. These properties and their dimensions are elaborated and dimensionalised during the process of analysis by means of collected data and theoretical knowledge.

All material and data are entered into a MS Excel 2010 case database. All chosen cases (n = 146) are thoroughly described, starting with owner's personal data, followed by value issues; then categories and subcategories of owners' will: legal status, economic goal, role in governance and management, contribution to the realisation of a business idea, investment horizon, participatory rate, attitude toward risk, country of residence, and involvement are described. Thematic case analysis and case contrasts were done before grouping of the cases, and analysis of empirical regularities.

GROUPING OF THE CASES, ANALYSIS OF EMPIRICAL REGULARITIES AND CONSTRUCTION OF THE OWNERSHIP TYPOLOGY

The cases are grouped by means of the defined properties and their dimensions. Based on research questions, general and significant attributes are related to value and will. Attributes of owners' basic human values are the value types. Attributes for what the owners of the company want to have from the company in the long run, are seen as objectives and results in the achieving of objectives (personal, social, political, and economic values). Valuation of the way how values are created and how the owners' will is achieved, are seen as instrumental tools for the achievement of objectives (time, risk, and process).

Chosen cases (n = 146) are analysed by 81 general and significant attributes, starting with contextual (13 attributes), followed by value (11 attributes), then objectives and results (30 attributes), and finally instrumental tools (27 attributes).

For computer analysis Microsoft Excel 2010, WEKA 3.6.2, and PAST 2.00 were used. The Waikato Environment for Knowledge Analysis (WEKA 3.6.2) is a collection of machine learning algorithms for data mining tasks. Weka contains tools for data pre-processing, classification, regression, clustering, association rules, and visualization (Hall, Frank, Holmes, Pfahringer, Reutemann, & Witten, 2009). PALaeontological STATistics (PAST Version 2.00) is a free, easy-to-use data analysis package originally aimed at palaeontology, but now also popular in ecology and other fields. It includes common statistical, plotting and modelling functions (Hammer, Harper, & Ryan, 2001).

Quantified data are entered as a matrix and recorded using numerical codes. Codes are entered for all data values. Existing coding schemes enable comparisons. Data are checked for errors, cleaned, pre-processed (Appendix 6: VD_140511.xlsx), and transformed (min-max normalization).

Clustering is a common descriptive task where one seeks to identify a finite set of categories or clusters to describe the data. Objects in each cluster tend to be similar to each other and dissimilar to objects in the other clusters. Hierarchical clustering is characterised by the development of a hierarchy or tree-like structure. The second type of clustering procedures, the non-hierarchical clustering method, is frequently referred to as k-means clustering. K-means (MacQueen, 1967) is one of the simplest unsupervised learning algorithms to solve the clustering problem. The number of clusters to use is specified by the author. In an iterative procedure, items are then moved to the cluster which has the closest cluster mean, and the cluster means are updated accordingly. The result of the clustering is to some extent dependent upon the initial, random ordering, and cluster assignments may therefore differ from run to run. This is not a bug, but normal behaviour in k-means clustering. Missing data are supported by column average substitution.

Four clusters, within-cluster sum of optimal squared errors are chosen; the output is a table where all cluster members are listed. The major disadvantages of the non-hierarchical clustering procedures are that the number of clusters must be pre-specified and the selection of cluster centres is arbitrary. Hierarchical and non-hierarchical methods have been used in tandem. First, an initial clustering solution is obtained using a hierarchical procedure. The number of clusters and cluster centroids so obtained are used as inputs to the optimising partitioning method. The cases are grouped by means of defined properties and their dimensions and the identified groups are analysed with regard to empirical regularities. Using the hierarchical clustering routine the author got a “dendrogram”.

Q studies refer to the quantification of relations between owners with the aim of producing classifications of owners. R technique leads to a classification of characters. The main mathematical steps are formally the same (Sneath & Sokal, 1973). For Ward's method, a Euclidean distance measure is inherent in the algorithm; clusters are joined so that increase in in-group variance is minimised (Hammer *et al.*, 2001). The two-way clustering option allows simultaneous clustering in R mode and Q mode, see clusters of owners and attributes (Figure 17). Cluster centroids of 146 instances ($n = 146$), in the current case owners, for all 81 attributes are calculated.

Multidimensional scaling is a set of related statistical techniques used in information visualization for exploring similarities or dissimilarities in data. It visualises a general view of all possible combinations and the concrete empirical distribution of the cases. Non-metric (nominal) multidimensional scaling is based on a distance matrix computed with any of 21 supported distance measures. The algorithm then attempts to place the data points in a two- or three-dimensional coordinate system so that the ranked differences are preserved. Non-metric multidimensional scaling intentionally does not take absolute distances into account. The program may converge on a different solution in each run, depending upon the random initial conditions. Each run is actually a

sequence of 11 trials, from which the one with smallest stress is chosen. The solution is automatically rotated to the major axes (2D and 3D). The minimal spanning tree (Min. span tree) option is based on the selected similarity or distance index in the original space. Missing data are supported by pair-wise deletion (Hammer *et al.*, 2001).

As result of hierarchical, non-hierarchical cluster analysis and non-metric multidimensional scaling (nMDS), the author was able to group owners into four internally homogeneous and externally heterogenic groups. Groups and their memberships were found using the non-hierarchical clustering method k-means. The first cluster k1 contains 28.1% (n = 41) of the ultimate owners, second 19.2% (n = 28), third 30.8% (n = 45) and fourth 21.9% (n = 32). For each cluster, (k) mean (\bar{x}), mode (Mo), and standard deviation (s) were calculated.

The identified groups were analysed with regard to empirical regularities. Cases which were assigned to a combination of attributes were compared to each other, in order to check the internal homogeneity of the constructed groups. Furthermore, the groups were compared to one another in order to check whether there is a sufficiently high external heterogeneity on the “level of the typology” and to check whether the resulting typology contains sufficient heterogeneity and variation in the data.

The examined social phenomena of ownership should be not only described but also “understood” and “explained”, therefore the meaningful relationships which form the basis of the empirically founded groups and combinations of attributes were analysed. Finally the constructed types were described extensively by means of their combinations of attributes (Table 4 to 12) as well as by the meaningful relationships. In addition, the criteria for the characterisation of the types were specified. The author chose the ideal types.

An ideal type is formed from characteristics and elements of the given phenomena, but it is not meant to correspond to all of the characteristics of any one particular case. It is not meant to refer to perfect things, moral ideals or to statistical averages but rather to stress certain elements common to most cases of the given phenomena. It is also important to pay attention to that in using the word “ideal” Max Weber (1864 – 1920) refers to the world of ideas (Gedankenbilder) and not to perfection; these “ideal types” are idea-constructs that help put the chaos of social reality in order.

Finally the author constructed an ownership typology (Figure 29), which contains four ideal types (HUSTA; MODERN, PRAMA, IDEA). The ownership types are placed in a three-dimensional A-space. Axis x: idealism – pragmatism; y: humanism – materialism; z: modernism – traditionalism. The first dimension spans the field from idealism, where “one dramatizes one’s values,” to pragmatism and instrumentality, where “one compromises one’s values”. The second dimension separates a concern with human beings from a concern with material things, thus bridging the poles of humanism and materialism. The third dimension of A-space runs from becoming to being. It corresponds to a scale

from modernism, where one welcomes change “becoming”, to traditionalism, where one upholds stability “being”.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

The conducted research allows making a series of conclusions and recommendations. The problem set by the author is solved; the author studied basic human values & will of capital company's ultimate owners and based on the analysis, constructed an ownership typology. The ownership typology improves understanding about the owners' role and behaviour on individual, firm, and society level. Knowing the owners' basic human values and how the values are related to what owners want to get from the company in the long run, and how the owners' will is achieved, it is possible to solve the problem in the form of the business owners' typology. The research process allowed obtaining new and original results. The ownership typology and constructed ideal types shed light to the phenomena of being a business owner, and help to explain behaviour of the most important actor in corporate governance.

Based on the current ownership research on capital company ultimate owners' basic human values & will, the author constructed an ownership typology. This typology contains four ideal types: 1. Humanist-Traditional ownership type (HUSTA); 2. Modern ownership type (MODERN); 3. Pragmatist-Materialist ownership type (PRAMA), and 4. Idealist ownership type IDEA.

The ownership typology ideal type HUSTA carries the motivationally distinct basic value (value type) benevolence; the main characteristics for benevolence are preservation and enhancement of the welfare of people with whom one is in frequent personal contact. Owners' basic human values – single value items: helpful, honest, forgiving, loyal, responsible, true friendship, a spiritual life, mature love, meaning in life.

What the owners of the company want to have from the company in the long run is seen as objectives and results of achieving the objectives (personal, social, political, and economic values). The ways the values are created and how the owners' will is achieved is seen as instrumental tools for the achievement of the objectives (time, risk, and process).

Owner of the company wants to have power by giving bonuses; it refers to positive reinforcement and ability to award something of value. Owner's contribution to the realisation of the business idea is strategic and financial. For him return is more important than power; specifically economic goal, current benefit, dividends. Owner agrees to found a company with participatory rate of 100% (majority), and take high risk for the achievement of objectives.

Ownership typology ideal type MODERN carries the motivationally distinct basic values (value type) such as hedonism, stimulation, and self-direction. The main characteristics for hedonism are pleasure and sensuous gratification for oneself. Single value items: pleasure, enjoying life, self-indulgent. The main

characteristics for stimulation are excitement, novelty, and challenge in life. Single value items: daring, a varied life, an exciting life. The main characteristics for self-direction are independent thought and action-choosing, creating, exploring. Single value items: creativity, curiosity, freedom, choosing own goals, independent, private life.

Owner of the company wants to have return and power through owner's legitimacy and punishments; punishment is predicated on the fear of losing status, position, bonuses or job. Equally important owners' economic goals are current benefit, dividends and increasing capital, increasing stock price. The company's market value is very high. Risk spreading owner agrees to take medium high risk for the fast achievement of objectives (short range owners' investment horizon). Owners are working in the company or used to work in the company they own (insiders). Consensus is important.

The ideal type PRAMA of the ownership typology carries the motivationally distinct basic values (value type) such as conformity, security, power, and achievement. The main characteristics for conformity are restraint of actions, inclinations, and impulses likely to upset or harm others and violate social expectations or norms. Single value items: politeness, honouring parents and elders, obedient, self-discipline. The main characteristics for security are safety, harmony and stability of society, of relationships, and of oneself. Single value items: clean, national security, social order, family security, reciprocation of favours, healthy, sense of belonging. The main characteristics of power are social status and prestige, control or dominance over people and resources. Single value items: social power, authority, wealth, preserving my public image, social recognition. The main characteristics for achievement are personal success through demonstrating competence according to social standards. Single value items: successful, capable, ambitious, influential, intelligent, self-respect.

Owner of the company wants to have power through personal authority, in a company which rewards stakeholders and has a role in society. For the achievement of objectives the owner agrees to take low risk. Owner's participatory rate is 10 to 50% (minority). They are relatively professional ultimate owners, make compromises, and have an active role in governance and management. Active owner is interested in his property, and might have some emotional connection to it.

The ideal type IDEA of the ownership typology carries the motivationally distinct basic values (value type) – universalism and tradition. The main characteristics for universalism are understanding, appreciation, tolerance and protection for the welfare of all people and for nature. Single value items: protecting the environment, a world of beauty, unity with nature, broad-minded, social justice, wisdom, equality, a world at peace, inner harmony. The main characteristics for tradition are respect, commitment and acceptance of the customs and ideas that traditional culture or religion provides for the self. Single value items: devout, accepting portion in life, humble, moderate, respect for tradition.

Owner of the company wants to have power through identification, which refers to the ability to influence others through charisma, personality, and charm. For him the owners are key stakeholders. Capital is raised ethically, through quality and contributing in strategy. For the achievement of objectives owner agrees to take low risk. Owner's participatory rate, in a high turnover company, is more than 50% (majority). The investment horizon is long range, which means an investment for more than one year. He enters into a coalition agreement, and is ready to work as management board member (insider) in the company owned by him.

Two classic models as well as an alternative model of corporate governance were represented in the author's ownership typology. The shareholder-value model is represented by ideal type MODERN. The stakeholder-value model is represented by ideal types HUSTA and PRAMA. The alternative model of corporate governance that transcends the classic shareholder-stakeholder polarization – enlightened shareholder value, is presented by ideal type IDEA.

Among ownership typologies, basic human values have the strongest impact on ownership in the ideal type HUSTA. The highest values of entrepreneurship are borne by ideal types MODERN and PRAMA. In entrepreneurial ownership, owner's view is directed to future; they welcome change, and material things are made to compromise one's values. Perhaps most important, the ownership typology explains how basic human values and will are linked.

The main implication of the current ownership research for corporate governance and ownership theory is the ownership typology constructed by the author. Ultimate owners of capital companies in Estonia have been analysed by adopting different theoretical lenses and research methods, with focus on behaviour rooted in basic human values and associated with will. Deep-seated values influence perceptions and affect decisions. There are considerable similarities and differences between owners, the ownership typology gives explanations, contributes to an understanding about owners' role and behaviour on individual, firm and society level.

Methodologically the research is valuable in designed research process for constructing of an ownership typology. The research process shows how to use in an explanatory ownership research the case study as a research strategy, choosing mixed methods, and successfully integrating Kluge's (2000) "model of empirically grounded type construction."

Practically, in order to stay sustainable and be able to develop further there is a need for professional corporate governance and also professional ultimate owners. They should start paying more attention to the basic human values and will of major stakeholders, and see the companies as a part of the business environment and society.

The constructed ownership typology gives the owner an opportunity to understand his basic human values, and clearly express his will. Knowing of the ownership types increases also managers' competence. Understanding why some options of the owners are as they are, owners desire will be carried out by

managers. It significantly improves the communication between the owners and managers, resulting in fewer conflicts. Mutual trust is increasing. Managers understand what values to create, and what brings its core stakeholders together. Creating value for enlightened shareholders creates value for core stakeholders.

The ownership typology is for consultants and academics an educational tool, to explain significant similarities and differences between owners. Owners, managers, employees, and the economy benefit from a skilfully applied economic ownership typology.

Through the socialization process, values are transmitted to the next business generation. Another important practical implication is that the ownership typology gives the owner an opportunity to provide or educate the next generation, with suitable values of his objectives. The ownership typology is also a tool for the owner who is facing the problem to whom to bequeath his life's work.

Interpreting the results, it is important to keep in mind the prevailing economic situation during the ownership research, the global economic crisis of 2009. The most important limitation lies in the fact that the crisis reflects in the constructed ownership typology.

It is recommended that further research should undertake a longitudinal research project, to find out which ownership types are the most successful in different economic cycles. This could be linked to life-cycle research of corporate governance. Organizational success is related to growth and development. It is recommended that further ownership research should include evolutionary approaches, which are not explicitly used as a theoretical framework in corporate governance, although the evolutionary perspective is consistent with it.

Further normative value research might investigate what should be the ownership values for successful companies. Future developments of author's ownership research will be related to testing of the explanatory hypotheses. Repetition of the designed research process allows supplementing and improving the ownership typology. It is recommended to use the designed research process combining other methods, including data mining. What is now needed is a cross-national research, involving another institutional environment, and comparing the results obtained. These findings would provide knowledge for a quantitative research, to obtain a statistical overview of the number and percentage of different types of owners.

Corporate governance has become a major topic in the world of business, politics, and academia, in Estonia and throughout the world. Ownership research has important implications not only for business, but for the wider economy and society.

LISA 1: ELULOOKIRJELDUS

1. Isikuandmed

Ees- ja perekonnanimi Mike Franz Wahl
Sünniaeg ja -koht 12.01.1966 Zella-Mehlis
Kodakondsus Saksamaa Liitvabariik

2. Kontaktandmed

Address Akadeemia tee 3-363, 12618 Tallinn, Eesti
Telefon +372 506 7089
E-posti aadress mike.wahl@tseba.ttu.ee

3. Hariduskäik

Õppeasutus (nimetus lõpetamise ajal)	Lõpetamise aeg	Haridus (eriala/kraad)
Tallinna Tehnikaülikool	Oodatav 2011	Ärikorraldus, filosoofiadoktor
Tallinna Tehnikaülikool	2004	Ärikorraldus, magister
Tallinna Tehnikaülikool	1990	Toiduainekeemia ja -tehnoloogia, tehnoloogiainsener

4. Keelteoskus (alg-, kesk- või kõrgtase)

Keel	Tase
Saksa	kõrgtase
Eesti	kõrgtase
Inglise	kesktase
Vene	kesktase
Soome	kesktase

5. Täiendusõpe

Õppimise aeg	Täiendusõppe läbiviija nimetus
04.-06.12.2006	Prof. Asko Miettinen, Tampere Tehnikaülikool, doktorikursus „The State of Art and Practice of Scientific Writing”, TTÜ, Tallinn
24.09.- 11.12.2007	Prof. Dr. Martin Hilb, St. Gallen'i Ülikool, doktoriseminar teemal „International Corporate Governance” (PMA), HSG, St. Gallen
12.10.- 16.12.2010	Dr. Petri Nokelainen, Tampere Tehnikaülikool, „Scientific Writing”, „Quantitative Research Methods”, TTÜ, Tallinn
15.02.- 18.02.2011	Prof. Helle Neergaard, Århusi Ärikool, „An overview of different research approaches to entrepreneurship based on entrepreneurship

	theories: from world view to data analysis”, „Focusing on how to get from research question to data collection and analysis”, „Doing a literature review, creating theoretical framework for research”, „Publication of Qualitative Research”, TTÜ, Tallinn
02.03-05.03.2011	Prof. Andreas Freytag, Friedrich Schilleri Ülikool Jenas ja Stellenboschi Ülikool, „Corporate Governance: Collective choice theory, Institutions, Corporate governance”, EBS, Tallinn

6. Teenistuskäik

Töötamise aeg	Tööandja nimetus	Ametikoht
Alates 2006	Rimi Eesti Food AS	tootmis- ja hulgimüügidirektor
Alates 2005	Tallinna Tehnikaülikool	lektor
2004 - 2006	Balt-Hellin AS	HoReCa müügijuht
2000 - 2003	Reval Hotelligrupi AS	toitlustusjuht

7. Teadustegevus

Juhendatud magistritööd:

Koni, L. (2011). *Frantsiis Eesti toitlustusmaastikul OÜ Robinsoni restoranide näitel: Juhtumiuuringud*. Magistritöö, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.

Karma, A. (2010). *Jaekaubandusettevõttes turustatava valmistoidu tsentraliseeritud tootmise organiseerimine*. Magistritöö, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.

Leimann, A. (2007). *Kapitaliühingute omanikkonna uurimine Eesti Vabariigi ametlike registrite informatsiooni alusel*. Magistritöö, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.

Autori presentatsioonid konverentsidel ning publikatsioonid on esitatud eraldi ingliskeelse elulookirjelduse lisana (Appendix to CV).

8. Kaitstud lõputööd

Wahl, M. (2004). *Metoodika väljatöötamine äriühingute omanikkonna struktuuri uurimiseks Eesti Vabariigis*. Magistritöö, juhendaja dotsent Kostel Gerndorf, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.

Klass, M. (1990). *Kohviku Moskva rekonstrueerimine: Projekt*. Magistritöö, juhendaja Raivo Kalve, TTÜ. Toiduainekeemia ja -tehnoloogia kateeder. Tallinn.

9. Teadustöö põhisuunad

2. Ühiskonnateadused ja kultuur, 2.12. Majandusteadus (Äriühingute valitsemine), Äriühingute omanikkonna uuringud.

10. Teised uurimisprojektid

Liikmelisus:

Alates 2009 Majandusteaduse ja innovatsiooni doktorikool

Alates 2007 European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM)

Alates 2007 Rahvusvaheline Äriühingute Valitsemise Uuringute Võrgustik

Alates 2007 Charles Wankel, St. John's University, New York, raamatuprojekt (ISBN 0415992346)

Alates 2007 Academy of International Business (AIB)

Alates 2006 Academy of Management (AoM)

LISA 2: CURRICULUM VITAE

1. Personal data

Name Mike Franz Wahl
 Date and place of birth 12.01.1966 Zella-Mehlis, Germany

2. Contact information

Address Akadeemia tee 3-363, 12618 Tallinn, Estonia
 Phone +372 506 7089
 E-mail mike.wahl@tseba.ttu.ee

3. Education

Educational institution	Graduation year	Education (field of study/degree)
Tallinn University of Technology	Expected 2011	Business Administration, Doctor of Philosophy
Tallinn University of Technology	2004	Master in Business Administration
Tallinn University of Technology	1990	Master in Foodservice Technology

4. Language competence/skills (fluent; average, basic skills)

Language	Level
German	fluent
Estonian	fluent
English	average
Russian	average
Finnish	average

5. Special Courses

Period	Educational or other organisation
04.-06.12.2006	Prof. Asko Miettinen, Tampere University of Technology, „The State of Art and Practice of Scientific Writing”, TUT, Tallinn
24.09.- 11.12.2007	Prof. Dr. Martin Hilb, University of St. Gallen, Doctoral seminar „International Corporate Governance” (PMA), HSG, St. Gallen
12.10.- 16.12.2010	Dr. Petri Nokelainen, Tampere University, „Scientific Writing”, „Quantitative Research Methods”, TUT, Tallinn
15.02.- 18.02.2011	Prof. Helle Neergaard, Arhus Business School, „An overview of different research approaches to entrepreneurship based on

	entrepreneurship theories: from world view to data analysis”, „Focusing on how to get from research question to data collection and analysis”, „Doing a literature review, creating theoretical framework for research“, „Publication of Qualitative Research”, TUT, Tallinn
02.03-05.03.2011	Prof. Andreas Freytag, Friedrich-Schiller-University Jena and University of Stellenbosch, „Corporate Governance: Collective choice theory, Institutions, Corporate governance”, EBS, Tallinn

6. Professional Employment

Period	Organisation	Position
Since 2006	Rimi Eesti Food Ltd	Production and Wholesale director
Since 2005	Tallinn University of Technology	Lecturer
2004 - 2006	Balt-Hellin Ltd	HoReCa sales manager
2000 - 2003	Reval Hotelligrupi Ltd	Food & Beverage manager

7. Scientific work

Dissertations supervised:

Koni, L. (2011). *Franchising in the Estonian Catering Sector on the Example of OÜ Robinsoni Restoranid: Case Studies*. Master thesis, Tallinn University of Technology, Tallinn.

Karma, A. (2010). *Organizing of centralized production of home meal replacement marketed in retail sales*. Master thesis, Tallinn University of Technology, Tallinn.

Leimann, A. (2007). *Research of the owners of capital companies with the information provided by Estonian public databases*. Master thesis, Tallinn University of Technology, Tallinn.

(Continued in the appendix to CV)

8. Defended theses

Wahl, M. F. (2004). *Ownership structure research of public & private limited companies in Estonia*. Master's Degree, Supervisor Associate Professor Kostel Gerndorf, Tallinn University of Technology, Department of Business Administration, Tallinn.

Klass, M. (1990) *Remodelling of Café Moskwa: Project*. Master's Degree, Supervisor Raivo Kalve, Tallinn University of Technology, Department of Food Processing, Tallinn.

9. Main areas of scientific work/Current research topics

2. Culture and Society, 2.12. Economics (Corporate Governance), Ownership research.

10. Other research projects

Membership:

Since 2009 Doctoral School in Economics and Innovation

Since 2007 European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM)

Since 2007 International Corporate Governance Research Network

Since 2007 Charles Wankel, St. John's University, New York, "Making a Large International Book Project Virtual Collaboration a Great Success"

Since 2007 Academy of International Business (AIB)

Since 2006 Academy of Management (AoM)

Appendix to CV

Conference presentations:

Wahl, M. (2005, April). *Äriühingute omanikkonna uurimise teoreetilise raamistik*. Paper presented at the XI Conference on the Management of Business Organisations, Tallinn.

Wahl, M. F. (2007, April). *The Ownership Structure of Corporations in Estonia*. Proposal presented at the Academy of International Business (AIB) Annual Conference 2007, Doctoral Colloquium (Stream A), London.

Wahl, M. F. (2007, June). *History and Development of Ownership Research*. Paper presented at the conference 3rd International Regional Conference Baltic Business and Socio-Economic Development (BBSED), Tallinn.

Wahl, M. F. (2008, April). *Äriühingute valitsemise ja omanikkond: Uuringute teoreetilise raamistik*. Esitatud TTÜ XV rahvusvahelisel konverentsil "Juhtimine: eile, täna, homme", Tallinn.

Wahl, M. F. (2008, May). *Governance and Ownership: Theoretical Framework of Research*. Paper presented at the 15th Nordic Conference on Small Business Research, Tallinn.

Wahl, M. F. (2008, October). *Governance and Ownership: Family Company Governance in Estonia*. Paper presented at the 4th International Regional Conference Baltic Business and Socio-Economic Development (BBSED), Riga.

- Wahl, M. F. (2009, April). *Governance and Ownership: International Corporate Governance Research Network Survey in Estonia*. Paper presented at the 36th Annual Conference of the Academy of International Business (UK and Ireland chapter) “Resources, Efficiency and Globalisation”, Glasgow.
- Wahl, M. F. (2009, July). *Governance and Ownership: Practices in Estonia*. Paper presented at the 6th International Critical Management Studies Conference: Critical Perspectives of Corporate Governance, Warwick.
- Wahl, M. F. (2010, June). *Governance and ownership: methodological aspects of qualitative ownership research*. Paper presented at the 2nd International Conference “Economies of Central and Eastern Europe: Convergence, Opportunities and Challenges”, Tallinn.

Publications:

International Journals

- Wahl, M. (2006). The ownership structure of corporations: Owners classification & Typology. *EBS Review: Corporate Governance*, 21(1), 94-103. (ETIS 1.2)

Working Papers

- Wahl, M. F. (2007, November). *Corporate Governance and Ownership Research in Estonia*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 4th workshop on corporate governance, Brussels. (ETIS 3.4)
- Wahl, M. F. (2008). Governance and Ownership: Theoretical Framework of Research. *Working Papers in Economics*, 25(179), 149-163. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool. (ETIS 3.4)
- Wahl, M. F. (2008, November). *Governance and Ownership: Practices in Estonia*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 5th workshop on corporate governance, Brussels. (ETIS 3.4)
- Wahl, M. F. (2009, November). *Governance and ownership: owners' basic human values & their will in Estonia*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 6th workshop on corporate governance, Brussels. (ETIS 3.4)
- Wahl, M. F. (2010, June). *Governance and ownership: methodological aspects of qualitative ownership research*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 7th workshop on corporate governance, Brussels. (ETIS 3.4)

Wahl, M. F. (2011, May). *Toward owners' typology based on their basic human values & will*. Paper presented at the European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 8th workshop on corporate governance, Brussels. (ETIS 3.4)

Conference Proceedings

Wahl, M. (2005). Äriühingute omanikkonna uurimise teoreetiline raamistik. In M. Rillo (Ed.), *XI Majandusorganisatsioonide juhtimisprobleemide konverents: XI Conference on the Management of Business Organisations, April 22, 2005* (pp 147-155). Tallinn: TTÜ ärikorralduse instituut. (ETIS 3.5)

Wahl, M. F. (2009). Governance and Ownership: Practices in Estonia. In G. Prause & T. Muravska (Eds.), *Baltic Business and Socio-Economic Development 2008: 4th International Conference Riga, Latvia, September 30–October 2, 2008* (pp. 89-102). Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag. (ETIS 3.1)

Wahl, M. F. (2010). History and Development of Ownership Research. In J. W. Kramer, G. Prause, & J. Sepp (Eds.), *Baltic Business and Socio-Economic Development 2007: 3rd International Conference Tallinn, Estonia, June 17-19, 2007* (pp. 1081-1094). Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag. (ETIS 3.1)

Wahl, M. F. (2011). Governance and ownership: methodological aspects of qualitative ownership research. In G. Prause (Ed.), *Baltic Business and Socio-Economic Development 2009: 5th International Conference Kalmar, Sweden, September 14-15, 2009* (pp. 260-283). Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag. (ETIS 3.1)

LISA 3: Intervjuu juhend „Äriühingute omanikkond Eesti Vabariigis”

Käesoleva töö eesmärgiks on lähtuvalt uurimisülesandest rakendada andmekogumise vahendina intervjuud ning anda hinnang antud meetodile.

Intervjuu kasutamise eesmärk

Andmebaaside uurimisel (Wahl 2004, 2005, 2006; Leimann 2007) selgus, et vaatamata suurele informatsiooni hulgale, mida neisse kogutakse, ei ole kõiki omanike uurimiseks vajalikke andmeid vajalikes lõigetes võimalik leida. Saadud isikuandmeid võib ainult vaadata, neid ei ole lubatud töödelda, takistuseks on „Isikuandmete kaitse seadus”, „Avaliku teabe seadus” ja „Andmekogude seadus”. Kuna andmete töötlemiseks on vaja isiku personaalset luba, siis on andmete kogumiseks võimalik kasutada erinevaid küsitlusi. Küsitluseks nimetatakse andmekogumise meetodit, mis kasutab küsimustikke või intervjueerimist, et üles märkida vastajate sõnalist käitumist. Ankeedid ja küsimustikud on äriühingute üks kõige populaarsemaid andmekogumise meetodeid (Ghauri ja Grønhaug 2004).

Miks see andmekogumise viis?

Intervjuusid peetakse sageli kõige paremaks andmekogumise meetodiks. Tihti aga alahinnatakse selles sisalduvat keerukust. Omanike uurimine on raskendatud, kuna tegemist on varjatud ja tundliku valdkonnaga, informatsiooni andmine on vabatahtlik. Kogu infokogumine on väga problemaatiline, tekib küsimus, kas intervjuu käigus saadud informatsioon on representatiivne. Intervjuude interpreteerimisel võib kasutada mitterumbrilist statistikat (Mereste 1975). Uurimistöös kasutatakse süvaintervjuud, mille eeliseks on see, et võidakse saada palju täpsema ja selge pildi vastaja seisukohast või käitumisest. See on võimalik lahtiste küsimuste tõttu ja seetõttu, et vastajad on vabad vastama nii, nagu nad mõtlevad, kuna pole piiratud vastuseid vaid mõne alternatiiviga. Eelnev kehtib ka keerukate või tundlike küsimuste puhul, nagu

omanike uuring, kui intervjuerija võib esitada küsimusi vastuste ja hoiakute edasiseks täpsustamiseks. Süvaintervjuude puuduseks on, et nad nõuavad kogenud ja ettevaatlikku intervjuerijat. Intervjuud võivad võtta palju aega, lisaks on neid ka raske tõlgendada ja analüüsida. Uurija taust võib suuresti mõjutada tõlgendusi, põhjustades sellega objektiivsuse probleeme. Süvaintervjuude kodeerimine on raske ülesanne, hoolimata täiustatud kodeerimismeetoditest ja süsteemidest (Ghauri ja Grønhaug 2004).

Intervjueritava valik ja värbamine

Intervjueritavaid pakkusid välja uurimisrühma valitud eksperdid. Tulemuseks loodeti saada tasakaalustatud intervjueritavate nimekiri, et hiljem intervjuude järel oleks võimalik ka üldistavaid järeldusi teha. Intervjuude abil loodetakse saada täiendavaid nägemusi äriühingute valitsemise problemaatika oluliste aspektide kohta ning koguda materjali omanikkonna tüpoloogია koostamiseks. Autori ülesandeks on koostatud metoodikat rakendades läbi viia kaks intervjuud.

Valimisse sattunud omanikke vaadeldakse, kasutades väljatöötatud küsimustikku „Äriühingute omanikkond Eesti Vabariigis”. Küsimustikku kasutatakse omanike personaalseks intervjuerimiseks.

Põhimõtted

I. Intervjuu küsimused on koostatud leidmaks vastused kolmele põhiküsimusele:

1. Missugused on äriühingute aktsiate või osa omanike **väärtused**?
2. Mida **tahab** äriühingute omanikkond pikas perspektiivis?
3. Millist **tüüpi** omanikud domineerivad Eestis?

II. Intervjuu protsess on olemuselt väga personaalne, sest toimub vahetus interaktsioonis kahe inimese vahel. Intervjuu alguses esineb intervjuerija vestluse algataja rollis ja intervjueritav on see, kes vastab palvele osaleda vestluses. Intervjuu käigus võivad rollid vahetuda, kuid intervjuerija peab jälgima, et ta järgib teemat ega mõjuta kuidagi intervjueritava vastuseid.

Kuulajana peab intervjuuerija olema aktiivne, fikseerima ja meelde jätma olulise, et hiljem vajadusel täpsustavaid küsimusi esitada.

III. Tuleb teadvustada, et inimene loo jutustamise ajal elab teatud mälestusi uuesti läbi. Intervjueeritava sensitiivsus intervjueeritava emotsionaalsuse suhtes on oluline, sest emotsionaalne seisund mõjutab nii viisi, kuidas asjadest räägitakse, kui ka seda, mida räägitakse. Tähelepanu tuleb hoida äriühingute omanikkonna sotsiaalsel praktikal, mitte kujutlustel (tegevus, mitte mida omanikud sellest tegevusest mõtlevad; sündmuste täpne kirjeldus, mitte muljed). Vastavalt intervjueeritava personaalsele olemusele võib küsimusi mõnevõrra ümber sõnastada, säilitades mõtte ja eesmärgistatuse.

IV. Intervjueeritavat tuleb suunata rääkima iseenda suhestumisest, hoiakutest, kogemustest ja alles seejärel küsida midagi üldise kohta. Küsimuste esitamisel peaks vastajal paluma teha üldistusi. Samas tuleks paluda esitada erinevaid näiteid mingi vastuse konkretiseerimiseks.

V. Peab säilitama avatuse äriühingu omanikuks olemise uute tahkude ilmsikstulemise suhtes, vaatamata originaalse raamistiku olemasolule. Küsimuste koostamisel on lähtutud sellest, et küsimused pigem võimaldaksid vastajal rääkida, mitte niivõrd ei vajaks lühidaid vastuseid (Kuidas? Kas?). Niimoodi loodame teada saada uusi momente, selliseid, mida küsida ei oskakski.

VI. Parim koht intervjuu läbiviimiseks on autentne keskkond, mis vastab teemale: kodu, töökabinet. Tuleb jälgida, et poleks segavaid faktoreid, kindlasti mitte teisi inimesi. Tuttavas keskkonnas on inimesel parem leida pidepunkte, mis toetavad ta juttu. Teisalt annab autentne koht intervjuerijale lisa-informatsiooni, anda hinnanguid. Kui ei ole võimalik autentses keskkonnas intervjuud teha, võib hiljem teha ka järelvaatlusi, seda asukohta külastades.

VII. Oluline on „*rappori*” – hea, usaldusliku atmosfääri tekitamine. Intervjueeritav ei tohi end tunda „märklauana” või „uurimisalusena”, vaid pigem väärtusliku inimesena rollis, milles teda intervjueritakse, kes suudab aidata

kaasa teatud uuritavate suhete paremaks mõtestamiseks. Intervjueeritav peab olema veendunud intervjueri eetikas mitte avaldada saadud informatsiooni personaalselt inimese kohta, kui ei ole eelnevalt teisiti kokku lepitud.

Intervjueeritav: inimene, kes näinud äriühingute valitsemise problemaatikat mitmest positsioonist ja kellelt me tema isiksuslike omaduste tõttu eeldame üldistamisvõimet. Ideaalis olnud nii omanik kui juht. Intervjueeritav peaks tundma intervjuerijat, peaks olema alus vajalikuks usalduseks delikaatse teema arutamisel.

Intervjuu kestus: ca 2h.

Intervjuu transkriptsioon

Intervjuu täielik transkriptsioon tähendab sõna-sõnalt, muutmatul kujul kuuldu (salvestatu) kirjapanekut.

Intervjuu läbiviimise protseduur

Andmete kogumine ja salvestamine

Koht:

Aeg:

Kestus:

Hinnang protsessile (suhe intervjuueeritavaga, intervjuu kulg jne).

Intervjuu analüüs

Sisuline analüüs (teemad, uued kategooriad, tsitaadid). Intervjuud korrastatakse allteemade kaupa, leitakse uusi allteemasid. Fikseeritakse märksõnad ja kodeeritakse vastavalt. Üldiselt lisandub uusi märksõnu, see on ka põhjus, miks kasutatakse intervjuu meetodit. Liigitus. Analüüsi käigus toimub eelnevalt sõnastatud teoreetiliste seisukohtade kriitiline ülevaatamine või uute teoreetiliste lähenemiste kujundamine. Samuti hinnatakse kasutatud meetodit. Uurimistulemuste esitamisel võib kasutada tekstis tsitaate, kuid need ei ole lihtsalt illustratsiooniks, vaid ilmseks autori seisukohtade tõestusmaterjaliks. Tsitaadid tuleb valida täpselt, neid võib lühendada, intervjuueeritava kõne väärrib sõna-sõnalist jäädvustamist.

Hinnang saadud informatsioonile

Hinnang saadud informatsioonile ja vajadusele modifitseerida intervjuud. Parandusettepanekud, ümberformuleeritud küsimused.

Lugupeetud intervjueeritav,

Tallinna Tehnikaülikooli doktorandina kirjutan dotsent Kostel Gerndorf'i juhendamisel äriühingute valitsemise teemalist doktoritööd, milles uuritakse aktsiate (osa) omanikke Eesti Vabariigis. Doktoritöö eesmärgiks on äriühingute omanikkonna selline uurimine, millest järelduvad omanike põhitüübid. Omanikke uuritakse, lähtudes äriühingute valitsemise teooriate vaatenurgast, kasutades uurimismeetodina intervjuud.

Äriühingute valitsemine (*corporate governance*) on üks võtmetähtsusega valdkondi majanduse arendamisel ja majanduse arengu mõistmisel. Selle kaudu ühenduvad ühelt poolt kapitali liikumise ja teiselt poolt valitsemise ning juhtimisega seotud küsimused. Äriühingute valitsemine on omanikkonna võimu teostamise mehhanism, mille abil omanikud viivad ellu oma tahte, kontrollivad äriühingu tegevust, saavad tagasi tehtud investeeringud ja teenivad tulu. Uuringu läbiviimine võimaldab teha üldistusi, mis aitavad omanikel äriühingut professionaalselt valitseda.

Süvaintervjuu kestab umbes kaks tundi. Te ei pea vastama kõikidele küsimustele, kuigi see oleks väga oluline uuringu õnnestumiseks. Juhul kui Te otsustate vastata kirjalikult, siis palun saata täidetud küsimustik e-posti aadressil: mike.wahl@ttu.ee. Teie poolt antud vastused jäävad ainult küsimustiku autori teada ning need avaldatakse peale andmetöötlust üldistatud kujul, tulemused saadetakse Teile soovi korral e-postiga.

Ette tänades,

Mike Wahl

doktorant

Tallinna Tehnikaülikooli Majandusteaduskond, Ärikorralduse instituut,
Organisatsiooni ja juhtimise õppetool

ÄRIÜHINGUTE OMANIKKOND EESTI VABARIIGIS

Uuringu küsimustik

Intervjuu läbiviimise aeg ja koht:

Intervjueeritav isik

1. Omaniku ees- ja perekonnanimi:
2. Sünniaeg ja koht:
3. Rahvus:
4. Perekonnaseis, laste arv ja vanus:
5. Kontaktandmed (telefon, e-post):
6. Millal ja mis asjaoludel Te saite omanikuks?
7. Mis on need asjaolud, mis Teile omanikuna meeldivad?
8. Mis on need asjaolud, mis Teile omanikuna ei meeldi?

Omaniku isiklikud väärtused ja äriühingu aktsiate või osade omamise väärtused

Väärtus on ükskõik milline asi, materiaalne või ideaalne, idee või institutsioon, tegelik või kujuteldav, kõik see, mille suhtes inimene võtab hinnangulise seisukoha, mille kohta arvatakse, et see on oluline, etendab olulist rolli, ning mille saavutamine, mille poole püüdlemine või mille tõrjumine on vajalik indiviidile või tervele grupile, ühiskonnale. (Aimre 2005)

9. Palun loetlege oma isiklikud väärtused (ca 4 kuni 20 väärtust).
10. Palun järjestage eelmises küsimuses loetletud väärtused tähtsuse järjekorras.

Üksikisiku põhiväärtused (*Schwartz Portrait Values Questionnaire*)

Alljärgnevalt portreeritakse ühte omanikku. Palun loe hoolikalt tema kirjeldusi ning märgi skaalal 1 kuni 6, kui võrd sarnane oled temaga. Märgi 1 – täiesti minu moodi, 2 – minu moodi, 3 – peaaegu minu moodi, 4 – natuke minu moodi, 5 – ei ole minu moodi, 6 – ei ole üldse minu moodi. (*How much like you is this person? 1 – very much like me, 2 – like me, 3 – some-what like me, 4 – a little like me, 5 – not like me, 6 – not like me at all*)

11. Uute ideede väljamõtlemine ja loov olla on talle tähtis. Talle meeldib teha asju oma originaalsel moel.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
-------------------------	-----------------	-------------------------	------------------------	------------------------	------------------------------

(*Thinking up new ideas and being creative is important to him. He likes to do things in his own original way.*)

12. Rikas olla on talle tähtis. Ta soovib omada palju raha ja kalleid asju.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
-------------------------	-----------------	-------------------------	------------------------	------------------------	------------------------------

(*It is important to him to be rich. He wants to have a lot of money and expensive things.*)

13. Talle on tähtis, et kõiki maailma inimesi koheldaks võrdselt. Ta usub, et igahel peavad elus olema võrdsed võimalused.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
-------------------------	-----------------	-------------------------	------------------------	------------------------	------------------------------

(*He thinks it is important that every person in the world should be treated equally. He believes everyone should have equal opportunities in life.*)

14. Talle on oluline näidata oma võimeid. Ta soovib, et inimesed imetleksid tema tegusid ja saavutusi.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It's important to him to show his abilities. He wants people to admire what he does.)

15. Talle on oluline elada ohutus keskkonnas. Ta väldib kõike, mis võib seada ohtu tema turvalisuse.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him to live in secure surroundings. He avoids anything that might endanger his safety.)

16. Talle meeldivad üllatused ja ta otsib alati uusi väljakutseid. Ta tahab teha elus palju erinevaid asju.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(He likes surprises and is always looking for new things to do. He thinks it is important to do lots of different things in life.)

17. Ta usub, et inimesed peaksid tegema seda, mida kästakse. Ta mõtleb, et inimesed peaksid alati järgima reegleid, ka juhul, kui neid ei kontrollita.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(He believes that people should do what they're told. He thinks people should follow rules at all times, even when no-one is watching.)

18. Talle on tähtis kuulata ka neid inimesi, kes on temast erinevad. Isegi kui ta pole nendega nõus, soovib ta neid ikkagi mõista.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him to listen to people who are different from him. Even when he disagrees with them, he still wants to understand them.)

19. Talle on oluline olla tagasihoidlik. Ta püüab endale mitte tõmmata tähelepanu.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him to be humble and modest. He tries not to draw attention to himself.)

20. Talle on oluline mõnusalt aega veeta. Talle meeldib end “hellitada”.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(Having a good time is important to him. He likes to “spoil” himself.)

21. Talle on tähtis ise otsustada, mida ta teeb. Talle meeldib olla vaba ja mitte sõltuda teistest inimestest.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him to make his own decisions about what he does. He likes to be free and not depend on others.)

22. Talle on väga tähtis aidata inimesi enda ümber. Ta hoolitseb nende heaolu eest.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It's very important to him to help the people around him. He wants to care for their well-being.)

23. Talle on tähtis olla väga edukas. Ta loodab, et inimesed tunnustavad tema saavutusi.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(Being very successful is important to him. He hopes people will recognise his achievements.)

24. Talle on tähtis, et riigivõim kaitseks teda igasuguste hädaohtude eest. Ta tahab, et riik oleks tugev kaitsmaks oma kodanikke.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him that the government ensures his safety against all threats. He wants the state to be strong so it can defend its citizens.)

25. Ta otsib seiklusi ning talle meeldib riskida. Ta soovib endale põnevat (erutavat) elu.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(He looks for adventures and likes to take risks. He wants to have an exciting life.)

26. Talle on tähtis alati käituda korralikult. Ta väldib mis tahes tegevusi, mille kohta inimesed võiksid öelda, et see on vale.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him always to behave properly. He wants to avoid doing anything people would say is wrong.)

27. Talle on oluline, et inimesed teda austaksid. Ta soovib, et inimesed teeksid seda, mida ta ütleb.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him to get respect from others. He wants people to do what he says. It is important to him/her to be in charge and tell others what to do. He/She wants people to do what he/she says.)

28. Talle on oluline olla ustav (lojaalne) oma sõpradele. Ta soovib pühenduda oma lähedaste heaolule.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(It is important to him to be loyal to his friends. He wants to devote himself to people close to him.)

29. Ta on veendunud, et inimesed peavad hoolima loodusest. Talle on tähtis hoida looduskeskkonda.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(He strongly believes that people should care for nature. Looking after the environment is important to him.)

30. Talle on tähtsad traditsioonid. Ta püüab järgida enda ja perekonna tavasid ja kombeid.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(Tradition is important to him. He tries to follow the customs handed down by his religion or his family.)

31. Ta üritab igal võimalusel lõbutseda. Talle on oluline teha naudingut pakkuvaid asju.

1 täiesti minu moodi	2 minu moodi	3 peaaegu minu moodi	4 natuke minu moodi	5 ei ole minu moodi	6 ei ole üldse minu moodi
----------------------------	-----------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------------

(He seeks every chance he can to have fun. It is important to him to do things that give him pleasure.)

Äriühingu(te) väärtussüsteem

Järgnevad küsimused puudutavad äriühingut, mille aktsiaid (osa) Te omate. Kui omate mitmete äriühingute aktsiaid (osa), palun võimalusel neid kõiki eraldi kirjeldada.

32. Millised asjaolud on Teile äriühingu aktsiate (osa) omamisel tähtsad?
33. Kas Teie isiklikud väärtused mõjutasid äriühingu aktsiate (osa) omandamist?
34. Mis on äriühingu missioon, mille nimel see tegutseb?
35. Põhiväärtused on äriühingu tugevused ning omadused, mis aitavad saavutada püstitatud eesmärgi. Missuguseid põhiväärtusi kannab see äriühing?
36. Kas sellel äriühingul on täita roll ühiskonnas?

Tahe

37. Võim on inimese võime sundida oma tahet peale teistele inimestele. Kas Teile on olulisem omanikuks olemisest tulenev võim või tulu?

38. Kas Teie saavutate võimu (järjestage tähtsuse järjekorras):
- 38.1. - formaalse omaniku õiguse alusel,
 - 38.2. - isikliku autoriteedi alusel,
 - 38.3. - premeerimise (raha, kiitus, tähelepanu) alusel,
 - 38.4. - sunni (raha, karistamine, vallandamine) alusel,
 - 38.5. - samastumise (karisma, eeskuju, teadmised) alusel.
39. Äriühingus võib valitseda omanike ühine tahe – konsensus, aga võib valitseda ka kompromiss või omanikevaheline konkurents. Milline variant valitseb äriühingus, mille aktsiaid (osa) Te omate?
- 39.1. - konsensus,
 - 39.2. - kompromiss,
 - 39.3. - konkurents.
40. Mis valdkonnas esineb omanike vahel kõige sagedamini eriarvamusi?

Äriühingu tunnused

41. Äriühingu nimi (registrikood):
42. Mis tegevusalal tegutseb äriühing, mille aktsiaid (osa) Te omate?
43. Mitmele töötajale on see äriühing tööandjaks? (Kas üle üheksa töötaja?)
44. Kui suur on ligikaudselt äriühingu aastakäive ja bilansimaht? (Kas aastakäive või bilansimaht on üle kahe miljoni euro?)
45. Kas aastakäive on viimase kolme aasta jooksul:
- 45.1. - kasvanud,
 - 45.2. - jäänud samaks või
 - 45.3. - vähenenud?

Investeerimishorisont

46. Kas tulemuste saavutamise kiirus on Teie jaoks oluline? Palun selgitage.
47. Kui kaua olete täna enda omandis olevaid äriühingu aktsiaid (osa) hoidnud? (Kas üle ühe aasta?)

48. Kas olete nõus müüma? Millest see sõltub?
49. Kas loodate saavutada lühiajaliselt suurt tulu, tagades samaaegselt pikas perspektiivis äriühingu jätkusuutliku arengu?

Suhtumine riski

50. Kui suure riskiga olete nõus saavutama tulemusi:
- 50.1. - väike (risk kaotada väike osa investeringust),
 - 50.2. - keskmine (risk kaotada pool investeringust),
 - 50.3. - suur (risk kaotada kogu investering)?
51. Kas tegelete riskide maandamisega? Kuidas?
52. Kui omate mitme äriühingu aktsiaid (osa), siis kas Teile on oluline, et nende äriühingute tegevusala oleks erinev?

Roll valitsemisel ja juhtimisel

53. Kas Te osalesite viimati aktsionäride üldkoosolekul?
54. Kas jälgite perioodiliselt äriühingu majandusnäitajaid?
55. Kas ja kui tihti suhtlete äriühingu juhtkonnaga?

Majanduslik eesmärk

56. Kui suur on ligikaudselt Teie äriühingu turuväärtus?
57. Kumb on Teile tähtsam, kas jooksev tulu (dividendid) või kapitalikasv (aktsiahinna tõus)? Palun selgitage.

Panus äriidee elluviimisse

58. Omaniku panus äriidee elluviimisse võib olla strateegiline või finantsiline, aga ka kombinatsioon mõlemast. Kas Teie panus äriidee elluviimisse on rohkem strateegiline või finantsiline? Palun selgitage.
59. Kas Teile on oluline, mil viisil Teie tulu suurendatakse? Palun selgitage.

Osaluse määr

60. Kui suur on Teie protsentuaalne osalus äriühingus? (alla 10%, üle 50%)
61. Kas soovite tulevikus oma osalust suurendada või vähendada? Palun selgitage.
62. Kas olete teiste omanikega sõlminud omavahelisi mitteametlikke kokkuleppeid? Palun selgitage, mille kohta.

Residentriik

„Tulumaksuseadus” määratleb, et füüsiline isik on resident, kui tema elukoht on Eestis või kui ta viibib Eestis 12 järjestikuse kalendrikuu jooksul vähemalt 183 päeva või on välisteenistuses viibiv Eesti riigiteenistuja.

63. Kas olete Eesti Vabariigi resident?
64. Kas olete vahetanud või kavatsete tulevikus residentsust vahetada? Palun selgitage.

Seotus äriühinguga

65. Kas Te töötate või olete töötanud äriühingus, mille aktsiaid (osa) Te omate, sealhulgas juhatuses? Kui jah, siis kellena?
66. Kas järgite äriühingu omaniku rollis põhimõtet „Hoian nina äriühingu tegevuste sees, aga käed hoian eemal?”

Huvigrupid (sidusgrupid)

67. Millised huvigrupid (sidusgrupid) on Teile omanikuna tähtsaimad? Miks?

(Kes on üldse need huvigrupid, kellega arvestatakse?):

67.1. - omanikud,

67.2. - kliendid,

67.3. - töötajad,

67.4. - avalikkus,

67.5. - riik,

67.6. - audiitorid.

Lõpetuseks

68. Palun soovitage Teile tuttavat omanikku, keda võiksime samuti intervjuerida.

69. Kas oleksite nõus isiklikult intervjuerima Teile tuttavat omanikku?

70. Kas soovite, et Teile saadetaks käesoleva uuringu tulemused?

TÄNAN!

LISA 4: Intervjuerijate nimekiri

Nimi	Rühm	matrikli-number	Nimi	Rühm	matrikli-number
1 Agu, C.	HAAB21	083973	40 Loo, R.	HAAB21	082119
2 Ainele, H.	TAAB21	082279	41 Lunev, M.	HAAB21	082120
3 Allikmets, A.	TAAB22	082250	42 Madison, H.	TAAB22	082257
4 Allmere, M.	HAAB21	082104	43 Needo, A.	TAAB22	082301
5 Anvelt, M.	TAAB22	082252	44 Njumainen, J.	TAAB21	082310
6 Aunapu, A.-M.	HAAB21	082105	45 Oona, H.	HAAB21	083976
7 Aus, P.	TAAB22	083988	46 Palu, M.	TAAB21	082303
8 Ehrbach, P.	TAAB21	082281	47 Parra, P.	HAAB21	082123
9 Einstein, L.	TAAB22	083989	48 Pauts, A.	TAAB22	082262
10 Errit, G.	TAAB22	082282	49 Peterson, B.	TAAB22	082305
11 Esse, F.-E.	TAAB22	074865	50 Pihlak, K.	TAAB22	082306
12 Fjodorova, J.	HAAB21	082114	51 Pukk, G.	TAAB22	082263
13 Hansberg, H.	TAAB21	082283	52 Pärnpuu, K.	TAAB22	082264
14 Jaagant, L.	TAAB21	082285	53 Raag, J.	TAAB23	082370
15 Jeromenok, O.	TAAB21	090148	54 Repson, K.	HAAB41	072539
16 Jõekäärä, M.	HAAB21	082106	55 Riisikamp, L.	TAAB22	082266
17 Jõks, T.	TAAB22	082253	56 Saar, K.	TAAB22	082268
18 Järvelill, T.	HAAB21	083974	57 Saare, S.	TAAB22	082269
19 Kaiste, L.	TAAB21	082289	58 Sofilkaniš, V.	TAAB21	082311
20 Kannikka, V.	TAAB21	082290	59 Soomets, S.	TAAB22	082270
21 Kannisto, L.	HAAB21	082107	60 Sorokina, A.	HAAB21	084528
22 Kase, H.	TAAB22	082292	61 Stõun, S.	HAAB21	082125
23 Keel, K.	HAAB21	082108	62 Svidun, J.	TAAB21	082312
24 Kiseljute, K.	TAAB21	082294	63 Tamm, V.	TAAB22	082313
25 Klaar, A.	TAAB21	083991	64 Teearu, A.	TAAB22	082273
26 Koll, K.	HAAB21	082115	65 Tolsting, S.	HAAB21	082111
27 Koster, R.	HAAB21	082116	66 Uudeküll, E.	TAAB22	082316
28 Kuk, R.	HAAB21	074667	67 Uurmann, H.	TAAB21	082317
29 Kuldsaar, K.	TAAB21	082254	68 Uustalu, H.	TAAB22	082318
30 Kurgpõld, K.	EALB21	098181	69 Vabamäe, A.	HAAB21	082127
31 Kutser, K.	HAAB21	082117	70 Vaht, H.	TAAB22	082319
32 Kuusk, H.	TAAB22	082255	71 Veermets, J.	HAAB21	082112
33 Kõrvek, M.	TAAB21	082296	72 Vihmann, O.	TAAB22	082275
34 Lehtsalu, A.	HAAB21	082118	73 Viilmann, E.	TAAB21	082320
35 Leol, K.	TAAB22	082256	74 Vijard, N.	HAAB21	082113
36 Liik, H.	TAAB21	082298	75 Vilist, M.	MAHM41	030899
37 Liiv, L.	TAAB21	082299	76 Vink, B.	TAAB22	082321
38 Lilienthal, E.	HAAB21	082110	77 Voolma, E.	TAAB22	082277
39 Lilleleht, I.	MAHM41	030886			

LISA 5: Uuringus käsitletud kapitaliühingud

Reg. kood	Äriühingu nimi	Reg. kood	Äriühingu nimi	Reg. kood	Äriühingu nimi
10825612	101 Ärisüsteemid OÜ	10047988	Infotark AS	10126624	Poseidon Foods AS
10413163	A/P Pärnu OÜ	10394431	Jaspis OÜ	10913925	Profimaa OÜ
10359819	AA Uksed OÜ	10138917	Kaarli Hambapolikliinik OÜ	10889492	QP Trükikoda OÜ
10903252	Addenda OÜ	10864109	Kadarbiku Kõõgivilii OÜ	10434933	Rakendusgeodeesia ja ehitusgeoloogia inseneribüroo OÜ
11213839	Adduco OÜ	11395467	Kahjuennetus OÜ	10397010	Reaalsteemid AS
10297484	Agola-S OÜ	10111516	Kiirkandur AS	10048657	Reko AKM OÜ
10103830	Agrovaru AS	10708639	Kinnisvaraekspert Tallinn OÜ	10005085	Rey AS
10262600	Api M. A. OÜ	10366541	Kinnisvarateenindus	10520479	RGR-metall OÜ
11293092	Alameda Pärnu OÜ	10000165	Kivivõli Kaubahoov AS	11371544	Robinson Reisid OÜ
10637224	Alari Klaasitöökoda OÜ	11279028	Krausberg Eesti OÜ	10647872	Ronoton OÜ
11035609	Alasen ehitus OÜ	10677838	Krypton Group OÜ	11021519	Rovelsten OÜ
10035347	Anrebell OÜ	10217019	Kuga OÜ	10521705	Roxor Ehitus OÜ
10080997	Arke Lihatoöstus AS	10064917	Kulbert AS	10200875	Samiks OÜ
10451318	AS Järvak 10451318	10296832	Kuussaare Ehitus AS	11460331	San Korpus OÜ
10866628	Audra Ehitus OÜ	11096606	Leridas OÜ	10644804	Sanok OÜ
10050625	Automaat OÜ	10216072	Level AS	11009748	Seelight OÜ
10074123	Automeister AS	11159695	Linemen OÜ	10104686	Siim Ehitus OÜ
10263812	Avex OÜ	10076702	Linette AS	10097392	Silberauto AS
10003873	Basseinitehnika AS	10358961	Logi- F AS	10421613	Sildest OÜ
10200208	Bendis AB AS	10120432	M & V invest AS	10525169	Simson Holding AS
10130531	Berit AS	10029335	M ja P Nurst AS	10993195	Sportland International Group AS
11241190	Bewesto Group OÜ	10734513	M.K.Reis-X OÜ	10011051	Standard AS
10859775	Citypartner OÜ	10950990	Magnetmedia OÜ	11416488	Stipend OÜ
10246647	Dellfört OÜ	10342701	Marisabel AS	10081904	Suwem AS
10541122	DenFesti OÜ	10526447	Maryca OÜ	10330592	Sverix AS
10024786	Ebeta AS	10621720	Medis Grupp OÜ	10231309	Sönasepp OÜ
10702335	Edelaraudtee AS	11396047	Meediakontaktide OÜ	10412732	Taberna OÜ
11050857	Eesti Energia Jaotusvõrk OÜ	10240679	Mehka AS	10223439	Tallinna kaubamaja AS
11324823	EKL Ressurs OÜ	10047391	Mendali OÜ	10055700	Tavid AS
11123786	Empair OÜ	10360722	MET-Terakeskus AS	10128741	Transurban OÜ
10891371	Est Wind Power OÜ	11040681	Mondemill OÜ	10080052	TREV AS
11252779	ESTEVE Stevedoring OÜ	11164762	Moonfish Media OÜ	11276113	Triangular OÜ
11247011	ET & LR Viimistused OÜ	10391214	Moons OÜ	11235663	Upline Grupp OÜ
10345711	Eurokatus OÜ	10592935	Mootor Grupp OÜ	10129841	Valley OÜ
10248340	Fint Car OÜ	10361227	Morbela OÜ	10839330	Valve Raide Apteek OÜ
11551507	Fint Element OÜ	10519080	Mountain Lighthouse OÜ	10315561	Vesaro OÜ
10318826	Fortem Grupp AS	11221773	Mudel ehitus OÜ	10203514	Vesir OÜ
10577189	Grenadine OÜ	11483875	Nordwest Group OÜ	10391094	Viigardi OÜ
10235193	GT Tarkvara OÜ	11146149	Oma Ehitaja AS	11421437	Viisnurk AS
11121505	Hanhel Tehnika OÜ	10528251	Optiline Grupp OÜ	10517750	Virtel Grupp OÜ
11288240	Haridusportaal OÜ	10397122	Orm OÜ	10115371	Voller AS
11422610	Heiker OÜ	10051180	Otepää Lihatoöstus Edgar OÜ	10462405	Wohlraks Ehitus OÜ
10034052	Hektor-Light AS	11531775	Paigalduste OÜ	10392416	WSP Talone OÜ
10130347	Hevo Tehnika OÜ	10876756	Palkehütuse Wigwam OÜ	10378047	Valk OÜ
10366083	Hüü Autotrans OÜ	10078902	Parvor AS	10055887	Väo Paas OÜ
10878790	Imatron OÜ	10097360	Plasto AS		
10615323	Incom Holding OÜ	10898574	Port Artur Grupp OÜ		

LISA 6: Transformeerimata tunnuste andmebaas (VD_140511.xlsx)

KOOD/ID	030886 1	030886 2	072539 1	072539 2	072539 3	074667 2	074667 1	074865 2	082104 1	082104 2	082105 1	082105 2	082106 1	082106 2	082107 1
SUGUN	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ID_VANUS	30	23	50	28	53	20	49	53	39	52	61	41	25	46	27
IKAMI	1 998	2 008	1 995	2 003	1 992	1 991	1 993	1 992	2 000	1 996	1 992	1 996	2 007	1 992	2 007
F_ASUTAIA	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
IBV_UN	4,00	4,33	5,00	3,67	4,00	5,00	5,00	4,33	4,67	4,67	4,33	3,00	2,00	4,33	5,33
IBV_BE	5,50	5,50	4,50	5,00	4,00	5,00	4,50	6,00	6,00	5,50	5,00	4,50	6,00	4,00	6,00
IBV_TR	5,00	5,00	5,50	2,50	4,00	4,00	5,00	3,50	4,50	3,50	4,50	3,00	2,00	4,00	3,50
IBV_CO	3,50	2,50	4,50	2,00	3,50	3,00	2,50	4,50	5,50	5,00	5,00	2,50	2,50	1,50	2,00
IBV_SE	3,00	1,50	4,50	3,00	3,50	4,50	4,00	3,50	6,00	5,00	5,50	3,00	5,00	4,50	6,00
IBV_PO	4,50	1,50	3,00	4,50	3,00	3,50	2,50	3,50	6,00	5,50	3,00	3,00	5,50	2,50	2,00
IBV_AC	2,00	2,00	3,00	4,50	2,00	2,50	3,00	4,50	5,50	5,00	4,00	2,00	5,00	3,00	4,50
IBV_HE	5,50	4,50	4,00	6,00	4,50	3,00	2,00	5,50	6,00	5,50	3,00	3,00	5,00	3,50	2,00
IBV_ST	6,00	5,50	4,00	5,50	2,00	5,00	4,50	5,00	6,00	6,00	5,50	2,50	6,00	5,00	6,00
IBV_SD	4,50	5,00	4,00	5,50	4,00	5,00	5,00	5,50	5,50	6,00	6,00	3,00	6,00	6,00	4,50
IVIN_04	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
FPY	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
VVT_1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVT_2	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
VVT_3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVT_4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVS_01	4,00	5,00	2,00	4,00	5,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	?	5,00	5,00	?	1,00
VVS_02	5,00	1,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	1,00	5,00	5,00	?	3,00	4,00	0,00	5,00
VVS_03	0,00	4,00	3,00	1,00	2,00	3,00	2,00	4,00	3,00	2,00	?	1,00	1,00	?	4,00
VVS_04	0,00	3,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	?	2,00	2,00	5,00	2,00
VVS_05	0,00	2,00	4,00	3,00	3,00	2,00	5,00	5,00	4,00	3,00	?	4,00	3,00	?	3,00
VKO_01	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00
VKO_02	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
VKO_03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VORM	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_M	1,00	?	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	?	1,00
F_TARV_V	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	?	0,00
F_TARV_K	0,00	?	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00
F_TARV_S	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00
F_AKAIVE	0,02	0,06	8,80	0,60	0,30	1,90	2,00	32,00	0,01	0,83	0,64	1,30	1,90	?	0,16
F_MIKR	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
F_VAIK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
F_KESK	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SUUR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEG_O	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
KVAL	0,00	0,00	2,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	3,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEGN	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
MYKK	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FRISK_V	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
FRISK_K	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
FRISK_S	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FRISKN	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FRISKDIV	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	?	?	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
FROLLN	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	1,00	1,00
F_TV	5,10	0,02	1,90	0,19	1,80	0,40	12,90	19,20	0,02	0,40	?	0,00	0,31	?	0,16
F_E_01	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
F_E_02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_E_03	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
F_E_04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_S	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_F	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_SF	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
F_PANUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_EETIKA	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	?	1,00
F_OSALLUS_P	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALLUS_K	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALLUS_E	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
F_OSALLUS_A	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
F_OSALLUS_S	1,00	?	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00
F_OSALLUS_V	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	?	1,00
F_OSALLUS_M	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00
F_OSALLUS_EI	0,00	?	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	?	0,00
F_KOAL	0,00	?	0,00	?	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	?
F_SEOTUS_J	1,00	?	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	?
F_SEOTUS_N	0,00	?	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?
F_SEOTUS_M	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	?
F_SEOTUS_EI	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?
PRO	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	2,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	2,00	0,00
S_HGRUPP_O	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_K	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_T	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_AV	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_R	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AU	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
S_HGRUPPN	3,00	6,00	3,00	4,00	2,00	6,00	3,00	2,00	6,00	6,00	6,00	6,00	3,00	6,00	2,00
ID_HUVI	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

LISA 6: järg

KOOD / ID	082116	1	082116 2	082117	1	082117 2	082118	1	082118 2	082119	2	082120	2	082123	2	082123 1	082125	2	082125 1	082310	1	082127	1	082127 2	
SUGUN	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
ID_VANUS	41	49	47	42	53	53	53	47	40	43	43	78	63	49	51										
IKAMI	1 994	1 992	2 008	1 998	1 999	1 998	1 999	2 000	2 005	1 991	2 002	1 991	1 996	1 994	2 002										
F_ASUTAJA	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	
IBV_UN	6,00	4,33	5,00	4,33	5,00	3,33	4,33	5,33	5,33	5,33	5,33	5,33	4,33	4,00	4,33	3,00	4,00	4,33	4,00	4,33	3,00	4,00	4,33	3,00	
IBV_BE	6,00	5,00	4,50	5,00	4,50	3,50	5,50	4,50	5,50	6,00	5,50	2,50	6,00	5,50	2,50	6,00	5,50	2,50	6,00	5,50	2,50	6,00	5,50	4,50	
IBV_TR	6,00	5,00	4,50	3,00	4,00	3,50	5,50	5,50	5,50	5,50	2,50	3,00	2,00	4,50	3,00	4,00	2,00	4,50	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	
IBV_CO	6,00	5,00	3,50	3,00	3,50	2,50	5,00	5,50	3,50	3,50	2,00	2,50	4,00	3,50	2,00	2,50	4,00	3,50	2,00	2,50	4,00	3,50	3,50	3,50	
IBV_SE	6,00	5,00	2,50	3,50	2,50	2,50	5,00	5,50	4,00	1,00	3,50	2,50	5,00	3,00	2,50	5,00	3,00	2,50	5,00	3,00	5,00	3,00	5,00	5,00	
IBV_PO	3,00	3,50	2,00	2,00	3,50	2,50	4,00	3,50	3,50	3,50	3,00	2,50	4,50	3,00	2,50	4,50	3,00	2,50	4,50	3,00	5,00	3,50	3,50	3,50	
IBV_AC	1,00	2,00	2,50	3,00	5,00	4,00	3,50	4,50	3,50	5,00	1,50	3,00	4,50	5,00	1,50	3,00	4,50	5,00	1,50	3,00	4,50	5,00	3,50	3,50	
IBV_HE	3,00	3,50	1,50	2,50	2,50	3,00	4,00	5,50	4,50	3,00	4,50	1,00	4,00	4,50	1,00	4,00	4,50	1,00	4,00	4,50	1,00	4,00	4,50	4,00	
IBV_ST	3,00	3,50	1,50	1,00	6,00	4,50	4,00	5,50	3,50	4,50	6,00	5,00	4,50	5,50	4,00	4,50	6,00	5,00	4,50	5,50	4,00	5,50	4,00	4,00	
IBV_SD	6,00	4,00	4,00	5,50	5,50	5,50	4,50	5,50	6,00	6,00	6,00	5,50	6,00	6,00	5,50	6,00	6,00	5,50	6,00	6,00	5,50	6,00	6,00	5,00	
IVIN_04	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	
FPY	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	
VVT_1	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
VVT_2	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
VVT_3	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
VVT_4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
VVS_01	3,00	5,00	?	5,00	5,00	5,00	4,00	?	2,00	1,00	3,00	4,00	5,00	3,00	4,00	5,00	3,00	4,00	5,00	3,00	4,00	5,00	3,00	4,00	
VVS_02	4,00	4,00	?	4,00	4,00	?	5,00	?	5,00	5,00	5,00	1,00	?	5,00	5,00	1,00	?	5,00	5,00	1,00	?	5,00	5,00	5,00	
VVS_03	5,00	2,00	?	?	2,00	?	3,00	?	3,00	4,00	2,00	3,00	?	2,00	3,00	?	2,00	3,00	?	2,00	3,00	?	2,00	3,00	
VVS_04	1,00	1,00	?	?	1,00	?	1,00	?	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	?	1,00	2,00	1,00	?	1,00	2,00	1,00	?	1,00	2,00	
VVS_05	2,00	3,00	?	5,00	3,00	4,00	2,00	5,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	5,00	?	4,00	5,00	?	4,00	5,00	?	4,00	5,00	4,00	
VKO_01	?	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	?	1,00	?	1,00	?	1,00	0,00	?	1,00	0,00	?	1,00	?	1,00	?	
VKO_02	?	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	?	0,00	?	
VKO_03	?	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	?	0,00	0,00	?	0,00	0,00	?	0,00	0,00	?	0,00	?	
F_VORM	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	1,00	0,00	?	1,00	0,00	?	1,00	0,00	0,00	0,00	
F_TARV_M	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	
F_TARV_V	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F_TARV_K	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F_TARV_S	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F_AKAIVE	0,10	1,90	2,00	5,80	2,70	3,20	0,10	0,13	?	?	0,70	15,00	3,94	1,90	0,10	?	?	15,00	3,94	1,90	0,10	?	?	1,90	0,10
F_MIKR	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	
F_VAIK	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F_KESK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	
F_SUUR	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
AEG_O	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
KVAL	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	
AEGN	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
MYYK	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	
FRISK_V	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	
FRISK_K	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
FRISK_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
FRISKN	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
FRISKDIV	?	?	0,00	?	1,00	1,00	?	?	?	?	0,00	1,00	0,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	?	0,00	0,00	?	?	?	
FROLLN	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	
F_TV	0,00	0,60	?	3,80	?	3,00	0,00	?	?	0,01	?	0,05	1,80	3,20	0,10	?	?	0,05	1,80	3,20	0,10	?	?	0,10	
F_E_01	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	
F_E_02	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F_E_03	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F_E_04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F_PANUS_S	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	
F_PANUS_F	0,00	0,00	0,00	0,00	0																				

LISA 6: järg

KOOD / ID	082250	1 082250	2 082252	1 082252	2 082253	1 082253	2 082254	1 082254	2 082255	1 082255	2 082256	1 082256	2 082257	1 082262	2 082263
SUGUN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
ID_VANUS	53	45	49	30	51	42	50	53	49	41	28	47	50	38	
IKAMI	1 994	1 990	1 992	2 003	1 998	1 994	1 990	1 992	1 993	1 993	2 003	1 997	1 997	1 993	2 004
F_ASUTAJA	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
IBV_UN	5,00	5,33	3,00	3,67	4,67	5,33	4,67	4,33	4,00	4,67	3,67	4,00	4,33	4,67	4,00
IBV_BE	5,00	4,50	4,50	5,50	5,00	5,00	4,50	4,50	3,50	4,50	4,50	5,50	6,00	4,50	5,00
IBV_TR	4,50	3,00	4,00	3,50	4,00	5,00	4,00	4,50	3,50	5,50	5,00	4,00	5,50	3,50	3,50
IBV_CO	5,50	1,50	3,00	4,00	3,50	2,50	4,00	4,00	2,00	5,00	4,50	3,00	4,00	4,00	2,00
IBV_SE	5,00	2,50	2,50	2,00	3,50	4,00	4,50	5,00	4,50	4,00	4,00	2,00	2,00	2,50	5,50
IBV_PO	3,00	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,50	3,00	2,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,50
IBV_AC	2,50	1,50	2,00	3,50	3,50	2,50	2,50	3,00	3,50	2,00	4,50	6,00	2,50	3,00	6,00
IBV_HE	1,50	4,00	4,00	4,50	3,00	2,50	2,00	3,00	4,00	3,50	2,50	3,50	4,00	2,50	5,00
IBV_ST	2,50	5,00	3,50	3,00	5,00	4,00	2,50	4,00	3,50	4,50	2,50	4,50	5,00	3,00	5,50
IBV_SD	4,00	5,00	3,50	6,00	5,00	5,50	4,00	4,00	4,50	4,50	3,50	6,00	5,50	5,50	6,00
IVIN_04	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FPY	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
VVT_1	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVT_2	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00
VVT_3	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
VVT_4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVS_01	1,00	?	?	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	5,00	1,00	1,00	1,00	3,00
VVS_02	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	4,00
VVS_03	3,00	5,00	?	4,00	5,00	?	3,00	4,00	1,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	2,00
VVS_04	2,00	3,00	?	1,00	1,00	?	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	3,00	2,00	2,00	1,00
VVS_05	5,00	?	?	3,00	3,00	5,00	4,00	2,00	4,00	4,00	2,00	4,00	5,00	5,00	5,00
VKO_01	0,00	0,00	?	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
VKO_02	1,00	1,00	?	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
VKO_03	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VORM	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_M	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_V	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00
F_TARV_K	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
F_TARV_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_AKAIVE	1,90	12,80	4,90	1,70	16,00	6,10	5,37	6,00	6,00	2,90	0,60	1,10	5,40	1,27	0,50
F_MIKR	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VAIK	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00
F_KESK	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
F_SUUR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEG_O	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00
KVAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	1,00	0,00	0,00	1,00	2,00	0,00
AEGN	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
MYK	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	?	?	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00
FRISK_V	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
FRISK_K	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
FRISK_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FRISKN	1,00	0,00	?	1,00	1,00	1,00	1,00	?	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FRISKDIV	?	0,00	?	1,00	0,00	?	0,00	0,00	?	?	?	1,00	?	1,00	1,00
FROLLN	3,00	3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00
F_TV	?	32,00	2,80	?	2,90	?	12,80	1,60	5,00	1,90	?	2,60	?	?	0,20
F_E_01	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
F_E_02	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_E_03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
F_E_04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_S	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
F_PANUS_F	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_SF	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	?	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
F_PANUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_EETIKA	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
F_OSALUS_P	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00
F_OSALUS_K	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	?	1,00	0,00
F_OSALUS_E	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	?	0,00	1,00
F_OSALUS_A	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00
F_OSALUS_S	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_V	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	?	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_OSALUS_M	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
F_OSALUS_EI	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	?	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
F_KOAL	1,00	0,00	?	1,00	?	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	?	0,00	0,00
F_SEOTUS_J	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	?	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
F_SEOTUS_N	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_M	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRO	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
S_HGRUPP_O	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_K	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_T	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AV	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
S_HGRUPP_AR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
S_HGRUPP_AU	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
S_HGRUPP_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
S_HGRUPPN	3,00	3,00	2,00	3,00	2,00	6,00	3,00	6,00	1,00	3,00	6,00	6,00	6,00	3,00	2,00
ID_HUVI	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

LISA 6: järg

KOOD / ID	082263	2	082264	1	082264	2	082266	1	082266	2	082268	1	082269	1	082269	2	082270	1	082270	2	082273	1	082273	2	082275	2	082275	1	
SUGUN	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
ID_VANUS	51		43		40		51		53		38		47		34		40		55		53		29		38		46		64
IKAMI	1 993		1 994		2 006		1 999		2 004		2 006		1 993		2 002		1 990		1 992		1 992		2 004		1 992		2 004		1 992
F_ASUTAJA	1,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00
IBV_UN	5,33		3,67		5,67		4,67		5,33		4,33		4,00		4,33		4,00		6,00		4,67		3,33		5,00		4,00		5,67
IBV_BE	6,00		4,00		6,00		4,50		6,00		5,00		4,50		4,00		6,00		3,50		5,00		5,50		5,50		3,00		4,50
IBV_TR	5,50		4,50		3,00		4,00		5,00		4,00		3,00		4,00		4,00		5,00		2,50		3,50		4,50		4,50		4,50
IBV_CO	1,50		3,50		2,50		2,00		2,50		4,00		2,00		4,00		3,00		5,00		3,00		3,00		4,00		1,50		5,00
IBV_SE	5,00		4,00		4,50		5,00		5,50		4,50		4,50		4,50		5,50		5,50		3,00		3,50		4,00		2,00		2,50
IBV_PO	1,50		3,50		2,50		2,00		3,50		3,00		5,00		3,50		5,00		3,00		3,00		3,00		3,00		4,00		2,50
IBV_AC	1,00		4,00		4,50		2,00		3,50		5,00		5,00		4,00		5,00		2,00		3,50		3,50		5,00		2,00		2,50
IBV_HE	4,00		3,00		5,00		1,50		1,00		5,50		5,00		2,50		4,00		2,00		3,50		4,50		3,50		1,50		1,00
IBV_ST	5,00		4,00		5,00		2,00		1,50		3,50		4,00		3,00		5,00		2,50		3,00		5,50		4,00		1,50		2,50
IBV_SD	4,50		4,50		6,00		4,50		5,50		3,00		6,00		4,50		5,50		5,50		6,00		5,50		6,00		4,50		5,00
IVIN_04	1,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		0,00		0,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00
FPY	0,00		1,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00
VVT_1	0,00		0,00		0,00		0,00		?		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00
VVT_2	1,00		1,00		1,00		1,00		?		1,00		1,00		1,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00
VVT_3	0,00		0,00		0,00		0,00		?		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00
VVT_4	0,00		0,00		0,00		0,00		?		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
VVS_01	?		3,00		2,00		2,00		1,00		1,00		3,00		5,00		?		5,00		2,00		1,00		1,00		2,00		5,00
VVS_02	5,00		4,00		4,00		5,00		4,00		5,00		4,00		3,00		5,00		5,00		5,00		3,00		4,00		3,00		4,00
VVS_03	?		2,00		3,00		4,00		3,00		4,00		2,00		2,00		4,00		5,00		3,00		4,00		3,00		4,00		?
VVS_04	?		1,00		1,00		1,00		2,00		1,00		1,00		1,00		?		5,00		1,00		2,00		2,00		1,00		?
VVS_05	?		5,00		5,00		3,00		5,00		3,00		5,00		4,00		3,00		5,00		4,00		5,00		5,00		5,00		3,00
VKO_01	?		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		0,00		1,00		?		0,00		1,00		0,00		1,00
VKO_02	?		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		?		1,00		0,00		1,00		0,00
VKO_03	?		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		?		0,00		0,00		0,00		0,00
F_VORM	0,00		1,00		0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00
F_TARV_M	1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		1,00
F_TARV_V	0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_TARV_K	0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_TARV_S	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00
F_AKAIVE	0,19		1,90		2,00		0,06		184,50		1,90		3,19		1,20		1,92		2,60		1,50		1,50		63,90		1,90		1,90
F_MIKR	1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		1,00
F_VAIK	0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_KESK	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_SUUR	0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00
AEG_O	1,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00
KVAL	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00
AEGN	1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00
MYK	1,00		1,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00
FRISK_V	0,00		0,00		1,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		1,00
FRISK_K	1,00		1,00		0,00		0,00		0,00		1,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00
FRISK_S	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00
FRISKN	1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00
FRISKDIV	1,00		1,00		1,00		?		1,00		1,00		0,00		?		1,00		?		?		?		1,00		?		0,00
FROLLN	3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		2,00		3,00		3,00		3,00		2,00
F_TV	0,40		?		1,00		?		64,00		0,00		0,60		0,08		0,00		?		0,35		0,10		38,40		?		?
F_E_01	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00
F_E_02	0,00		0,00		0,00		1,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00
F_E_03	1,00		1,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_E_04	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00
F_PANUS_S	1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00		0,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00
F_PANUS_F	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_PANUS_SF	0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_PANUS_EI	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_EETIKA	1,00		1,00		0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00
F_OSALUS_P	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
F_OSALUS_K	0,00		1,00		1,00		0,00		0,00		1,00																		

LISA 6: järg

KOOD / ID	082296 1	082296 2	082298 2	082298 1	082298 3	082299 1	082299 2	082301 1	082301 2	082303 1	082303 2	082305 1	082305 2	082305 3	082306 1
SUGUN	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
ID_VANUS	46	36	40	51	45	47	44	39	26	44	43	48	40	39	23
IKAMI	1 996	2 001	1 991	2 002	2 005	1 991	1 998	1 994	2 006	1 996	1 994	1 993	1 995	2 004	2 006
F_ASUTAJA	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
IBV_UN	4,67	6,00	4,33	3,33	5,67	4,33	5,33	4,67	4,33	4,00	4,00	5,00	2,67	5,33	4,33
IBV_BE	5,50	6,00	5,50	5,00	4,50	6,00	4,50	5,50	5,00	5,50	5,00	4,00	5,00	5,50	5,00
IBV_TR	4,00	3,50	4,50	3,50	3,00	5,00	3,00	3,50	4,00	3,50	3,00	3,50	3,50	4,50	4,00
IBV_CO	3,50	2,00	2,00	3,00	3,00	5,00	2,00	3,00	3,00	3,00	4,50	3,50	2,50	2,50	4,50
IBV_SE	5,50	2,00	3,00	5,00	5,50	2,50	4,50	3,50	4,00	3,00	4,50	3,00	3,00	4,50	3,50
IBV_PO	4,50	2,00	2,50	3,00	2,50	3,50	4,00	2,00	4,50	3,00	5,00	2,50	2,50	3,00	4,50
IBV_AC	4,00	2,50	3,00	2,50	5,00	3,00	4,00	3,50	4,50	3,00	5,00	3,50	2,50	3,00	4,00
IBV_HE	5,00	5,00	4,50	4,00	4,50	5,00	4,50	4,00	5,00	3,00	4,00	3,50	2,50	2,50	3,50
IBV_ST	2,50	6,00	4,00	2,50	4,50	6,00	5,50	5,00	3,00	3,50	4,00	3,50	2,50	3,00	5,00
IBV_SD	3,50	4,50	4,50	3,50	6,00	6,00	5,00	3,50	5,00	5,50	6,00	4,50	5,00	4,50	4,00
IVIN_04	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
FPY	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
VVT_1	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVT_2	1,00	1,00	0,00	1,00	?	1,00	?	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
VVT_3	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	?	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVT_4	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
VVS_01	2,00	1,00	?	2,00	3,00	5,00	5,00	1,00	3,00	2,00	5,00	3,00	2,00	?	2,00
VVS_02	5,00	5,00	?	5,00	5,00	2,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00
VVS_03	3,00	3,00	?	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
VVS_04	1,00	2,00	?	1,00	2,00	4,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	?	1,00
VVS_05	4,00	4,00	?	4,00	1,00	1,00	2,00	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00
VKO_01	0,00	?	1,00	1,00	0,00	?	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
VKO_02	1,00	?	0,00	0,00	0,00	?	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
VKO_03	0,00	?	0,00	0,00	1,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VORM	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
F_TARV_M	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_TARV_V	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00
F_TARV_K	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_AKAIVE	0,06	1,20	7,10	0,19	0,64	0,64	1,20	2,30	0,10	1,90	2,60	2,00	2,00	0,31	0,31
F_MIKR	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_VAIK	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00
F_KESK	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SUUR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEG_O	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
KVAL	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
AEGN	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
MYYK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FRISK_V	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
FRISK_K	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
FRISK_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
FRISKN	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
FRISKDIV	?	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	?
FROLLN	3,00	2,00	3,00	2,00	?	2,00	3,00	3,00	1,00	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00
F_TV	0,06	3,20	?	0,20	0,06	?	0,60	1,79	?	0,96	31,97	7,00	1,11	1,92	0,13
F_E_01	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
F_E_02	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_E_03	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
F_E_04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_S	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
F_PANUS_F	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_SF	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_EETIKA	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00
F_OSALUS_P	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_K	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
F_OSALUS_E	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_S	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_V	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
F_OSALUS_EI	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
F_KOAL	0,00	?	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	?	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_J	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_SEOTUS_N	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_M	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
F_SEOTUS_EI	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRO	1,00	0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
S_HGRUPP_O	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_K	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_T	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AV	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_R	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AU	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
S_HGRUPPN	3,00	4,00	3,00	2,00	2,00	1,00	6,00	6,00	6,00	2,00	6,00	6,00	6,00	6,00	3,00
ID_HUVI	?	?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

LISA 6: järg

KOOD / ID	082306	2 082311	1 082311	2 082312	1 082312	2 082312	1 082313	2 082313	1 082316	2 082316	1 082317	2 082317	1 082318	2 082318	1 082319	2 082319
SUGUN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ID_VANUS	24	41	45	44	46	42	47	48	34	39	37	42	47	47	51	51
IKAMI	2 008	2 005	1 996	1 993	2 006	1 993	1 998	1 997	1 995	2 001	1 998	1 999	1 992	1 992	1 992	1 990
F_ASUTAJA	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
IBV_UN	4,00	3,67	2,00	3,00	4,67	4,67	5,00	3,67	4,67	3,33	4,67	3,67	5,67	5,33	5,00	5,00
IBV_BE	4,00	5,00	4,50	5,50	5,00	5,00	5,00	3,50	6,00	3,50	5,00	5,00	6,00	4,00	5,50	5,50
IBV_TR	3,50	4,50	4,00	2,50	2,50	6,00	4,50	5,00	4,00	1,50	5,00	3,50	6,00	5,50	3,00	3,00
IBV_CO	4,50	5,00	1,50	3,50	5,00	4,00	3,00	6,00	2,00	2,00	4,50	4,00	5,50	4,00	4,50	4,50
IBV_SE	4,50	5,50	4,00	2,50	5,00	4,00	2,00	2,50	3,00	3,50	5,00	4,50	5,00	3,00	4,00	4,00
IBV_PO	4,00	4,50	3,00	4,00	5,50	3,50	3,00	4,00	3,50	4,50	2,00	4,00	3,50	2,50	5,00	5,00
IBV_AC	5,00	5,00	4,50	3,00	4,50	2,00	3,00	3,00	4,50	3,50	3,00	3,50	3,50	2,00	5,00	5,00
IBV_HE	4,50	4,00	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	2,50	6,00	3,50	3,50	3,50	6,00	4,00	2,00	5,50
IBV_ST	3,50	5,00	4,00	5,00	3,00	5,50	4,50	2,00	5,50	3,50	4,00	3,00	5,50	3,50	5,00	5,00
IBV_SD	4,50	5,50	6,00	6,00	6,00	5,50	5,50	6,00	5,00	3,50	4,50	4,50	5,50	4,50	5,00	5,00
IVIN_04	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FPY	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
VVT_1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
VVT_2	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
VVT_3	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVT_4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVS_01	4,00	5,00	4,00	1,00	5,00	2,00	?	5,00	3,00	1,00	5,00	2,00	3,00	2,00	5,00	5,00
VVS_02	5,00	4,00	5,00	4,00	1,00	5,00	5,00	3,00	5,00	4,00	2,00	5,00	4,00	2,00	5,00	4,00
VVS_03	3,00	2,00	2,00	3,00	4,00	3,00	?	1,00	?	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00
VVS_04	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	1,00	?	4,00	?	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
VVS_05	2,00	3,00	3,00	5,00	2,00	4,00	?	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	2,00
VKO_01	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
VKO_02	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
VKO_03	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VORM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
F_TARV_M	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_V	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
F_TARV_K	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_AKAIVE	0,16	0,06	1,90	0,63	1,34	3,77	0,19	4,48	3,20	0,19	0,19	1,28	0,19	2,00	6,39	6,39
F_MIKR	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VAIK	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
F_KESK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SUUR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEG_O	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	?	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
KVAL	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEGN	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
MYYK	0,00	?	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00
FRISK_V	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
FRISK_K	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
FRISK_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FRISKN	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FRISKNV	1,00	1,00	?	1,00	?	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FROLLN	3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
F_TV	0,22	?	0,32	?	0,64	2,00	?	?	3,00	0,10	0,26	0,96	0,16	0,13	3,20	3,20
F_E_01	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_E_02	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
F_E_03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
F_E_04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_S	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
F_PANUS_F	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_SF	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_PANUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_EETIKA	?	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
F_OSALUS_P	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_K	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
F_OSALUS_E	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_A	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_S	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_V	0,00	0,00	1,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
F_OSALUS_M	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_EI	1,00	1,00	0,00	?	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_KOAL	1,00	?	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_J	?	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
F_SEOTUS_N	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_M	?	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_EI	?	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRO	1,00	2,00	2,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
S_HGRUPP_O	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
S_HGRUPP_K	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_T	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AV	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_R	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AU	1,00	0,00	1,00	0,0												

LISA 6: järg

KOOD / ID	082320 1	082320 2	082320 3	082321 1	082321 2	082370 1	082370 2	083973 1	083973 2	083974 1	083974 2	083976 1	083976 2	083988 1	083988 2
SUGUN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
ID_VANUS	45	55	52	44	46	33	41	35	42	27	39	49	52	43	47
IKAMI	1 991	1 992	1 993	1 994	1 992	1 999	1 993	2 006	1 994	2 006	2 000	2 007	2 006	2 003	1 991
F_ASUTAJA	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
IBV_UN	5,67	4,33	3,67	5,33	4,67	4,00	4,67	4,33	3,00	4,33	4,67	4,33	5,00	2,67	4,00
IBV_BE	5,50	5,50	4,00	5,00	5,00	5,00	5,50	4,50	5,00	4,50	4,00	4,50	5,00	2,50	4,00
IBV_TR	2,50	5,50	3,50	3,50	4,00	3,50	5,50	3,00	5,00	3,00	4,00	4,50	4,00	2,50	3,50
IBV_CO	1,00	5,50	3,00	5,00	3,50	2,00	4,00	3,50	4,50	2,50	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00
IBV_SE	2,50	5,50	1,50	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	2,50	2,00	4,50	5,00	4,00	4,50	2,50
IBV_PO	3,00	3,50	3,00	5,50	3,50	5,50	5,00	4,50	4,50	4,00	2,00	4,50	2,00	4,00	2,50
IBV_AC	2,50	5,00	3,00	6,00	3,50	3,50	3,00	5,00	4,50	4,00	2,00	5,00	3,00	4,00	3,00
IBV_HE	2,00	3,00	2,00	3,50	2,50	6,00	6,00	4,50	3,00	4,50	5,00	4,00	2,00	5,00	2,00
IBV_ST	5,00	1,50	3,50	3,00	4,50	5,50	5,00	5,00	5,00	5,50	3,50	3,00	4,50	3,50	4,00
IBV_SD	4,50	6,00	4,00	5,50	5,50	5,00	5,00	6,00	5,00	5,00	4,50	5,50	5,50	3,00	4,50
IVIN_04	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	?	0,00	1,00	1,00	0,00	?
FPY	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
VVT_1	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
VVT_2	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
VVT_3	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
VVT_4	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVS_01	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	1,00	?	4,00	?	3,00	4,00
VVS_02	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	?	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
VVS_03	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	5,00	3,00	4,00	4,00	?	2,00	4,00	2,00	3,00
VVS_04	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	3,00	1,00	3,00	2,00	?	3,00	2,00	1,00	3,00
VVS_05	5,00	5,00	4,00	3,00	5,00	1,00	1,00	5,00	1,00	3,00	5,00	1,00	3,00	4,00	3,00
VKO_01	1,00	1,00	0,00	0,00	?	1,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
VKO_02	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	?	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
VKO_03	0,00	0,00	0,00	1,00	?	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VORM	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
F_TARV_V	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
F_TARV_K	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_S	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_AKAIVE	3,20	16,69	28,77	2,88	3,00	0,29	9,59	6,39	6,39	0,19	0,64	?	0,06	1,92	3,20
F_MIKR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
F_VAIK	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
F_KESK	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SUUR	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEG_O	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
KVAL	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEGN	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
MYK	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
FRISK_V	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
FRISK_K	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
FRISK_S	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FRISKN	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
FRISKDIV	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	1,00	0,00	0,00	?	?	0,00	1,00	?	1,00
FROLLN	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	?	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00
F_TV	63,94	20,01	?	?	5,00	3,20	6,39	0,77	2,56	0,03	?	0,03	?	?	?
F_E_01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	?
F_E_02	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?
F_E_03	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?
F_E_04	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?
F_PANUS_S	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	?	0,00	1,00	1,00	0,00
F_PANUS_F	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_SF	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	?	1,00	0,00	0,00	1,00
F_PANUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_EETIKA	1,00	1,00	0,00	1,00	?	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00
F_OSALUS_P	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_K	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_OSALUS_E	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
F_OSALUS_A	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_S	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	?	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_V	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_EI	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	?	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	?	1,00	1,00	1,00
F_KOAL	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	?	?	1,00	1,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_J	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
F_SEOTUS_N	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_M	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
F_SEOTUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
PRO	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
S_HGRUPP_O	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_K	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_T	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AV	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AR	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AU	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
S_HGRUPPN	6,00	6,00	6,00	6,00	1,00	2,00	5,00	3,00	6,00	4,00	1,00	5,00	5,00	6,00	6,00
ID_HUVI	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00

LISA 6: järg

KOOD/ID	083989 1	083989 2	083991 1	083991 2	084528 1	084528 2	090148 2	082265 1	082265 2	098181 1	098181 2
SUGUN	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ID_VANUS	32	28	70	52	44	39	38	26	27	74	50
IKAMI	2 004	2 008	1 991	1 993	1 993	2 005	2 004	2 006	2 006	1 998	2 002
F_ASUTAJA	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
IBV_UN	2,33	4,00	5,33	4,67	5,00	4,00	4,33	4,00	4,67	4,33	3,67
IBV_BE	4,50	4,50	5,50	4,00	4,50	3,50	5,00	4,50	5,00	5,00	3,50
IBV_TR	3,50	3,00	2,50	3,50	5,00	3,50	4,00	2,00	2,50	4,50	3,50
IBV_CO	3,50	4,00	4,50	3,50	4,00	2,00	4,50	4,50	4,00	3,50	1,50
IBV_SE	1,50	4,00	3,50	3,50	6,00	3,00	5,50	3,50	3,50	5,50	4,00
IBV_PO	4,50	1,50	4,00	3,00	3,00	3,50	4,50	5,00	5,50	3,50	4,50
IBV_AC	4,00	2,00	4,50	4,00	3,50	3,50	4,50	5,00	5,00	3,00	1,00
IBV_HE	4,00	3,00	2,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,50	3,50	3,00	3,50
IBV_ST	5,50	5,00	2,50	4,00	3,00	5,00	4,00	4,50	4,00	2,00	4,50
IBV_SD	6,00	5,50	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,50	4,00	6,00
IVIN_04	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
FPY	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	?
VVT_1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
VVT_2	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
VVT_3	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVT_4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VVS_01	3,00	3,00	2,00	5,00	5,00	?	4,00	5,00	5,00	?	5,00
VVS_02	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	3,00	4,00	?	4,00
VVS_03	5,00	2,00	4,00	2,00	3,00	?	2,00	1,00	3,00	5,00	3,00
VVS_04	3,00	1,00	1,00	3,00	?	?	1,00	4,00	2,00	?	2,00
VVS_05	3,00	4,00	3,00	1,00	?	?	3,00	2,00	1,00	4,00	1,00
VKO_01	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	?
VKO_02	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	?
VKO_03	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?
F_VORM	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	?	?	0,00	0,00
F_TARV_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_TARV_V	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00
F_TARV_K	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_TARV_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_AKAIVE	0,32	0,29	1,92	4,48	0,64	1,90	?	0,80	0,80	0,51	4,48
F_MIKR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_VAIK	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
F_KESK	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SUUR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEG_O	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00
KVAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AEGN	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
MYYK	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	?	1,00	0,00	0,00	1,00
FRISK_V	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
FRISK_K	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
FRISK_S	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FRISK_N	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00
FRISKDIV	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	?	0,00	0,00	?	0,00
FROLLN	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00
F_TV	?	0,26	?	?	3,00	1,90	?	?	0,35	0,03	28,77
F_E_01	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00
F_E_02	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
F_E_03	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_E_04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_S	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
F_PANUS_F	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_PANUS_SF	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_PANUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_EETIKA	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00
F_OSALUS_P	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
F_OSALUS_K	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
F_OSALUS_E	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
F_OSALUS_A	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_S	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_V	?	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_M	?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00
F_OSALUS_EI	?	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	?	1,00	1,00	1,00	1,00
F_KOAL	?	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	?	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_J	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
F_SEOTUS_N	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_M	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F_SEOTUS_EI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRO	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00
S_HGRUPP_O	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_K	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_T	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_AV	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_R	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
S_HGRUPP_AU	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
S_HGRUPP_M	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
S_HGRUPPN	2,00	4,00	6,00	6,00	6,00	3,00	3,00	3,00	7,00	6,00	5,00
ID_HUVI	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00

**DISSERTATIONS DEFENDED AT
TALLINN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY ON
*ECONOMICS***

1. **August Aarma**. Segmented Analysis of Bank Customers and Banking Information: Estonian Case. 2001.
2. **Enn Listra**. The Development and Structure of Banking Sector: Retail Banking in Estonia. 2001.
3. **Tatyana Põlajeva**. The Comparative Analysis of Market's Attractiveness. 2001.
4. **Tuuli Tammeraid**. Modeling Flow of Funds for Estonia. 2002.
5. **Ivo Karilaid**. The Choice in General Method for Investment and Performance Evaluation. 2002.
6. **Hele Hammer**. Strategic Investment Decisions: Evidence from Survey and Field Research in Estonia. 2003.
7. **Viljar Jaamu**. The Methods and Instruments for Solving the Banking Crisis and Development of the Banking Sector in Estonia. 2003.
8. **Katri Kerem**. From Adoption to Relationships: Internet Banking in Estonia. 2003.
9. **Ly Kirikal**. Productivity, the Malmquist Index and the Empirical Study of Banks in Estonia. 2005.
10. **Jaanus Raim**. The PPP Deviations between Estonia and Non-Transitional Countries. 2006.
11. **Jochen Sebastian Heubischl**. European Network Governance – Corporate Network Systematic in Germany, the United Kingdom and France: an Empirical Investigation. 2006.
12. **Enno Lend**. Transpordiühenduse ja logistikasüsteemi interaktsioon (Saaremaa ja Hiiumaa näitel). 2007.
13. **Ivar Soone**. Interrelations between Retail Service Satisfaction and Customer Loyalty: A Holistic Perspective. 2007.
14. **Aaro Hazak**. Capital Structure and Dividend Decisions under Distributed Profit Taxation. 2008.
15. **Laivi Laidroo**. Public Announcements' Relevance, Quality and Determinants on Tallinn, Riga, and Vilnius Stock Exchanges. 2008.

16. **Martti Randveer**. Monetary Policy Transmission Channels, Flexibility of the Economy and Future Prospects of the Estonian Monetary System. 2009.
17. **Kaire Põder**. Structural Solutions to Social Traps: Formal and Informal Institutions. 2010.
18. **Tõnn Talpsepp**. Investor Behavior and Volatility Asymmetry. 2010.
19. **Tarmo Kadak**. Creation of a Supportive Model for Designing and Improving the Performance Management System of an Organisation. 2011.
20. **Jüri Kleesmaa**. Economic and Environmental Effects of Electricity Production in Estonia. 2011.
21. **Oliver Parts**. The Effects of Cosmopolitanism on Estonian and Slovenian Consumer Choice Behavior of Foreign *versus* Domestic Products. 2011.
22. **Mart Nutt**. Eesti parlamendi pädevuse kujunemine ja rakendamine välissuhetes. 2011.
23. **Igor Novikov**. Credit Risk Determinants in the Banking Sectors of the Baltic States. 2011.