

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Kristiina Maaste

**INIMESE ISIKSUSEOMADUSTE JA ORGANISATSIOONI
ÕPPIMISVÕIME MÕJU ORGANISATSIOONIKULTUURILE
TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOLI MAJANDUSTEADUSKONNA
BAKALAUREUSEÕPPE TÖÖTAVATE TUDENGITE NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Õppekava TABB, peeriala juhtimine ja töökorraldus

Juhendaja: Virve Siirde, MSc

Tallinn 2019

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 8664 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Kristiina Maaste

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: TABB155155

Üliõpilase e-posti aadress: k.maaste@gmail.com

Juhendaja: Virve Siirde, MSc

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
1. ISIKSUSEOMADUSTE JA ORGANISATSIOONI ÕPPIMISVÕIME SEOS ORGANISATSIOONIKULTUURIGA: KIRJANDUSE ÜLEVAADE.....	7
1.1. Isiksuseomaduste käsitlused	7
1.2. Õppimisvõime käsitlused	14
1.3. Organisatsioonikultuuri käsitlused	19
2. UURINGU METODIKA	25
2.1. Valim ja andmete kogumine	25
2.2. Andmete analüüs	25
3. UURINGU TULEMUSTE ARUTELU JA JÄRELDUSED.....	27
3.1. Muutujaid iseloomustavad keskväärtused ja standardhälbed	27
3.2. Isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri vahelised seosed	28
3.3. Organisatsiooni õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahelised seosed	30
3.4. Soolised seosed uuritavate muutujatega	32
3.5. Tulemuste arutelu ja järeldused	34
KOKKUVÕTE	38
SUMMARY	40
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	42
LISAD	49
Lisa 1. Küsimustik.....	49

LÜHIKOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö autori eesmärgiks on välja selgitada töötajate isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri ning organisatsiooni õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahelised seosed. Eesmärgist tulenevalt püstitab autor järgmised uurimisküsimused:

- millist mõju avaldavad töötaja isiksuseomadused organisatsioonikultuurile,
- millist mõju avaldab organisatsiooni õppimisvõime organisatsioonikultuurile.

Organisatsioonikultuuriga seoste leidmiseks viib autor läbi uuringu kasutades kvantitatiivset uurimismeetodit, täpsemalt ankeetküsimustikku. Töö uurimisobjektiks on Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna eesti keelse bakalaureuseõppe töötavad tudengid, seda sellepärast, et nemad puutuvad oma õppetöös kokku organisatsioonikultuuri käsitlevate kursustega ning peaksid suutma seda paremini mõista ning seeläbi ka usaldusväärsemaid vastuseid andma. Tudengid vastavad küsimustikule, milles käsitletakse nende endi isiksuseomadusi ja töökoha õppimisvõimet ning organisatsioonikultuuri. Kokku vastas küsimustikule 207 töötavat tudengit.

Uuringust selgus, et tudengite isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri vahelised seosed on nõrgad või väga nõrgad, kuid ühtne negatiivne seos esineb sotsiaalsusel ja solidaarsusel neurootilisusega. Ainsa isiksuseomadusena avaldab arvestatavat mõju vaid meelegiindlus ning sedagi vaid solidaarsusele. Seosed töötavate tudengite ettevõtete õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahel on olemas ning positiivsed, olles tugevamad just solidaarsuse osas. Mõju avaldavad mitmed õppimisvõime dimensioonid ning seda nii sotsiaalsusele kui ka solidaarsusele. Majandusteaduskonna töötavate tudengite vastustele tuginedes võib üldiselt öelda, et parema organisatsioonikultuuri loomiseks on oluline pöörata tähelepanu just organisatsiooni õppimisvõimele.

Võtmesõnad: isiksuseomadused, viie faktori mudel, organisatsiooni õppimisvõime, organisatsioonikultuur, sotsiaalsus ja solidaarsus.

SISSEJUHATUS

Tänapäeva tingimustes, kus uusi ettevõtteid tuleb igapäevaselt juurde, on väga oluline leida see miski, mis aitaks üha kasvavas konkurentsisis püsima jääda ning seejuures ka kasumit teenida. Ettevõtted otsivad endile parimaid lahendusi jõudmaks kindlale pinnale ettevõtlusmaastikul. Ühe olulise konkurentsieelisenä saab kasutada organisatsioonikultuuri (Rebane, 2018). Töötajate omavahelised suhted võivad olla tunduvalt olulisema tähendusega kui varemalt, sest üha enam on neid organisatsioone, kus töötavad erinevast rahvusest inimesed. Solidaarsus, kui ühise eesmärgi nimel töötamine, on väga oluline edu saavutamisel. Teema aktuaalsus seisneb organisatsioonikultuuri olulisuses ettevõtte edukusele, mida on praeguses maailmas üha keerulisem saavutada tänu suurele konkurentsile. Seetõttu on töö autor seisukohal, et tänu organisatsioonikultuurile on ettevõtetel võimalik saavutada edu oma tegevuses.

Positiivse ja tugeva organisatsioonikultuuri loomine ei ole lihtne ülesanne. See nõuab ettevõtte juhtkonnalt aega ning tööd. Autor on seisukohal, et on olemas selliseid tegureid, mis võivad avaldada mõju organisatsioonikultuuri tekkimisele ja parendamisele. Antud töös käsitletakse organisatsioonikultuuri võimalike mõjuritena Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna töötavate tudengite isiksuseomadusi, täpsemalt suure viisiku teooria isiksuseomadusi, ja organisatsiooni õppimisvõimet. Töö autor valis antud teema seepärast, et tegemist on väga huvitava ning ettevõtetele uusi väljavaateid pakkuva teemaga, olles abiks edu saavutamisel. Lisaks on valitud teema kasulik autorile, sest puudutab otseselt ettevõtte juhtimist ning täpsemalt personalijuhtimist, mis on osa töö autori peerialast.

Bakalaureusetöös uurib autor, millist mõju avaldavad isiksuseomadused ja organisatsiooni õppimisvõime organisatsioonikultuurile, milline on nende seoste suurus ning suund. Saadud tulemused on olulised, sest aitavad ettevõtjatel mõista organisatsioonikultuuri olulisust. Lisaks kui peaks muutujate ja organisatsioonikultuuri vahel esinema positiivseid seoseid, siis on võimalik ettevõtjatel saadud teadmisi kasutades tugevdada organisatsioonikultuuri läbi mõne vaadeldava muutuja parendamise.

Töö eesmärgiks on tuua välja seosed majandusteaduskonna töötavate tudengite isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri ning nende tudengite organisatsioonide õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahel, leidmaks, milliste teguritega on võimalik tugevdada organisatsioonikultuuri, et tagada ettevõtte üldine edu.

Töö eesmärgi saavutamiseks on püstitatud kaks uurimisküsimust:

- a. Kuidas mõjutavad töötaja isiksuseomadused organisatsioonikultuuri?
- b. Kuidas mõjutab organisatsiooni õppimisvõime organisatsioonikultuuri?

Uuringu läbiviimiseks valis töö autor kvantitatiivse uurimismeetodi. Tudengid täidavad küsimustiku, milles on käsitletud suure viisiku isiksuseomadusi, organisatsiooni õppimisvõime nelja dimensiooni ning organisatsioonikultuuri kahte dimensiooni. Uurimaks eelnimetatud leitakse keskväärtused ja standardhälbed. Seoste leidmiseks organisatsioonikultuuriga viiakse läbi korrelatsioon- ja regressioonanalüüs.

Töö uurimisobjektiks on Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna eesti keelse bakalaureuseõppe töötavad tudengid. Uurimisobjekt on sobiv mitmel põhjusel. Esiteks on Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna uuritavate tudengite arv piisavalt suur. Teise põhjusena võib tuua majandusteaduskonna tudengite eeldatava teadlikkuse ning oskuse hinnata oma töökoha ettevõtte erinevaid aspekte, mida antud töös on käsitletud.

Töö koosneb kolmest peatükist. Esimeses peatükis kirjutab töö autor isiksuseomaduste, organisatsiooni õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri käsitlustest läbi erinevate autorite tööde. Tuuakse välja erinevad teooriad ning mudelid. Enim pööratakse tähelepanu töös kasutatud mudelitele. Teises peatükis antakse ülevaade uuringus kasutusel olevast valimist ja andmete kogumise protsessist. Kirjeldatakse kasutatud uurimismetoodikat ja tuuakse välja, milliseid andmeid kirjeldavaid analüüse töös kasutatakse. Kolmandas peatükis käsitletakse uuringust saadud tulemusi. Töö autor kirjeldab saadud tulemusi ja toob välja kõik olemasolevad seosed. Eraldi toob töö autor välja töötavate mees- ja naistudengite kirjeldava statistika näitajad (keskväärtuse ja standardhälbe) vaadeldud muutujate osas. Lisaks arutleb autor saadud tulemuste üle ning teeb nende põhjal järeldusi.

1. ISIKSUSEOMADUSTE JA ORGANISATSIOONI ÕPPIMISVÕIME SEOS ORGANISATSIOONIKULTUURIGA: KIRJANDUSE ÜLEVAADE

1.1. Isiksuseomaduste käsitlused

Inimesed erinevad üksteisest mitmete erinevate parameetrite alusel. Üheks selliseks parameetriks on isiksuseomadused. Isiksuseomadusi saab kirjeldada kui abstraktseid ja püsivaid kalduvusi mõtlemises, tunnetuses ja kindlates olukordades käitudes. Neid võib nimetada ka üldisteks kalduvusteks olla õnnelik, närviline, korralik või meelekindel. Isiksuseomadusi ei ole võimalik otseselt jälgida, kuid nende olemasolust saab ettekujutuse, toetudes indiviidi mõtetele, tunnetele ja käitumisele (Allik, 2002). McCrae & Costa (1996) sõnul koosneb inimese isiksus isiksuseomaduste ja dünaamiliste protsesside süsteemist, mis mõjutab inimese individuaalset psühholoogilist toimimist.

20. sajandi teisel poolel märkasid mitmed psühholoogid (Leary, 1957; Kiesler, 1983; Wiggins & Broughton, 1985), et inimesed erinesid üksteisest neile omaste sotsiaalsete käitumuslike muustrite poolest. Leiti ka mitmeid vastandlikke seisukohti inimloomuses, mida hakati kasutama isiksusteooriate võrdlemiseks (Hjelle & Ziegler, 1976). Kuid selleks, et isiksusele lähenemist saaks nimetada väljatöötatud teooriaks, on mitmeid eelduseid. Uue generatsiooni isiksuste teooriat peaks iseloomustama andmepõhisus, tema sobivus rikkalikku kontseptuaalsesse süsteemi, mis sisaldab mitmeid hüpoteese ning samal ajal laseb teha prognoose, kuid olles ka võimeline ühendama näiliselt teineteisest kaugeid nähtusi. Lisaks on väga oluline, et empiiriliselt kogutud andmed oleksid arusaadavalt ja selgelt lahti seletatud (Allik, 2002).

Inimese isiksus väljendub kultuuris, sotsiaalsuses ning inimestevaheliste suhetena, millest kaks viimast lähtuvad alati inimese individuaalsest isiksusest (Costa & McCrae, 2012). 1975. aastal leiti, et temperamentsust väljendavad omadused nagu näiteks ekstravertsus, on päritavad (Eaves & Eysenck, 1975). On ka teisi, kes on leidnud, et isiksuseomadused võivad tuleneda geneetikast

ja lisaks sellele ka keskkonnast (Plomin & Daniels, 1987), kuid olles kord juba väljakujunenud, olenemata nende allikast, kirjeldavad need indiviidi ja mitte olukorda (McCrae & Costa, 1996). Samas on mitmed uuringud näidanud, et nn. uue generatsiooni isiksusetooriate kohaselt ei ole keskkonnateguritel peaaegu mingit mõju inimeste isiksuseomadustele (Loehlin & Nichols, 1976; Eysenck, 1990; Riemann et al., 1997; McCrae & Costa, 1996).

Mitmed teoreetikud on isiksuse uurimisel suunanud oma tähelepanu inimesest väljapoole ning hoopis inimsuhetele (McCrae & Costa, 2012). Üks sellistest teoreetikutest, Carson, defineeris isiksust lähtuvalt inimsuhetest, öeldes, et isiksust võib iseloomustada kui indiviidide omavaheliste suhete seaduspärasusi (Carson, 1969).

Ühe vanima ning seejuures ka tähtsaima isiksuseomaduste teooria ehk diferentsiaalpsühholoogia tõi 1900. aastal välja William Stern. Antud teooria kohaselt on võimalik mõista universaalset inimloomust kui püsivate individuaalsete erinevustega isiksuseomaduste kogumit (Markov, 2017). Üks tuntumaid isiksuseomaduste uurijaid, Eysenck, eelistas tõlgendada mõnevõrra algelisemaid ja veel kindlaks tegemata sisuga faktoreid (Eysenck, 1967), keskendudes pigem üldistele isiksuseomadustele. Tema katsed isiksuse tõlgendamiseks olid mõjutatud nii varasematest teoreetikutest kui ka juba loodud küsimustikest (Eysenck & Eysenck, 1985). Cattell, kellel on samuti tähtis osa isiksuseomaduste määratlemisel, kasutas optimaalseid analüütilisi protseduure erinevate faktorite määratlemiseks ning muutis neid võimalikult lihtsaks (Cattell, 1978). Ta keskendus primaarsetele omadustele ning teda võib pidada mitmete uute faktoranalüüsi tehnikate (nagu näiteks *Scree test*) loojaks (Cattell, 1962).

McCrae ja Costa on loonud viie faktori teooria ehk suure viisiku teooria kirjeldamiseks individuaalsete isiksuse erinevuste struktuuri (McCrae & Costa, 1996). Allik ja teised leiavad, et antud teooria on mitmes mõttes kasulik ning kasutatav, seades põhieesmärgiks inimekäitumise üldiste seaduspärasuste uurimise (Allik et al. 2003).

Isiksusetooriate üheks põhiliseks erinevuseks on inimeste ratsionaalsuse mõistmine. Ratsionaalsuse all peetakse silmas inimeste enesemõistmise võimet ning võimet mõista ka end ümbritsevaid inimesi. Enamik isiksuse teste või küsimustikke on küllaltki ratsionaalsed, lastes inimesel ennast ise kirjeldada ning ka tõlgendades vastuseid rohkem või vähem sõna-sõnalt (McCrae & Costa, 1996).

Isiksuseomaduste uurijad on veetnud aastakümneid üritades kokku lugeda olulisemaid isiksuseomadusi (Costa & McCrae, 2012). Raymond Cattell (1973) jõudis oma uurimustes välja 16 faktori mudelini, mis tõi välja erinevaid individuaalseid muutujaid, mida McCrae (2011) pidas siiski mõtetult keeruliseks. Eysenck'id kasutasid kolme faktoriga mudelit, mis algselt koosnes vaid kahest faktorist. Esialgu olid nendeks ekstravertsus-introvertsus ja neurootilisus. Kolmanda faktorina lisandus aastaid hiljem eelpool mainitud kahele veel agressiivsus. (Eysenck & Eysenck, 1975).

Väga laialdaselt on viimasel ajal kasutusel viie faktori mudel, mis jaotab isiksuseomadused viieks – ekstravertsus, sotsiaalsus, meelegindlus, neurootilisus ja avatus uutele kogemustele (McCrae & Costa, 1996). Kuid ka McCrae ja Costa viie faktori teooria koosnes algselt hoopis kolmest faktorist (neurootilisus, ekstravertsus ja avatus uutele kogemustele), mida nad peale mõningast Goldberg'i (1983) ja Digman'i (1990) poolt saadud tagasisidet kahe lisafaktoriga (sotsiaalsus ja meelegindlus) täiendasid (Ashton & Lee, 2005).

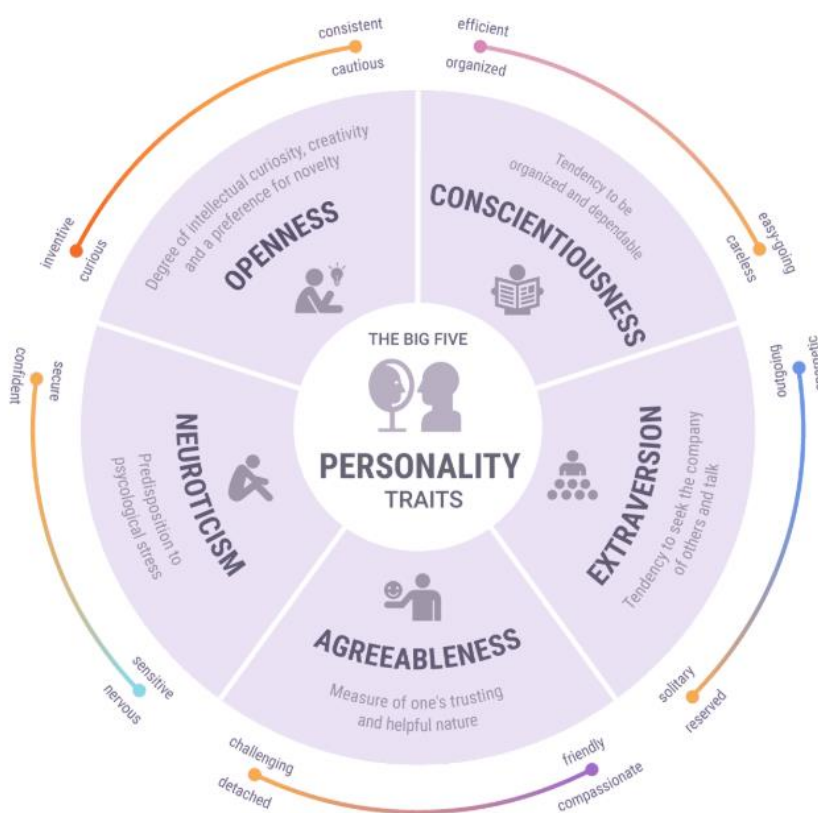
Jerry S. Wiggins (1979) tuli välja meetodiga, mida kutsutakse IAS-iks (Interpersonal Adjective Scales). Selleni jõudmiseks võttis ta sõnaraamatust välja kõik suhtlemist iseloomustavad omadussõnad ning koondas need kokku. Hans J. Eysenck oli esimene, kes viis varasemast tunduvalt ulatuslikumalt läbi isiksuseomaduste küsimustiku täitmise erinevast kultuurist ning erinevat keelt rääkivate inimeste seas, tehes seda 25 erinevas riigis. Antud uuringu tulemus näitas, et inimese isiksus on kultuuride ülene ehk olenemata räägitavast keelest, kultuurist või rassist, ilmnedid ikka samad isiksuseomadused hoolimata vastaja asukohast. (Eysenck, 1997).

Võib öelda, et isiksuse määratlemiseks välja töötatud küsimustikke, on rohkelt, kuid mitmete selliste puhul on keeruline ikkagi mõista, mida neis täpsemalt mõõdetakse. Küsimused on sõnastatud tihti nii, et neid on võimalik mõista mitmel erineval viisil. Siiani ei ole ka teada, mis võib toimuda vastaja peas küsimustele vastamise ajal. (Angleitner et al., 1986).

Antud töös on aluseks võetud McCrae ja Costa poolt välja toodud viie faktori mudel. Selle edasiarendus on saanud nimeks viie faktori teooria, mille eesmärgiks on selgitada inimese arengut ning käitumist. (Costa & McCrae, 2012). McCrae ja Costa on ise loodud süsteemi kirjeldanud kui

isiksuse kontseptualiseerimise tulemust, mis on mõjutatud rikkalikust teoreetilisest ning metateoreetilisest taustast (McCrae & Costa, 1996). Nad on toonud ka välja, et käsitletavad isiksuseomadused on inimesele omased hoolimata isiku kultuurilisest taustast, need on pärilikud, neid on võimalik hinnata küsimustike või väljaõpetatud küsitleja hinnangutele tuginedes ning need on valdavalt püsivad läbi indiviidi täiskasvanu eluea (McCrae & Costa, 2008).

McCrae ja Costa käsitus koosneb viiest põhifaktorist, milleks on neurootilisus, ekstravertsus, avatus kogemustele, meelekindlus ja sotsiaalsus. Viie faktori mudel on välja toodud ka joonisel 1.



Joonis 1. Viie faktori mudel McCrae ja Costa järgi
Allikas: Vital (2019)

Indiviidid, kes kalduvad neurootilisusele, on altimad kogema just halbu või ebameeldivaid emotsioone nagu seda on hirm, viha, masendus ja häbi. Sellised emotsioonid võivad lõpuks hakata rikkuma inimeste omavahelisi suhteid ning on ka leitud, et just neurootikutest inimestel on enim probleeme inimsuhetega. (McCrae & Costa, 2012). Neurootilisuse avaldumist võib näha ka

inimese kalduvuses depressioonile, vaenulikkusele ja impulsiivsuse kontrollimatuses (Allik et al. 2003).

Neurootikud keskenduvad olukorra hindamisel pigem negatiivsetele aspektidele kui positiivsetele. Nad kogevad tihedamini armukadedust ning neid häirib, kui nad tunnevad, et keegi on neist parem. (Psychologist World, 2019a). Neurootilised inimesed võivad teistest sagedamini kasutada ebasobivat reageerimist teistega suhtlemisel ja seda sellepärast, et nad peavad tihti hakkama saama segadusttekitavate emotsioonidega (McCrae & Costa, 1987). Scollon ja Diener (2007) on leidnud, et indiviidi kalduvus neurootilisusele hakkab vanuse kasvades vähenema, kui ka nende rahulolu oma elutingimustega paraneb. Lisaks on leitud, et neurootilisust esineb naistel sagedamini kui meestel, kuid vanuse kasvades ka see erinevus väheneb (Weisberg et al., 2011).

Inimesed, kes kalduvad ekstravertsusele tunnevad end mugavamalt just rahvarohketes kohtades. Neid iseloomustab positiivsete emotsioonide kogemine, aktiivsus, enesekindlus ja põnevuse otsimine (Allik et al, 2003; McCrae & Costa, 2012). Nad on vastutulelikud, jutukad ning tunnevad end õnnelikena, kui satuvad kasvõi tundmatute inimestega koos olles tähelepanu keskpunkti. Neile meeldib uute inimestega kohtuda ja tutvuda, samuti võtta juhtimine enda kätte, kui keegi teine seda ei tee. Ekstravertidele meeldib omada suurt tutvusringkonda. Nad rahuldavad oma tähelepanuvajadust, astudes vestlusesse tundmatute inimestega või juhtides teisi töökohal läbi keeruliste ülesannete, mis annab neile ka ühtlasi tunde, et nad on midagi saavutanud (Psychologist World, 2019b).

Ekstravertide vastanditeks on introverdid, kellel vastupidiselt ekstravertidele on vähem sõpru ning tutvusi, kuid olemasolevad suhted on tugevad ja püsivad. Selle asemel, et nautida seltskonnas viibimist, on nad tunduvalt rahulolevamad üksi olles. Introverdid on vaiksed, intellektuaalsed ja mõtlikud. (Psychologist World, 2019b). Jung (1921) leidis, et ekstraverte köidavad enim just välised mõjurid. Lisaks oli ta seisukohal, et ekstraverdid suunavad oma energiat väljapoole ehk teistele inimestele, samas kui introverdid suunavad oma energia sissepoole, keskendudes pigem üksikutele, kuid läbimõeldud tegevustele. On ka leitud, et noortel, kuid juba täiskasvanueas indiviididel esineb rohkem ekstravertsust kui vanemas eas inimestel (Allik, 2002).

Inimesed, kes on enam avatud uutele kogemustele tunnevad suuremat huvi ümbritseva maailma ja samas ka iseenda siseelu vastu (Allik et al. 2003), nautides oma mugavustsoonist välja tulemist ja

otsides uusi, ebatavalisi ja tundmatuid kogemusi. Neile meeldib reisida veel tundmatutesse paikadesse, tutvuda erinevate kultuuride ja tavadega. Suurema avatusega inimesed on enam vastuvõtlikud ka uudsete ja omapäraste seisukohtade ning ideede osas, olles valmis katsetama veel läbiproovimata tegevusi. Nad seavad ennast rohkem sellistesse olukordades, kus neil on võimalik saada uusi teadmisi. (Psychologist World, 2019c).

McCrae ja Costa (1987) on iseloomustanud indiviide, kellel on kaldumus suuremale avatusele uute kogemuste osas kui julgeid, originaalseid, suure kujutlusvõimega ning laia huvideringiga inimesi. Nad näevad iseend kui keskmisest suurema intelligentsusega indiviide (McCrae & Costa, 1987). Weisberg ja teised kirjeldavad avatud inimest kui kedagi, kellel on loovust, kujutlusvõimet, intellektuaalset uudishimu ning kes hindab esteetilisi kogemusi (Weisberg et al, 2011). Uuringud on näidanud, et vanemad inimesed leiavad end olevat vähem avatud, seda selle pärast, et mida vanemaks saadakse, seda vähem ollakse valmis kaasa minema uute ideede või uute asjade katsetamisega (Costa et al, 1986). Lisaks on leitud, et naised on meestest rohkem avatumad uutele kogemustele (Weisberg et al, 2011).

Meelekindlus avaldub soovide ja impulsside kontrollimises, tegevuste ette planeerimises ning organiseerituses (Allik et al, 2003). Meelekindlad inimesed on pigem oma eesmärkide saavutamisele orienteeritud ning ambitsioonikad nii õppimises kui ka töös. Neid pole vaja sundida eesmärke seadma, seda teevad nad omal algatusel, suunates kogu oma energia seatu saavutamisele. Nad on töökad indiviidid ning nende kolleegid võivad neid isegi töönarkomaanideks nimetada (Psychology World, 2019d). Meelekindlusele kalduvad inimesed tunnevad end mugavamalt, kui on ettevalmistunud ning oma asjad eelnevalt organiseerinud. Seda ka neid ümbritseva osas. Nende peale saab küllaltki kindel olla ja nad hilinevad väga harva tähtsatele kohtumistele. Neid võib tihti näha kalendermärkmikuga, millest nad jälgivad oma ülestähendatud ajakava ning tulevase plaane (Psychology World, 2019d).

On leitud, et meelekindla inimese eesmärkide saavutamisele orienteeritus võib ühel hetkel vägagi hästi ära tasuda. Müügiosakonnas läbiviidud uuring näitas, et meelekindlad töötajad suutsid teha tunduvalt rohkem müüke kui nende mitte nii meelekindlad kolleegid (Barrick et al, 1993). Ka eelarve pidamine on iseloomulik just neile. Olenemata sellest, kas tegemist on nende magamistoaga, töölaua või kontoriga, need on üldiselt puhtad ning esinduslikud. Meelekindel inimene mõistab,

millist mõju avaldab tema käitumine teda ümbritsevatele inimestele. Nad tunnevad isegi teatavat vastutust teiste inimeste ees (Psychology World, 2019d).

Meelekindlad inimesed teavad hästi, millist mõju võivad avaldada nende sõnad teistele, seega jälgivad nad hoolega, mida ja kellele ütlevad (Psychology World, 2019d). Seega võib öelda, et nad on teiste inimeste suhtes empaatilisemad (Melchers et al, 2016). On leitud, et meelekindlad inimesed satuvad vähem liiklusõnnetustesse ja seda just tänu nende omase ettevaatliku käitumise pärast (Arthur & Graziano, 1996). Samuti on ilmnunud, et meelekindlamad inimesed elavad kauem kui mitte meelekindlad (Friedman et al, 1993). Van den Akker (2014) on jõudnud ka järeldusele, et meelekindlus kasvab koos vanusega.

Sotsiaalset inimest iseloomustavad leplikkus, omakasupüüdmatlus, abivalmidus, teiste usaldamine, eelistades inimsuhetega seonduvaid tegevusi. Samas eeldab selline inimene, et talle vastatakse teiste poolt samaga. (Allik et al, 2003). Sotsiaalse inimese eesmärgiks võib pidada teistele meelejärgi olemist ja nende aitamist. Nähes kedagi kehvemas olukorras, on nad kohe valmis aitama. Neile sobib hästi meeskonnas töötamine. Nad on sõbralikud, tolerantsed ja küllaltki kannatlikud. Konflikte üritavad vältida, kuid neisse sattudes püüavad nad leida pigem kiireid lahendusi, kui et oma seisukohtade juurde jääda. Tihti peale nimetatakse sotsiaalseid inimesi ka lepitajateks või rahutegijateks, sest nad püüavad teha vaherahu, nähes kedagi teist vaidlemas (Psychologist World, 2019e).

Sotsiaalsus ei ole aga alati eelis. Kuigi selline omadus võib aidata inimesel meeskonnas tegutseda, on see üsna kasutu individuaalsete ülesannete puhul (Psychologist World, 2019e). Sarnaselt meelekindlusega on ka sotsiaalsuse suurenemine seotud vanuse suurenemisega (Donnellan & Lucas, 2008).

Viie faktori mudelil on mitmeid eeliseid teiste sarnaste käsitluste ees, üheks peamiseks neist on terviklikkus ehk antud käsitlus muudab varieeruvused mõistetavaks. Inimesed ei ole täielikult unikaalsed, kuigi neil on nende individuaalsus. (McCrae & Costa, 1996). Suure viisiku mudeli puhul on McCrae & Costa (1996) endi sõnul tegemist ühe võimsa tööriistaga indiviidi kirjeldamiseks, olles võimeline ühendama isiksuse erinevaid tasandeid, kasutades selleks empiirikat. Võib ka öelda, et ühe või mitme isiksuseomadusega suurest viisikust on sisuliselt seotud iga olemasolev isiksuseomadus (McCrae & Costa, 1995). Samuti on igal omadusel tugev

seotus psühholoogilise kirjandusega (McCrae & Costa, 1996). Efektiivseks majandamiseks on väga oluline teada töötajate isiksuseomadusi, sest see aitab kaasa õige inimese õigele töökohale valimisel (Shahrier, 2016).

1.2. Õppimisvõime käsitlused

Organisatsiooniliste muudatuste läbi viimist on vaja õppida. Selleks tuleb organisatsiooni liikmetel omandada uusi oskusi, muuta oma hoiakuid ja käitumisviise. Kuid mitte ainult inimesed ei pea ennast täiendama, seda tuleb teha ka organisatsioonidel, et olla võimelised muutuma väliskeskkonnast lähtuvalt (Alas, 2002).

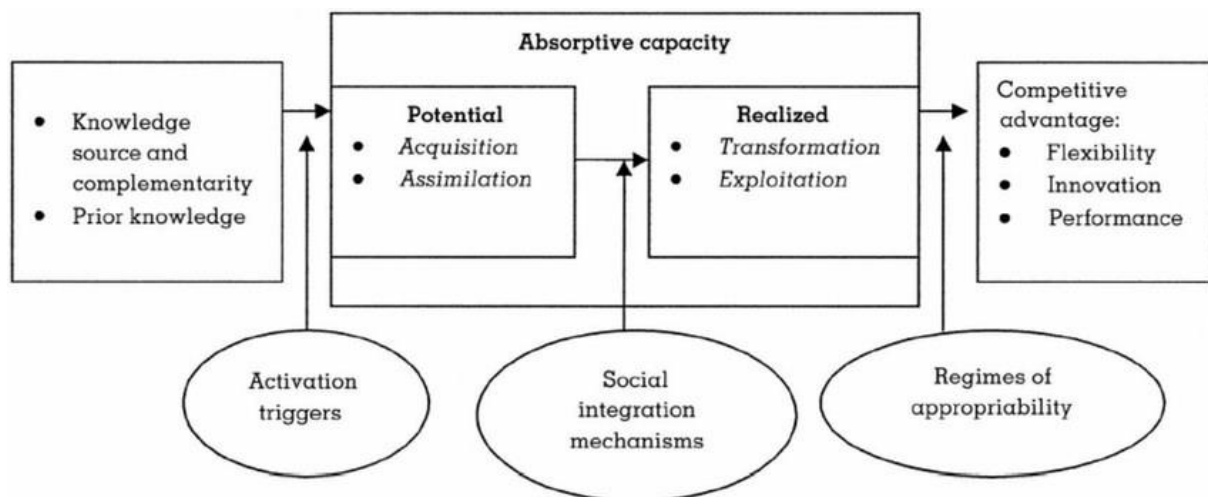
Võime midagi teha, sisaldab endas ning seob kokku mitmeid oskusi ja ressursse, võimaldades seeläbi määratletud ülesannete õigeaegset ning tõhusat lõpule viimist (Helfat & Peteraf, 2003; Miller, 2003). Õppimist saab määratleda kui uute teadmiste omandamist ja läbi selle uute väljavaadete loomist ning kasutamist (Helfat & Peteraf, 2003). O'Connor ja Narayanan (2010) leiavad, et uute väljavaadete leidmisele, mida ja kuidas paremini teha, paneb kindlama aluse see, mida rohkem organisatsioon ja selle juhid õpivad. See on äärmiselt oluline, aidates juhtidel näha erinevaid strateegilisi võimalusi, andes ülevaate turgudest ning aidates leida uusi põhjus - tagajärg seoseid. Nii tootmis- kui ka teenindustevõtetes sõltutakse suures osas suutlikkusest kombineerida erinevate gruppide poolt välja pakutud kompetentse (Teece et al, 1997), mis annavad organisatsioonile võimaluse tegutseda efektiivsemalt nüüd ja kohe ning samas valmistuda tulevikus ees ootavaks (Esterby-Smith & Lyles, 2011).

Õppimisvõime teooria kohaselt muudab uute teadmiste kaasamine organisatsiooni innovaatilisemaks ja paindlikumaks ning aitab saavutada paremaid tulemusi, andes õppimisvõimet rakendavatele ettevõtetele konkurentsieelise (Miles, 2012). Teooria eelduseks on, et organisatsioonil on juba olemas mingisugune teadmiste baas, sest ilma selleta ei suudeta ka uusi teadmisi rakendada. Kui ettevõttel igasugune teadmiste baas puudub, siis võib neid nimetada „lukus“ olevateks, mis võib viia ka organisatsiooni loominguilisuse hävinemiseni (Schumpeter, 1942).

Õppimisvõime termini tema tänapäevases mõistes võtsid esimesena kasutusele Wesley M. Cohen ja Daniel A. Levinthal, kelle kohaselt on tegemist organisatsiooni võimega tunda ära uue ettevõttevälise teabe väärtust, seda teavet omandada ning rakendada vastavalt organisatsioonilistele eesmärkidele (Cohen & Levinthal, 1989, 1990). Oma mudelis eristasid nad kahte õppimisvõime poolt – loomist ja omandamist, mille kohaselt teadmiste omandamise kulud suurenevad, kui õppimisvõime langeb, kuid teataval määral on vaja omada õppimisvõimet, et üldse midagi luua. Eelnevalt mainitud kaks poolt jagunesid kolmeks dimensiooniks, milleks on väliste teadmiste leidmine, nende organisatsioonisisene omandamine ning viimasena teadmiste rakendamine (Cohen & Levinthal, 1990).

Cohen'i ja Levinthal'i teooriat arendasid osaliselt edasi Zahra ja George (2002), kes samuti mõistsid uute teadmiste omandamise ning kasutamise väärtust, väites, et õppimisvõime on osa organisatsiooni rutiinidest, kombineerides olemasolevaid ressursse ning ettevõtte suutlikkust nii, et luuakse alus uute võimete ülesehitamiseks. Nad leidsid, et õppimisvõime tuleks jagada varemalt välja toodud kolme dimensiooni asemel nelja (joonis 2), viidates, et kaks esimest neist on potentsiaalset õppimisvõimet ning kaks viimast realiseerunud õppimisvõimet iseloomustavad näitajad. Potentsiaalseks ja realiseerunud õppimisvõimeks jagamine tulenes ettevõtete erinevusest ehk osad ettevõtted suudavad suurepäraselt uusi teadmisi leida, kuid hiljem ei oska nendega midagi kasulikku edasi teha (Baker, Miner & Eesley, 2003).

Potentsiaalse õppimisvõime dimensioonideks on teadmiste ja info hankimine ning oskus neid teadmisi ning infot omandada. Realiseerunud õppimisvõime jaguneb uue ja vana info ning teadmiste kokkusobitamise oskuseks ja kõige uue omandatu rakendamise võimeks (Zahra & George, 2002). Igal eelnevalt välja toodud dimensioonil on oma kindel eesmärk, kuid kui esineb puudujääke kasvõi ühes neist, võib tagajärjeks olla ettevõtte üldise innovaativuse nõrgenemine (O'Connor & Narayanan, 2010).



Joonis 2. Õppimisvõime Zahra ja George järgi
Allikas: Simeon (2015)

Teadmiste ja info hankimine kujutab endast ettevõtte võimet ära tunda ja hankida just selliseid väliseid teadmisi, mis on ettevõtte tegevuseks olulised. Selleks, et mõista, milliseid teadmisi organisatsioon vajab, peavad väga hästi olema teada ettevõtte väljavaated, strateogia ja tooteportfell. On oluline, kuidas ettevõtte hindab arenguvõimalusi turgudel ning võimalikke tehnoloogilisi suundumusi. Teadmine, kes ja milliste teadmiste üle kontrolli omavad ning kuidas nendeni jõuda, teeb võimalikuks nende allikatega ühinemise ning uute kasulike suhete loomise, mis aitaks kaasa teadmiste liikumisele (O'Connor & Narayanan, 2010).

Saab välja tuua kaks tegurit, mis võivad mõjutada organisatsiooni uute teadmiste hankimisel. Nendeks on saadaolevate teadmiste kogus, nendeni jõudmise raskused ja neile tehtavad kulutused (Miles, 2012). Kuid alati jääb organisatsioonidele ka võimalus selle kõigeni jõuda läbi traditsioonilise turumehhanismi ehk neid sisse ostes (O'Connor & Narayanan, 2010).

Järgmise sammuna peale teadmiste hankimist, tuleb panustada rohkelt ka saadu omandamisesse, mis seisneb ettevõtte rutiinides ja protsessides, et töödelda, vajadusel tõlgendada ning mõista uusi teadmisi (Kim, 1998). Kuna teatud tüüpi teadmiste omandamine on teistest kulukam, siis pooldavad ettevõtted panustada neisse, kui need on võimalikult odavam kätte saada. Uute teadmiste omandamise kohta on välja toodud üks huvitav seos, nimelt, mida rohkem saavad konkurendid kasu uute teadmiste omandamisest, seda vähem ollakse motiveeritud ise uutesse teadmistesse panustamast (Miles, 2012).

Uute teadmiste omandamine teeb võimalikuks uue ja vana info kokkusobitamise, mis viitab ettevõtte võimele luua vajalikke teadmisi läbi oma rutiinide ja protsesside arendamise, integreerimise või töötlemise (Garud & Nayyar, 1994). Zahra ja George (2002) on ise antud dimensiooni kirjeldanud kui ettevõtte võimet lisada, eemaldada, segada ja muundada uut infot vastavalt vajadustele ehk selliste rutiinide arendamist, mis teevad olemasolevate ja uute teadmiste ühendamise lihtsamaks ning tulevikus kasutuskõlblikuks.

Uute teadmiste organisatsioonisisene kohandamine teeb võimalikuks neljanda dimensiooni ehk omandatu rakendamise (Zahra et al, 2007). See kujutab endast ettevõtte suutlikkust läbi omandatud ja kohandatud teadmiste täiustada ja ulatuslikumalt ära kasutada olemasolevaid kompetentse. Tegemist on võimega muuta organisatsioonis kasutusel olevaid rutiine ja protsesse, kasutades selleks uusi saadud teadmisi (Zahra & George, 2002).

Marquez-Ramos ja Martínez-Zarzoso (2010) on uurinud ja testinud õppimisvõime nelja dimensiooni ettevõtte tasandil, et näha, kas neil on mingisugust mõju arenenud riikides tegutsevate ettevõtete kaubandusotsustele. Nad on leidnud, et õppimisvõimel on tõesti oluline mõju nii ekspordi kui ka impordiga seonduvatele otsustele.

Murovec ja Prodan (2009) on leidnud, et eksisteerib kahte erinevat sorti õppimisvõimet. Üheks neist on nõudlust suurendav õppimisvõime, mis kujutab endast klientidelt, konkurentidelt, tarnijatelt ja teistelt turuga seotud allikatelt saadud uusi teadmisi. Teiseks on teadusele toetuv õppimisvõime, mis tähendab, et uued teadmised on ammutatud uuringutest ja teistest teaduslikest allikatest nagu näiteks raamatutest, ajakirjadest, konverentsidelt või messidelt ning mitmetest teistest akadeemilistest allikatest (Von Hippel, 1988; Murovec & Prodan, 2009). Et olla piisavalt tõhusad ning innovaatilised oma tegevustes, peavad organisatsioonid tuginema mõlemale eelpool mainitud õppimisvõimele (Murovec & Prodan, 2009).

Õppimisvõime mõiste sisu kui selline ei ole ajaga eriti muutunud, kuid erineva rõhuasetusega on seda siiski defineeritud. Camisón ja Forés (2010) on nimetanud õppimisvõimet organisatsiooni dünaamiliseks oskuseks, mis läbi väljast tuleva informatsiooni juhtimise, laseb organisatsioonil nii tõsta kui ka hoida oma konkurentsieelist. Jansen ja teised (2005) leiavad, et organisatsiooni suutlikkus üha suurenevas konkurentsisis ellu jääda ja saavutada oma ärilisi eesmärke, tuleneb tema võimest ära tunda, omaks võtta ja rakendada väliseid teadmisi. Samas kokkupuude uute

teadmistega ei tähenda, et neid kohe ka edukalt suudetaks kaasata. Selleks on omakorda vaja organisatsioonisiselt välja töötada mehhanisme, mis võimaldaksid toime tulla iga õppimisvõime dimensiooniga (Jansen et al, 2005).

Õppimisvõime eesmärgiks peetakse organisatsioonis kehtivate käitumisviiside arvu suurendamist läbi kättesaadavate teadmiste muundamise (Probst & Büchel, 1997). Organisatsiooni õppimisvõime lihtsustab nii uute teadmiste kogumist kui ka nende kasutamist, seega on tegemist äärmiselt olulise võimega pääseda ligi organisatsiooni jaoks immateriaalset vara kujutavale teadmistepagasile, et saavutada oma tegevuses edu. Samas sõltub see ka olemasolevast teadmiste tasemest, mis tegelikkuses on aluseks uute teadmiste leidmisele ning nende töötlemisele (Tsoukatos et al, 2018). On leitud, et organisatsiooni õppimise näol on tegemist organisatsioonisiseste vigade leidmise ning nende parandamise protsessiga (Argyris, 1977). Levitt ja March (1988) on väitnud, et õppimine sõltub organisatsiooni varasematest tegevustest ning aitab jõuda oma eesmärkide saavutamiseni.

Õppimisvõimet peetakse organisatsiooni sisemiseks muutumiseks, mis kajastub nii erinevates protsessides, struktuurides ning indiviidide tõekspidamistes (Snell & Shak, 1998). Õppimisvõime on tihedalt seotud organisatsioonilise arenguga, võimekuse rajamisega ning organisatsioonilise õppimisega (Zahra et al, 2006). Flatten ja teised (2011) nimetavad õppimisvõimeks väliste teadmiste väärtuse ära tundmise, uute teadmiste omandamise ja analüüsi ning saadud teadmiste ärilistel eesmärkidel kohandamise oskust. On toodud välja, et õppimisvõime aitab muundada välistest allikatest saadud infot organisatsioonile kasulikeks ideedeks, toodeteks ja teenusteks (Zahra & George, 2002; Zahra et al, 2007). Organisatsiooni õppimisvõimel on väga oluline osa terve ettevõtte jaoks, mõjutades seda, milliseid teadmisi organisatsiooni kaasata, kuidas neid parimal võimalikul viisil omandada ja konkurentsieeliseks kasutada (Lane et al, 2006).

On ka neid, kellele Zahra ja George poolt välja toodu ei meeldi. Näiteks Todorova ja Durisin (2007) leiavad, et õppimisvõime esimene samm peaks olema uute teadmiste väärtustamine, sest tihti ei olda võimelised uut infot märkama ega ka vastu võtma tulenevalt ettevõtte olemasolevast teadmistebaasist, jäikusest või sõltuvalt valitud suundumustest (Gavetti & Levinthal, 2000; Tripsas & Gavetti, 2000). Samuti on Todorova ja Durisin (2007) väitnud erinevate dimensioonide vahel esinevate keerukate seoste üle, tuues välja, et kõik neli dimensiooni võivad üksteist mõjutada ning üks ei pruugi viia teiseni.

Aktiivsemalt kalduvad uusi teadmisi otsima ja kaasama just need ettevõtted, kus õppimisvõime on suurem. Enamus uutest teadmistest tuleb läbi kellegi teise ideede, kui et ise millegi uuega välja tulemise (March & Simon, 1993), kuid teiste poolt loodu edukaks kohandamiseks peab siiski ettevõttel endal olema arusaam, kuidas laenatud kasutada.

Jeffrey A. Miles (2012) leiab, et teadmised võivad tulla neljast erinevast allikast: ettevõtte paneb rõhku oma enda teadus- ja arendustegevusele; uusi teadmisi tuletatakse enda hetkel kasutusel olevatest tööoperatsioonidest; uusi teadmisi laenatakse teistest organisatsioonidest või allikatest; ettevõtte nõustab sisse uusi teadmisi läbi uute töötajate palkamise, uute seadmete omandamise või koolituste kasutamise töötajatele uute meetodite õpetamiseks. Ettevõtte võime uut teavet leida ning kasutada, oleneb suurel määral ka ettevõttes töötavate inimeste õppimisvõimest, kuid samas ei saa organisatsiooni õppimisvõimet panna võrduma seal töötavate inimeste õppimisvõimetega. Töötajad on need, kes saavad kas vältida või aidata kaasa uute teadmiste kaasamisele (Miles, 2012).

1.3. Organisatsioonikultuuri käsitlused

Organisatsioonikultuur võib olla üheks suurimaks konkurentsieeliseks, kuid samas ka üheks tõsisemaks takistuseks organisatsiooniliste eesmärkide saavutamisel. Organisatsioonikultuur on miski, mis annab ettevõttele tema isikupära (Rebane, 2018).

Antud teemat on käsitletud väga palju ning seeläbi ka erinevaid sisulisi tõlgendusi leidub ohtralt. Organisatsioonikultuuri on nimetatud meelte kollektiivseks programmeerimiseks, mis aitab ühe grupi liikmeid eristada teistest gruppidest (Hofstede, 1984). Organisatsioonikultuur kujutab endast konstruktsiooni, mis tuleneb organisatsiooni asukohale vastavast kultuurist (Hofstede, 1980). 1985. aastal jõudsid Maanen ja Barley järeldusele, et organisatsioonikultuuri näol on tegemist lahenduste kogumiga probleemidele, mis on erinevatel aegadel organisatsioonis esile kerkinud. Mõned aastad hiljem kirjutasid Cooke ja Rousseau (1988), et organisatsioonikultuur on organisatsiooni ühised veendumused ning väärtushinnangud, mis juhivad töötajate mõtlemist ja käitumist.

Organisatsioonikultuuri on nimetatud kogukonnaks, olles üles ehitatud ühiste huvidel ja vastastikustele kohustustele, parendamaks omavahelist koostööd, sõprussuhteid ning näidates inimeste üksteisesse suhtumist (Goffee & Jones, 1996). Organisatsioonikultuuri võib käsitleda kui kollektiivset mõtlemisviisi organisatsioonis (Youngblood, 1997). Edgar Schein (1999) kirjeldab organisatsioonikultuuri kui algarusaamade kogumit, milleni on grupp inimesi jõudnud, kellegi teise poolt loodu omaks võtnud või ise välja töötanud ning seda läbi organisatsioonisisese lõimumise ja väliskeskkonnaga kohanemise. Schein (1999) leiab ka, et organisatsioonikultuur on õpitav läbi grupiviisilise tegevuse.

Organisatsioonikultuuri võib seletada kui väärtuste, normide, hoiakute ning põhimõtete kogumit, millest organisatsioon lähtub oma igapäevases tegevuses (Vadi, 2000) ning see sõltub organisatsiooni liikmete arusaamadest grupi protsesside kohta (Vadi et al. 2002). Sarnaselt Vadiga on Florentina ja Georgiana (2012) defineerivad organisatsioonikultuuri kui aja jooksul kujunenud ühiste väärtuste, normide, hoiakute ja põhimõtete kogumit, mis teeb võimalikuks ettevõtte funktsionaalsuse ning eduka tegevuse.

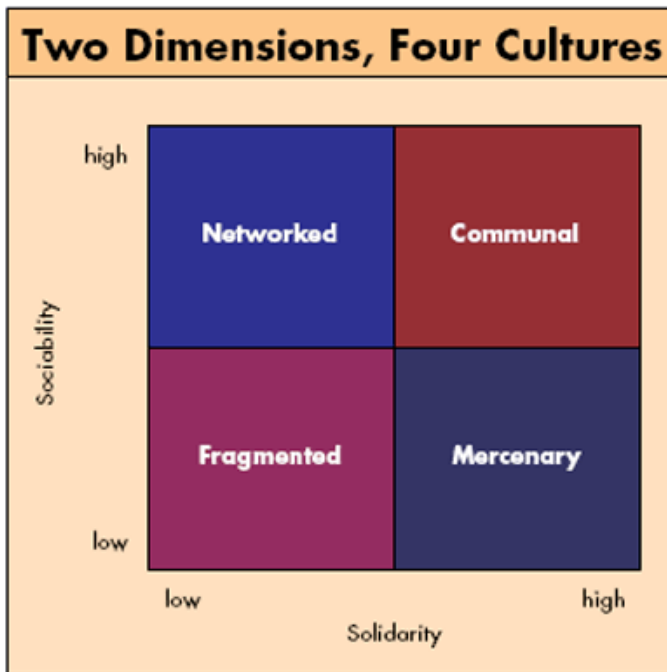
Organisatsioonikultuuri saab seletada kui organisatsioonisisest kollektiivset tegevust (Machado & Carvalho, 2008) või hoopis kui organisatsiooni isikupära, mida iseloomustab selge eneseväljendus, organisatsioonis ühiselt loodud eetika ja väärtused, ühiste eesmärkide teadmine ning nende nimel töötamine, enesekontroll ja põhjus olemasoluks (Montgomery, 2006). Seda peetakse kui liimiks, mis ühendab erinevaid grupe, määratledes inimkogukonna tema üksikisikute ning sotsiaalsete organisatsioonidega (Mooij, 2005). Organisatsioonikultuur sisaldab endas reegleid, traditsioone ning sotsiaalsete praktikate omavahelisi seoseid (Curtin & Gaither, 2007). Seda on nimetatud ettevõtte uskumuste ja väärtuste komplektiks (Florentina & Georgiana, 2012).

On ka väidetud, et organisatsioonikultuuri kui sellist pole üldse võimalik täpselt kirjeldada (Hatch & Zilber, 2011). Kuna aga organisatsioonikultuuri määratlemine on pigem subjektiivne ning seda mõistetakse pigem vastavalt kontekstile, siis defineeritaksegi seda erinevalt ja lähtudes püstitatud uurimisprobleemist (Lilienberg, 2015).

Liikudes edasi organisatsioonikultuuri erinevate mudelite juurde, on ka siin mitmeid erinevaid käsitlusi. On kasutatud kolmekihilist mudelit, mille üheks nn kihiks on artefaktid ehk ettevõtte nähtav osa, teiseks kihiks deklareeritud väärtused ehk teadlikult kujundatud osa ettevõttest ning viimaseks kihiks baasarusaamad ehk alateadlikud uskumused, mõtlemis- ja tunnetusviisid (Schein, 1992; 1999). On teisigi, kes leiavad organisatsioonikultuuri jagunevat kolmeks, eristades tavasid ja igapäevaseid harjumusi, väärtusi ning viimasena „DNA-d“ ehk organisatsiooni iseloomu (Flamholtz & Randle, 2012). Organisatsioonikultuuri on jagatud ka neljaks. Roger Harrison (1995) on jaganud organisatsioonikultuuri nelja tüüpi, milleks on organisatsiooni võimule orienteeritus, rollile orienteeritus, ülesandele orienteeritus ja isikule orienteeritus.

Küllaltki laialdaselt on kasutusel Cameron'i ja Quinn'i (2011) kahel dimensioonil põhinevat mudelit, mis jaguneb omakorda veel neljaks alatüübiks. Nendeks on: klann - osavõtt ning meeskonnatöö; adhokraatia - ettevõtlikus ja dünaamilisus; hierarhia - formaliseeritus ning pikk struktuur; turg - väliskeskonna vaenulikkus ja kliendid valivad (Tsilke, 2014). Kahel dimensioonil põhinevat mudelit on kasutanud ka Goffee ja Jones'i (1996). Nemad keskenduvad enim just inimsuhetele organisatsioonis, kasutades selleks sotsiaalsuse ja solidaarsuse dimensioone. Need kaks dimensiooni moodustavad omakorda neli organisatsioonikultuuri tüüpi (joonis 3), milleks on võrgustatud, kogukondlik, fragmenteeritud ning omakasupüüdlik organisatsioon. Antud töös kasutatakse Goffee ja Jones'i mudeli üldiseid dimensioone ehk sotsiaalsust ning solidaarsust.

Kuigi Goffee ja Jones eristavad organisatsioonikultuuris kahte dimensiooni- sotsiaalsust ja solidaarsust- siis võivad need kaks siiski segamini minna, sest antud kontseptsioon kattub kohati. Sotsiaalsed tööalased suhted võivad tihtipeale peegeldada suhteid sõpradega, kolleegidevahelist solidaarsust, mõlemat eelmainitud või hoopis mitte kumbagi. Kuid kui töökaaslased suhtlevad ka väljaspool tööd, siis võib nende suhtlus olla töökoha solidaarsuse laiendus või hoopis märk sügavast või väga lähedasest sõprussuhtest. Kuid organisatsioonikultuuri korrektseks tuvastamiseks ja selle sobivuse määratlemisest ärialases keskkonnas on vaja õigesti hinnata sotsiaalsust ning solidaarsust ja neid kui erinevaid mõõtmeid (Goffee & Jones, 1996).



Joonis 3. Organisatsioonitüübid Goffee ja Jones'i järgi
 Allikas: Harvard Business Review (1996)

Organisatsioonisisese sotsiaalsuse all peavad Goffee ja Jones (1996) silmas siirast sõbralikkust ja hoolivust organisatsiooni liikmete vahel ning valmisolekut kaastöötajate toetamiseks. Inimestel on sarnased ideed, suhtumine erinevatesse asjadesse, ühised huvid ja nad hindavad samu asju. Inimesed aitavad üksteist, suhtlevad, jagavad oma emotsioone ja lugusid, naeravad ja ka nutavad koos, ilma et neile oleks ette seatud mingeid tingimusi või kohustusi seda teha.

Kõrge sotsiaalsus annab organisatsioonidele mitmeid eeliseid nagu näiteks töötajate endi kinnitus sellele, et neile meeldib sellises keskkonnas töötada, aidates kaasa ühtekuuluvustunde loomisele ja meeldiva meeleolu püsimisele. Sotsiaalsusel on positiivne mõju ka loovusele sest soodustab meeskonnatööd, informatsiooni jagamist, uute ideede julget väljapakkumist ning aitab töötajatel endid vabamalt väljendada ja mõelda nii õelda karbist välja poole. Lisaks loob sotsiaalsus keskkonna, kus inimesed hakkavad suurema tõenäosusega rohkem tööd tegema, kui nende ülesanded tegelikult ette näevad. Seda selleks, et aidata oma kolleegidel samuti edu saavutada (Goffee & Jones, 1996).

Kõrge sotsiaalsus võib ka tagasilööke tuua, sest kui kõik on omavahel sõbrad, siis vallandamise või halvasti täidetud ülesannete eest vastutusele võtmine saavad väga keerulised olema. Lihtsam on „silm kinni pigistada“ ning vabandusi leida. Samuti on kõrge sotsiaalsusega organisatsioonides tihtipeale valdavaks kompromisside tegemine probleemide lahendamisel ja mitte parima lahenduse kasutamine. Seda seetõttu, et sõbrad ei taha sageli teineteisele vastu rääkida või üksteist kritiseerida. See võib aga viia eesmärkide, strateegiate või hoopis töö tegemisega seotud arutelude vähenemiseni, olles kahjulik kogu organisatsioonile. On ka võimalik, et häid organisatsioonisiseseid suhteid hakatakse enda huvides ära kasutama, mõjutades seeläbi tervet organisatsiooni (Goffee & Jones, 1996).

Solidaarsus väljendub organisatsiooni liikmete võimel saavutada kiiresti ning efektiivselt ühiselt seatud eesmärke, sõltumata isiklikest sidemetest ning suhetest. Töötajate vahelised suhted põhinevad pigem ühiste ülesannete täitmisel, vastastikustel huvidel või ühistel eesmärkidel, mis toovad kasu kõigile osapooltele (Goffee & Jones, 1996).

Kõrge solidaarsusega organisatsioonide põhiliseks näiteks on ametiühingud. Professionaalide solidaarsus väljendub ka kiires koondumises, kui peaks ilmuma väljast poolt organisatsiooni mingisugune konkurent. Kuid sama tihti esineb solidaarsus üksteisest erinevate indiviidide või gruppide vahel ning seda ei ilmesta pidevad sotsiaalsed suhted (Goffee & Jones, 1996).

Solidaarsusel on organisatsioonides oluline koht. Solidaarsus aitab kaasa suure strateegilise fookuse saavutamisele, kiirele reageerimisele konkurentsiolukorras ja mitesobivatesse töötulemustesse negatiivsele suhtumisele. Kui organisatsiooni strateegia on õigesti paika pandud, siis võib solidaarsus olla märkimisväärselt tõhus abiline edu saavutamisel (Goffee & Jones, 1996).

Solidaarsust võib tõsta karm kord, sest kui kõik peavad järgima rangeid standardeid, siis võib tekkida kõigil võrdselt raskusi, mis omakorda aitab kaasa kogukonna tunde tekkimisele, baseerudes ühiselt läbielatud kogemustel. Lisaks, kui kõigile töötajatele kehtivad ühised ja kõrged standardid, siis on nad võimelised saavutama väga tugeva usalduse oma organisatsiooni suhtes. Seda sellepärast, et kõiki koheldaks õiglaselt ning võrdselt ja eelistatud või seotud töötajatele ei tehta erandeid. Ajaga võib sellisest usaldusest välja kasvada lojaalsus organisatsiooni vastu ning eesmärkidesse ja ülesannetesse panustamine (Goffee & Jones, 1996).

Kuid ka solidaarsusel on organisatsioonilises mõttes negatiivseid külgi. Strateegiale keskendumine on hea, kuid vaid senikaua, kui on tegemist õige strateegiaga, vastasel juhul võib solidaarsuse puhul tegemist olla organisatsiooni enesetapuga. Kõrge solidaarsusega organisatsioonides toimub töötajate vaheline koostöö vaid siis, kui nende jaoks saadav kasu on selgelt määratletud, sest enne kohustuste võtmist või otsust, kui palju tööd teha, uurivad inimesed, mida nemad sellest saavad, ning kui vastus sellele küsimusele on ebaselge või vastuse saamine võtab aega, siis pigem loobutakse. Lisaks tasub mainida, et kõrge solidaarsusega organisatsioonides on töötajate ülesanded ja rollid väga selgelt arusaadavad (Goffee & Jones, 1996).

Organisatsioonikultuuri mõistmine on väga oluline. Selle mõistmine aitab mõista teiste organisatsiooniliikmete käitumist, nende erinevusi ning ka seda, miks on neid nii keeruline muuta. Võib olla kõige olulisema asjana aitab see inimesel mõista iseennast ning näha põhjuseid, miks on soov just sellesse organisatsiooni kuuluda (Schein, 2004).

Schein (2004) leiab, et lisaks ühistele normidele, väärtustele, traditsioonidele, käitumuslikele mustritele ja nii edasi, on oluline pöörata tähelepanu ka organisatsiooni struktuuri stabiilsusele, sügavusele (mida sügavamalt on ühist kultuuri juurutatud, seda stabiilsem see ka on), laiaulatuslikkusele (ühine kultuur peab olema võimeline katma kõiki organisatsiooni gruppe ja funktsioone) ning ühtsetele mustritele või integratsioonile (iga osa organisatsioonist on seotud ühtseks tervikuks). Organisatsioonikultuur peaks olema väga oluline organisatsioonide jaoks, sest omab tugevat mõju organisatsioonide tulemuslikkusele ja pikaajalisele tõhususele (Cameron & Quinn, 2006).

2. UURINGU METOODIKA

2.1. Valim ja andmete kogumine

Antud töös on valimiks Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna eesti keelsete erialade bakalaureuseõppe töötavad tudengid. Küsitletute erialadeks on Ärindus, Rakenduslik majandusteadus ning Avalik haldus ja riigiteadused. Iga eriala puhul koguti vastuseid kõigilt kolmelt kursuselt. Küsimustikule vastas kokku 334 tudengit, kellest 127 ei tööta ning valimina läks arvesse 207 vastust. 207 töötavast tudengist 141 on naised ja 66 mehed.

Andmete kogumiseks kasutas töö autor professor Mait Rungi koostatud küsimustikku, mida kasutati õppeaine Äriuuringud raames, ja mille töö autor kohandas antud bakalaureusetöö tarbeks. (vt Lisa 1). Küsimustik saadeti laiali kasutades internetikeskkonda Google Forms, kuid väga väikese vastuste hulga tõttu (kokku 16 vastust) otsustas töö autor, juhendajaga kooskõlastanult, hakata vastuseid koguma paberkandjal. Vastuseid koguti ajavahemikul esimesest märtsist kuni 14.nda aprillini.

2.2. Andmete analüüs

Andmete analüüsi teostas töö autor andmetöötlusprogrammiga MS Excel 2016. Uurimisküsimustega seoses küsiti töötavatelt tudengitelt nende isiksuseomaduste, organisatsioonide õppimisvõime ning organisatsioonikultuuri kohta käivat infot. Lisaks sisaldas küsimustik ka vastaja profiili ja ettevõtte tulemusi käsitlevat osa. Viimase jättis töö autor teadlikult tööst välja, sest mingeid seoseid analüüsides ei selgunud.

Andmeanalüüsis on välja toodud kirjeldava statistika näitajatest keskväärtnus ja standardhälve. Korrelatsioonanalüüsiga tuuakse välja isiksuseomaduste ning organisatsioonikultuuri ja õppimisvõime ning organisatsioonikultuuri vahelised seosed, nende tugevus ja suund. Regressioonanalüüsiga leitakse isiksuseomaduste ja õppimisvõime mõju organisatsioonikultuurile.

Isiksuseomaduste kohta esitati 10 küsimust mis jagunesid viieks erinevaks isiksuseomaduseks. Seda seetõttu, et oleks võimalik saada võimalikult adekvaatseid vastuseid. Iga omaduse kohta käis üks iseloomustav väide ning üks sama omaduse vastandit iseloomustav väide. Vastata sai skaalal 1-7, kus „1“ – ei ole üldse nõus, „2“ – ei ole nõus, „3“ – pigem ei ole nõus, „4“ – neutraalne, „5“ – pigem olen nõus, „6“ – nõus, „7“ – olen täiesti nõus. Vastand omaduste skaalad teisendati positiivsetega samale skaalale, selleks asendati olemasolevad vastused järgnevalt: 1 ↔ 7, 2 ↔ 6, 3 ↔ 5, 4 = 4. Andmetöötluse käigus leiti kahe keskmine tulemus. Vastuseid tuli kokku 206. Seejärel leiti iga isiksuseomaduse aritmeetiline keskmine ning standardhälve. Kasutades iga isiksuseomadust ning solidaarsust, teostati korrelatsioonanalüüs ning regressioonanalüüs, leidmaks võimalikke seoseid. Sama tehti iga isiksuseomaduse ja sotsiaalsusega.

Organisatsiooni õppimisvõimet kirjeldavaid küsimusi oli 14, jagunedes nelja erinevasse plokki: uue info hankimine (3 küsimust), uue info omandamine (4 küsimust), vana ja uue info kokkusobitamine (4 küsimust) ning uue info rakendamine (3 küsimust). Vastata sai skaalal 1-7, kus „1“ – ei ole üldse nõus, „2“ – ei ole nõus, „3“ – pigem ei ole nõus, „4“ – neutraalne, „5“ – pigem olen nõus, „6“ – nõus, „7“ – täiesti nõus. Igas plokkis leiti iga vastanu vastuste keskmine ja vastuseid kokku tuli 207. Leiti iga ploki aritmeetiline keskmine ning standardhälve. Läbi viidi korrelatsioonanalüüs ja regressioonanalüüs, leidmaks seoseid organisatsiooni õppimisvõime ja sotsiaalsuse ning solidaarsuse vahel.

Organisatsioonikultuuri kirjeldavaid küsimusi oli kokku 23, millest 11 käisid solidaarsuse kohta (küsimused 1, 3, 5, 7, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 22) ja 11 sotsiaalsuse kohta (küsimused 2, 4, 6, 8, 10, 12, 13, 15, 17, 19, 21), küsimus 23 käis nii solidaarsuse kui ka sotsiaalsuse kohta. Vastata sai skaalal 1-5, kus „1“ – ei nõustu üldse, „2“ – pigem ei nõustu, „3“ – nii ja naa, „4“ – pigem nõustun, „5“ – täiesti nõus. Solidaarsust iseloomustavate küsimuste vastused liideti kokku, sama tehti ka sotsiaalsust iseloomustavate vastustega. Vastuseid tuli kokku 207. Kasutades saadud vastuseid leiti nii solidaarsust kui ka sotsiaalsust iseloomustav aritmeetiline keskmine ning standardhälve.

3. UURINGU TULEMUSTE ARUTELU JA JÄRELDUSED

3.1. Muutujaid iseloomustavad keskväärtused ja standardhälbed

Andmeanalüüsi käigus leiti kõigi vaadeldud muutujate aritmeetilised keskmised ning standardhälbed, mis on toodud välja tabelis 1. Aritmeetilist keskmist vaadates saab öelda, et majandusteaduskonna tudengid peavad endid isiksuseomaduste osas enim meelekindlateks, mille aritmeetiline keskmine on 5,87 skaalal ühest seitsmeni, ning vähim neurootilisteks, mille aritmeetiline keskmine oli 3,27. Meelekindlus tuleb majanduses tegutsevatele inimestele kindlasti kasuks ning liigne negatiivsus ja depressiivsus pigem kahjuks. Lisaks saab ka välja tuua, et meelekindluse standardhälve on väikseim ehk kõigub kõige vähem ja neurootilisuse standardhälve on suurim ehk varieerub vaadeldud omadustest enim. Samas võib ka välja tuua, et standardhälbed jäävad kõik vahemikku 0,891 - 1,280 ehk suurima ja väikseima vahe on kõigest 0,389. Huvitav on see, et küsitletud tudengid ei pea ennast võrreldes teiste isiksuseomadustega just kuigi sotsiaalseteks, kuid kui suunduda tagasi teooria poole, siis võib järeldada, et majandust õppivad inimesed ei peagi olema niivõrd teisi inimesi aitavad ning omakasupüüdmatud. Kui soovitakse olla vaid teistele meele järgi, siis on väga keeruline saavutada edu ettevõtluses. Samuti leiab autor, et ettevõtjas peab olema ka omakasupüüdlikkust, see paneb inimesed parema saavutuse nimel tegutsema.

Organisatsiooni õppimisvõime erinevaid dimensioone ja aritmeetilist keskmist vaadates saab välja tuua, et tudengid on leidnud oma töökohtade ettevõtete puhul õppimisvõime olemasolu igal dimensioonil, kuid kõige tugevamana uue ja vana informatsiooni kokkusobitamisel ning kõige nõrgemana uue info hankimise osas. Ka siin on standardhälbed vastavuses aritmeetiliste keskmistega olles suurim info hankimise ning väikseim info kokkusobitamise osas. Saadud tulemuste põhjal oleks soovitatav ettevõtetel hakata enam keskendumas uue väärtusliku info leidmisele, millest kogu õppimisvõime alguse saab, sest kui pole uusi teadmisi, siis pole kasu ka sellele järgnevate õppimisvõime dimensioonide parematest tasemetest.

Tabel 1. Isiksuseomaduste, organisatsiooni õppimisvõime ja organisatsioonikultuur aritmeetilised keskmised ning standardhälbed

	MUUTUJA	ARITMEETILINE KESKMINE	STANDARDHÄLVE
ISIKSUSE – OMADUSED	Ekstraversus	5,21	1,048
	Meelekindlus	5,87	0,891
	Avatus kogemustele	5,16	1,014
	Sotsiaalsus	4,51	0,923
	Neurootilisus	3,27	1,280
ÕPPIMISVÕIME	Uue info hankimine	4,00	1,516
	Uue info omandamine	5,15	1,197
	Uue ja vana info kokkusobitamine	5,64	0,964
	Uue info rakendamine	5,27	1,264
ORGANISAT - SIOONI – KULTUUR	Sotsiaalsus	40,55	7,437
	Solidaarsus	47,60	7,137

Allikas: autori arvutused

Organisatsioonikultuuri kahest dimensioonist on tudengid oma töökohtade ettevõtete näitel kõrgema hinnangu andnud solidaarsusele, mille aritmeetiline keskmine on 47,60, ning madalamalt hinnanud sotsiaalsust, mille aritmeetiline keskmine on võrdne 40,55. Vastused said esineda skaalal vahemikus 12 - 60. Standardhälbed on mõlemal väga sarnased, erinedes vaid 0,3 võrra, kuid olles taaskord väiksem kõrgema keskväärtusega muutujal ning suurem madalama keskväärtusega muutujal.

3.2. Isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri vahelised seosed

Isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri kahe dimensiooni vahelised korrelatsioonanalüüsi tulemused on toodud välja tabelis 2. Saadud tulemustest võib näha, et tugevaid seoseid isiksuseomaduste ning organisatsioonikultuuri vahel ei esine. Olenemata isiksuseomadusest on kõik seosed nõrgad, esinedes vahemikus 0,004 – 0,179. Kuid võib välja tuua, et organisatsioonikultuuri sotsiaalsuse dimensioonil esineb negatiivne seos neurootilisusega ($r = -$

0,034). Olemasolevatest seostest sotsiaalsusega on tugevaim seos inimese avatusel uutele kogemustele ($r = 0,157$).

Solidaarsusega on negatiivses seoses isiksuseomadustest sotsiaalsus ($r = -0,018$) ja taaskord neurootilisus ($r = -0,004$). Tugevaim seos olemasolevatest on solidaarsusel meeiekindlusega ($r = 0,179$). Kuna töö autor viis läbi ka korrelatsioonanalüüsi organisatsioonikultuuri kahe dimensiooni vahel, siis saadud tulemusest võib näha, et solidaarsuse ja sotsiaalsuse vahel esineb keskmise tugevusega positiivne seos ($r = 0,654$), näidates, et antud kaks muutujat on teineteisest sõltuvad. Kui organisatsioonis suureneb solidaarsus, siis suureneb ka sealne sotsiaalsus. Seega saadud analüüsi põhjal võib kokkuvõtvalt öelda, et isiksuseomaduste ning organisatsioonikultuuri vahel esineb nii positiivseid kui ka negatiivseid seoseid, kuid need on nõrgad või väga nõrgad.

Tabel 2. Isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri vahelise korrelatsioonanalüüsi tulemused

	Ekstraversus	Meelekindlus	Avatus kogemustele	Sotsiaalsus	Neurootilisus	Sotsiaalsus	Solidaarsus
Ekstraversus	1						
Meelekindlus	0,210	1					
Avatus kogemustele	0,452	0,313	1				
Sotsiaalsus	0,095	0,191	0,148	1			
Neurootilisus	0,065	-0,234	-0,160	-0,341	1		
Sotsiaalsus	0,140	0,076	0,157	0,020	-0,034	1	
Solidaarsus	0,106	0,179	0,135	-0,018	-0,004	0,654	1

Allikas: autori arvutused

Leidmaks isiksuseomaduste mõju organisatsioonikultuurile viidi läbi regressioonanalüüs. Saadud tulemused on toodud välja tabelis 3. Determinatsioonikordaja R^2 näitab, et kirjeldatav osa on väga väike, sotsiaalsuse puhul kõigest 3,2% ning solidaarsuse puhul 4,5%. Sotsiaalsusele avaldavad positiivset mõju ekstraversus, meeiekindlus ja avatus kogemustele, negatiivset mõju avaldavad sotsiaalsus ja neurootilisus, kuid nende statistiline olulisus on madal ($p < 0,10$).

Solidaarsusele avaldavad positiivset mõju ekstravertsus, meelekindlus, avatus kogemustele ja neurootilisus. Vaid sotsiaalsus mõjutab solidaarsust negatiivselt. Samas tuleb taaskord tõdeda, et kõigi teiste isiksuseomaduste statistiline olulisus on madal, välja arvatud meelekindluse oma. Inimese meelekindlus mõjutab solidaarsust, sest tulemuse statistiline olulisus on keskmine.

Tabel 3. Isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri vahelise regressioonanalüüsi tulemused

MUUTUJA	KORDAJA (sotsiaalsus)	KORDAJA (solidaarsus)
Ekstravertsus	0,639	0,271
Meelekindlus	0,169	1,303*
Avatus kogemustele	0,801	0,551
Sotsiaalsus	-0,133	-0,436
Neurootilisus	-0,138	0,746
R ²	0,032	0,138
F	1,313	1,876

***p < 0,001; **p < 0,01; *p < 0,05

Allikas: autori arvutused

Ettevõtetele, kes soovivad oma ettevõttes solidaarsust suurendada, võiks antud tulemuste põhjal soovitada värbamisel keskenduda selliste töötajate leidmisele, kellel on isiksuseomadustest tugevamalt esindatud just meelekindlus.

3.3. Organisatsiooni õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahelised seosed

Leidmaks seoseid õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahel viidi läbi korrelatsioonanalüüs. Analüüsi tulemused on välja toodud tabelis 4. Andmetest on näha, et kõik õppimisvõime neli dimensiooni on nii sotsiaalsuse kui ka solidaarsusega positiivses seoses. Sotsiaalsusel on nõrk seos uue info hankimise ja uue ning vana info kokkusobitamise oskusega, keskmine seos on uue info omandamise ning uue info rakendamise. Tugevaim seos on sotsiaalsusel uue info omandamise oskusega ($r = 0,459$) ja kõige nõrgem seos uue info hankimise oskusega ($r = 0,308$). Viimane on küllaltki üllatav teades, et info hankimisest saab kogu õppimisvõime alguse. Samas on sotsiaalsus seotud pigem inimestevaheliste suhetega töökohal, seega otsesed seosed õppimisvõimega polekski justkui vajalikud.

Solidaarsus on kõigi õppimisvõime dimensioonidega keskmiselt tugevas seoses, näidates, et organisatsiooniliste eesmärkide saavutamisel on õppimisvõimel oluline koht. Tugevaim seos

esineb solidaarsusel uue info omandamise oskusega ($r = 0,557$) ning antud seostest kõige nõrgem on seos uue info hankimisega ($r = 0,433$).

Kokkuvõtvalt saab öelda, et õppimisvõime on positiivses seoses nii sotsiaalsuse kui ka solidaarsusega, olles tugevam just solidaarsuse osas.

Tabel 4. Organisatsiooni õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahelise korrelatsioonanalüüsi tulemused

	Uue info hankimine	Uue info omandamine	Uue ja vana info kokkusobitamine	Uue info rakendamine	Sotsiaalsus	Solidaarsus
Uue info hankimine	1					
Uue info omandamine	0,563	1				
Uue ja vana info kokkusobitamine	0,451	0,616	1			
Uue info rakendamine	0,387	0,624	0,525	1		
Sotsiaalsus	0,308	0,459	0,381	0,424	1	
Solidaarsus	0,433	0,557	0,545	0,492	0,654	1

Allikas: autori arvutused

Leidmaks organisatsiooni õppimisvõime mõju organisatsioonikultuurile, viidi läbi regressioonanalüüs. Saadud tulemused on toodud välja tabelis 5. Determinatsioonikordaja R^2 näitab, et õppimisvõime kirjeldab 25,1% sotsiaalsusest ning 40,4% solidaarsusest.

Kõik vaadeldavad muutujad avaldavad positiivset mõju nii sotsiaalsusele kui ka solidaarsusele. Sotsiaalsust mõjutab enim uue info omandamise oskus, mille statistiline olulisus on hea, ja uue info rakendamise oskus, mille statistiline olulisus on keskmine. See näitab, et enim aitab organisatsioonisisest sotsiaalsust tõsta uue info omandamise oskus ning seejärel info rakendamise oskus. Teise kahe muutuja statistiline olulisus on madal, mis näitab, et nii info hankimise kui info kokkusobitamise oskus sotsiaalsust oluliselt ei mõjuta.

Tabel 5. Organisatsiooni õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahelise regressioonanalüüsi tulemused

MUUTUJA	KORDAJA (sotsiaalsus)	KORDAJA (solidaarsus)
Uue info hankimine	0,223	0,585
Uue info omandamine	1,520**	1,301**
Uue ja vana info kokkusobitamine	0,818	1,972***
Uue info rakendamine	1,164*	0,951*
R ²	0,251	0,404
F	16,886	34,172

***p < 0,001; **p < 0,01; *p < 0,05

Allikas: autori arvutused

Solidaarsust mõjutab kõige rohkem uue ja vana info kokkusobitamise oskus, mille statistiline olulisus on kõrge. See viitab asjaolule, et organisatsiooni eesmärkide saavutamisel on väga oluline ning kõige kasumlikum vaadeldud muutujate hulgast uue ja vana info kokkusobitamise oskus. Samuti mõjutavad solidaarsust uue info omandamise ning rakendamise oskus, mille statistiline olulisus on vastavalt hea ja keskmine. Vaid uue info hankimise oskuse statistiline olulisus on madal, seega info hankimine märkimisväärselt solidaarsust ei mõjuta. Taaskord on üllatav tulemustest selguv asjaolu, et uue info hankimine on kõige vähem mõju avaldav muutuja, kuigi tegemist on õppimisvõime esimese dimensiooniga, mis peaks olema eelduseks järgmistele dimensioonidele.

3.4. Soolised seosed uuritavate muutujatega

Küsimustikule vastanud 207 töötavast tudengist 66 olid mehed ja 141 naised. Meeste poolsete vastuste aritmeetilised keskmised ja standardhälbed on toodud välja tabelis 6 ning naiste vastuste kirjeldava statistika näitajad tabelis 7.

Tulemustest võib näha, et vastanud töötavad meestudengid peavad end enim meeleskindlateks ning vähim neurootilisteks. Ka naistudengid on end samamoodi hinnanud, kuid kõigi isiksuseomaduste puhul võib täheldada, et naised on neid meestest kõrgemalt hinnanud. Isiksuseomaduste standardhälbed on aga just meestel suuremad välja arvatud neurootilisuse osas. Seega saab öelda, et meeste poolt antud vastused varieeruvad rohkem kui naiste omad, ainult neurootilisuse osas on naised andnud keskmisest rohkem erinevamaid vastuseid. Neurootilisus on see isiksuseomadus, mille puhul on standardhälve kõigist vaadeldud isiksuseomadustest suurim ja seda nii nais- kui ka meestudengite osas.

Tabel 6. Meeste vaadeldavate muutujate aritmeetilised keskmised ja standardhälbed

	MUUTUJA	ARITMEETILINE KESKMINE	STANDARDHÄLVE
ISIKSUSE- OMADUSED	Ekstraversus	5,02	1,072
	Meelekindlus	5,70	0,922
	Avatus kogemustele	4,95	1,117
	Sotsiaalsus	3,96	0,898
	Neurootilisus	3,18	1,226
ÕPPIMISVÕIME	Uue info hankimine	4,29	1,463
	Uue info omandamine	5,30	0,874
	Uue ja vana info kokkusobitamise	5,50	0,807
	Uue info rakendamine	5,37	1,309
	Sotsiaalsus	44,76	6,924
ORGANISAT- SIOONI- KULTUUR	Solidaarsus	48,32	6,488

Allikas: autori arvutused

Võrreldes töötavate nais- ja meestudengite vastuseid seoses organisatsiooni õppimisvõimega, võib öelda, et mehed on keskmiselt antud osa kõrgemalt hinnanud kui naised. Tuginedes meestudengite vastustele, on nende töökohtade organisatsioonides kõige tugevam uue ja vana info kokkusobitamise oskus ning nõrgim uue info hankimine oskus. Nii on vastanud ka naistudengid, kuid esimest hinnanud tugevamalt ning viimast nõrgemalt. Vaadates standardhälbeid, on näha juba rohkem erinevuseid. Kuigi suurima ja väikseima standardhälbega dimensioonid on samad, siis võib öelda, et naistudengid on oma vastustes keskmisest rohkem erinenud kui meestudengid.

Tabel 7. Naiste vaadeldavate muutujate aritmeetilised keskmised ja standardhälbed

	MUUTUJA	ARITMEETILINE KESKMINE	STANDARDHÄLVE
ISIKSUSE- OMADUSED	Ekstraversus	5,30	1,028
	Meelekindlus	5,95	0,868
	Avatus kogemustele	5,26	0,952
	Sotsiaalsus	4,76	0,821
	Neurootilisus	3,31	1,306
ÕPPIMISVÕIME	Uue info hankimine	3,86	1,526
	Uue info omandamine	5,08	1,318
	Uue ja vana info kokkusobitamine	5,70	1,027
	Uue info rakendamine	5,23	1,244
ORGANISAT- SIOONI- KULTUUR	Sotsiaalsus	44,51	8,629
	Solidaarsus	47,27	7,420

Allikas: autori arvutused

Organisatsioonikultuuri on tudengid hinnanud küllaltki sarnaselt kui arvestada asjaolu, et vastused said esineda skaalal 12-60. Sotsiaalsust on meestudengid oma töökohtade organisatsioonides kõrgemalt hinnanud kui naistudengid, kuid nende vahe on vaid 0,25, seega skaalat arvestades on tegemist väga väikse erinevusega. Solidaarsust on nii mees- kui ka naistudengid leidnud oma töökohtadel rohkem esinevat kui sotsiaalsust olles meestudengitel keskmiselt 48,32 ja naistudengitel 47,27. Samuti saab välja tuua, et solidaarsuse standardhälve on väiksem. Sellele tuginedes võib öelda, et organisatsioonisisene solidaarsus on tudengite töökohtade organisatsioonides ühtlasem kui sotsiaalsuses.

3.5. Tulemuste arutelu ja järeldused

Inimesed, kes organisatsioonis töötavad, on väga oluline kapital organisatsiooni jaoks, seega võiks eeldada, et nende inimeste isiksuseomadustest sõltub ka see, kuidas ning kui tõhusalt nad töötavad. Ka John P. Reiling (2019) on öelnud, et isiksuseomadused on oluline osa organisatsioonikultuurist,

olles alati organisatsioonis kohal. Organisatsioonikultuuri sotsiaalsuse dimensioon on eriti tihedalt seotud inimese endaga, seega peaksid ka tema isiksuseomadused olema võimelised organisatsioonisisest sotsiaalsust mõjutama. Ka solidaarsust võiks seostada isiksuseomadustega, sest mitte iga isiksuseomadus ei aita kaasa inimese võimekusele keskenduda eesmärkide täitmisele vaid võivad seda pigem keerulisemaks teha.

Antud uuring majandusteaduskonna tudengite näitel toob aga välja, et isiksuseomadused on kas nõrgalt või väga nõrgalt seotud organisatsioonikultuuriga ehk olenemata töötaja isiksuseomadustest ei mõjuta see organisatsioonikultuuri. Samas ei ole põhjust saadud tulemusi täielikult kõrvale jätta, sest korrelatsioonanalüüsist leitud negatiivne seos neurootilisuse ning organisatsioonikultuuri vahel on siiski märkimisväärne. Neurootilisuse negatiivne seos mõlema organisatsioonikultuuri dimensiooniga oleks seletatav tõdemusega, et neurootilistel inimestel on just enim probleeme inimsuhetega (McCrae & Costa, 2012) ning samas on neurootikule omaste emotsioonidega (nagu näiteks masendus ja viha) keerulisem keskenduda eesmärkide saavutamisele.

Tulemustest ilmnenu sotsiaalsuse (isiksuseomadus) negatiivne seos solidaarsusega jääb küll pigem segaseks, kuid seletada võiks seda oletusega, et inimsuhetele keskendumine võib hakata segama eesmärkideni jõudmist. Nagu selgub ka teooriast, siis ei pruugi sotsiaalsus alati eeliseks olla, sest aidates meeskonnas tegutsemisel, ei pruugi individuaalsete ülesannete puhul sellest erilist abi olla (Psychologist World, 2019e). Regressioonanalüüsist selgunud meelekindluse mõju solidaarsusele võib seletada läbi teadmise, et meelekindlad inimesed on enam oma eesmärkide saavutamisele orienteeritud (Psychology World, 2019d) ning planeerivad oma tegevusi ette, on organiseeritud (Allik et al, 2003), mistõttu on meelekindlamad inimesed võimelised kergemalt saavutama eesmäärke ka organisatsioonisiselt.

Tuleb ka mainida, et varemalt tehtud tööd on siiski näidanud teatavaid seoseid isiksuseomaduste ning organisatsioonikultuuri vahel. Näitena võib tuua Anne Aidla (2003) töö, millest selgus, et inimesed, kellel on kõrgem näitaja ekstraverstuse, sotsiaalsuse ja meelekindluse osas ning madalam näitaja neurootilisuse osas, mõjutavad tugevamalt organisatsioonikultuuri. Ilmnes ka, et avatusel uutele kogemustele puudub seos organisatsioonikultuuriga. Kuid tuleb mainida, et Aidla poolt läbi viidud uuringu uurimisobjektiks olid ülikooli töötajad, antud töö raames aga tudengid.

On võimalik, et autor hindas üle majandusteaduskonna tudengite suutlikkust hinnata nii ennast kui ka organisatsioonikultuuri.

Organisatsiooni õppimisvõimele mõeldes tekivad töö autoril esmalt seosed solidaarsusega, sest uue infoga toimetulek ja selle kasutamine võiksid aidata saavutada organisatsioonilisi eesmärke tõhusamalt. Samas võib õppimisvõime anda ka hea tõuke sotsiaalsusele, tuues inimesi rohkem kokku ning pannes neid omavahel enam suhtlema ja infot jagama.

Antud uuringu tulemustest selgub, et õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahel seoseid tõesti esineb. Kõik olemasolevad seosed on positiivsed ning õppimisvõime seos on tugevam just solidaarsuse osas. Sotsiaalsuse tugevuselt keskmine seotus uue info omandamise ning rakendamise oskusega ja nõrk seotus uue info hankimise ning töötlemisega on omamoodi üllatav tulemus. Võiks eeldada, et kõigi nelja dimensiooni seotus võiks olla ühtlane, kuid seletada saaks saadud tulemusi läbi mõtte, et ühine õppimine ehk uute teadmiste omandamine toimub pigem meeskonnas. Ka uute teadmiste rakendamine on pigem organisatsiooniülene tegevus, kaasates kõiki töötajaid. Uute teadmiste ning info hankimist ning ka uue ja vana info kokkusobitamist on võimalik teha ka individuaalselt ning sellisel juhul ei annaks need kaks õppimisvõime dimensiooni tõesti organisatsioonisisesele sotsiaalsusele eriti palju juurde.

Õppimisvõime ja solidaarsuse omavaheliste seoste puhul võib seoseid leida kõigi õppimisvõime dimensioonidega, seega suurendades ükskõik millist õppimisvõime dimensiooni, suureneb ka organisatsioonisisene solidaarsus. Enim suurendavad solidaarsust aga uute teadmiste omandamise ning varasemate ja uute teadmiste kokkusobitamine. Need kaks aitavad antud tööst lähtuvalt enim jõuda eesmärkide saavutamiseni. Miks just kaks keskmist dimensiooni ning mitte näiteks uute teadmiste rakendamine, on raske öelda. Ilmselt on just need kaks tõukavaks jõuks ning abiks eesmärkide täitmise poole püüdlemisel.

Regressioonanalüüsist selgub, et uute teadmiste ja info hankimisel ei ole statistiliselt olulist mõju mitte kummalegi organisatsioonikultuuri dimensioonile. Ka korrelatsioonist selgus, et just info hankimisel on kõige väiksem seos nii sotsiaalsuse kui ka solidaarsusega. Sotsiaalsust mõjutavad ka regressioonanalüüsi tulemustest lähtuvalt enim uute teadmiste ning info omandamise ja selle rakendamise oskus, olles statistiliselt olulisem just teadmiste omandamise osas, mida võiks, nagu

juba varemalt mainitud, pidada enam meeskonna tegevuseks. Sotsiaalsusele ei ole olulist mõju lisaks info hankimisele ka uute ja vanade teadmiste kokkusobitamise oskusel.

Solidaarsust seevastu mõjutavad kõik õppimisvõime dimensioonid peale uue info hankimise oskuse, olles tugevaim just uute ja vanade teadmiste kokkusobitamise osas. Seega saab öelda, et uute ja vanade teadmiste kokkusobitamine või nende teadmiste muundamine vastavalt organisatsiooni vajadustele on väga oluline suurendamiseks organisatsioonisisest solidaarsust ning jõudmaks seatud eesmärkideni.

Varasemaid uuringuid selle kohta, kuidas õppimisvõime mõjutab või on seotud organisatsioonikultuuriga, töö autor leidnud pole, kuid üsna rohkelt on uuritud organisatsioonikultuuri mõjust õppimisvõimele ning leitud ka kehtivaid seoseid. Seega võiks antud töö tekitada ka rohkem huvi just õppimisvõime mõju kohta organisatsioonikultuurile.

Mees- ja naistudengite vastuste eraldi analüüsimisel selgunud asjaolu, et olenemata soost, on vastused üldiselt sarnased ning järjestuselt samad, annab märku sellest, et kuigi naistudengid hindavad iseennast meestudengitest julgemalt ja meestudengid õppimisvõimet naistudengitest julgemalt, siis on nende töökohtade organisatsioonides valdavalt nii õppimisvõime kui ka organisatsioonikultuur sarnane.

Läbiviidud uuringu tulemustele toetudes on autori seisukoht, et parendamiseks organisatsioonikultuuri, tuleb ettevõtetel pöörata rohkem tähelepanu just õppimisvõimele ning selle arendamisele. Töö autor leiab, et õppimisvõime, eri dimensioonidele rõhku pannes, on ettevõtted võimelised saavutama suuremat edu nii organisatsioonisisestes inimsuhetes kui ka oma äriliste eesmärkide saavutamisel.

KOKKUVÕTE

Töö eesmärgiks oli leida seosed töötavate tudengite isiksuseomaduste ja organisatsioonikultuuri ning nende tudengite töökohtade organisatsioonide õppimisvõime ja organisatsioonikultuuri vahel, et selgitada välja milliste teguritega on võimalik tugevdada organisatsioonikultuuri, tagamaks läbi selle ka organisatsiooni suurem edukus. Uuring viidi läbi Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna bakalaureuseõppe eesti keelsete erialade töötavate tudengite põhjal.

Töö esimeseks uurimisküsimuseks oli: kuidas mõjutavad töötaja isiksuseomadused organisatsioonikultuuri? Analüüsi käigus selgus, et isiksuseomaduste mõju organisatsioonikultuurile on pigem väike ning seosed nõrgad või väga nõrgad. Samas on mõistlik välja tuua neurootilisuse negatiivne seos mõlema organisatsioonikultuuri dimensiooniga ehk mida neurootilisem inimene on, seda negatiivsemalt ta organisatsioonikultuuri mõjutab. Isiksuseomadustest avaldas ainsana arvestatavat mõju meelekindlus ning sedagi vaid solidaarsusele.

Töö teiseks uurimisküsimuseks oli: kuidas mõjutab organisatsiooni õppimisvõime organisatsioonikultuuri? Analüüsist selgus, et kõik seosed õppimisvõime ning organisatsioonikultuuri vahel on positiivsed. Jagades organisatsioonikultuur eraldi dimensioonideks saab välja tuua, et tugevamad seosed esinevad solidaarsuse osas. Sotsiaalsusega on arvestatavad seosed uute teadmiste omandamisel ja nende rakendamisel, mis avaldavad sotsiaalsusele ka enim mõju. Samas solidaarsusel esineb arvestatavaid seoseid kõigi vaadeldud õppimisvõime dimensioonidega, seega suurendades ükskõik millist õppimisvõime dimensiooni suureneb ka organisatsioonisisene solidaarsus. Kuid võib välja tuua, et enim mõjutavad solidaarsust uute ja vanade teadmiste kokkusobitamine ning veidi vähem uute teadmiste omandamine.

Töö tulemustest lähtuvalt soovitab töö autor ettevõtetel pöörata enam tähelepanu õppimisvõimele. Uuringust lähtuvalt võib öelda, et õppimisvõime parandamise läbi on võimalik positiivselt mõjutada ka organisatsioonikultuuri.

Isiksuseomadused on kindlasti olulised töötajate puhul, kuid töötavate tudengitega läbiviidud uuringust lähtuvalt erilist seotust organisatsioonikultuuriga ei esine, kuid neurotilisi inimesi tasuks ettevõttesse kaasata võimalikult vähe, sest teatavat mõju nad siiski organisatsioonikultuurile avaldavad. Meelekindla isiksuseomadusega inimesi võiks kaasata võimalikult palju, sest just nemad võivad viie faktori isiksuseomadusi silmas pidades organisatsiooni edukusele enim kaasa aidata läbi eesmärkide poole püüdlamise.

Kuid kõige olulisema soovitusena toob töö autor välja organisatsioonikultuuri enda väärtustamise. Kuna organisatsioonikultuur on, teooriale tuginedes, üks väga olulisi tegureid organisatsioonilise edukuse tagamiseks, siis tuleks kindlasti alustada organisatsioonikultuurist endast.

SUMMARY

PERSONALITY TRAITS AND ABSORPTIVE CAPACITY IMPACT ON ORGANIZATIONAL CULTURE ON THE EXAMPLE OF WORKING UNDERGRADUATES AT SCHOOL OF BUSINESS AND GOVERNANCE OF TALLINN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Kristiina Maaste

Organizational culture is essential in the success of a company and thus it is very important to turn more attention to it. That said, creating or improving a positive and useful organizational culture is not an easy task. The author's opinion is that there are factors which could influence the emergence and improvement of organizational culture. This paper deals with organizational culture's possible factors as personality traits, more precisely, the five factor personality traits, and organization's absorptive capacity.

The aim of this work is to bring out correlations between personality traits and organizational culture, and between organization's absorptive capacity and organizational culture, in order to find with which factors it is possible to create or improve organizational culture to ensure a company's overall life. Two questions were raised for the goal of this work: 1) How does a worker's personality traits influence organizational culture? 2) How does organization's absorptive capacity influence organizational culture?

The work's research object is working students in Tallinn's University of Technology's faculty of economics undergraduate program in Estonian. Students filled in the survey which included questions about personality traits, absorptive capacity and organizational culture. Correlation analysis and regression analysis are being used in this work to find connections with organizational culture. There were 207 answers in total.

Based on the analysis results, the answer to first research question raised in this work is that personality traits influence to the organizational culture is small, and from the observed traits, only conscientiousness expressed positive influence and only to solidarity. Both dimensions of organizational culture have negative correlations with neuroticism.

With the second research question it became apparent in the analysis that every correlation between absorptive capacity and organizational culture are positive, being stronger in the solidarity part. The most influential for sociality is assimilating and exploiting new knowledge, and for solidarity transforming and assimilating new knowledge.

According to the results of the work, the author recommends for the enterprises to turn more attention towards absorptive capacity. Resulting from the research it could be said that through the improvement of absorptive capacity it is possible to positively influence organizational culture as well. People who are high in conscientiousness should engage as much as possible because simply they can while keeping in mind the five personality traits help along most in the organization's success through endeavoring to the goals.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Aidla, A. (2003). Interrelationship between personality traits and organizational culture. https://www.researchgate.net/publication/23535512_Interrelationships_between_personality_traits_and_organisational_culture
- Alas, R. (2002). Muudatuste juhtimine ja õppiv organisatsioon. Tallinn: Külim.
- Allik, J. (2002). Towards a theory of personality. In C. von Hofsten & L. Bäckman (Eds.) *Psychology at the turn of the millennium, Vol. 2. Social, developmental, and clinical perspectives*. Hove: Psychology Press. 179-200.
- Allik, J., Reaol, A., Konstabel, K., (2003). Isiksusepsühholoogia. Tartu Ülikooli Kirjastus. 43-44.
- Angleitner, A., John, O. P., Löhr, F.-J. (1986). It's what you ask and how you ask it: An itemmetric analysis of personality questionnaires. Berlin: Springer. 61-107.
- Argyris, C. (1977). Double-Loop Learning in Organizations. *Harvard Business Review*, Sept/Oct. 115-125.
- Arthur, W. and Graziano, W. G. (1996). The five-factor model, conscientiousness, and driving accident involvement. *Journal of Personality*. 64(3): 593-618.
- Ashton, M. C, & Lee, K. (2005). Honesty-Humility, the Big Five, and the Five-Factor Model. *Journal of Personality*. Canada: Blackwell Publishing. 73(5).
- Baker, T., Miner, A. S., & Easley, D. T. (2003). Improvising firms: Bricolage, account giving and improvisational competencies in the founding process. *Research Policy*, 32: 255-276.
- Barrick, M. R., Mount, M. K. and Strauss, J. P. (1993). Conscientiousness and Performance of Sales Representatives: Test of the Mediating Effects of Goal Setting. *Journal of Applied Psychology*. 78(5): 715-722.
- Cameron, K. S, Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Value Framework*. San Francisco: Jossey-Bass Publisher.
- Cameron, K.S., Quinn, R.E. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework*. San Francisco: Jossey-Bass Publisher.
- Camison, C., & Fores, B. (2010). Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement. *Journal of Business Research*, 63: 707-715.

- Carson, R. C. (1969). *Interaction concepts of personality*. Chicago: Aldine.
- Cattell, R. B. (1962). The basis of recognition and interpretation of factors. *Educational and Psychological Measurement*, 22: 667-697.
- Cattell, R. B. (1973). *Personality and mood by questionnaire*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publisher.
- Cattell, R. B. (1978). *The scientific use of factor analysis in behavioral and life sciences*. New York: Plenum.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1989). Innovation and learning: The two faces of R&D. *Economic Journal*, 99(397): 569–596.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1, Special Issue): 128–152.
- Cooke, R.A., & Rousseau, D.M. (1988). Behavior norms and expectations: A quantitative approach to the assessment of organizational culture. – *Group and Organization Studies*, 13.
- Costa, P. T., McCrae, R. R., Zonderman, A. B., Barbano, H. E., Lebowitz, B. and Larson, D. M. (1986). Cross-Sectional Studies of Personality in a National Sample: 2. Stability in Neuroticism, Extraversion, and Openness. *Psychology and Aging*. 1(2): 144-149.
- Curtin, P. A. & Gaither, T. K. (2007). *International Public Relations. Negotiating Culture, Identity, and Power*. *Global Public Relations and Circuit of Culture*. Sage Publications, 37.
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the Five-Factor Model. *Annual Review of Psychology*, 41: 417-440.
- Donnellan, M. B. & Lucas, R. E. (2008). Age Differences in the Big Five Across the Life Span: Evidence from Two National Samples. *Psychology and Aging*, 23(3): 558-566.
- Easterby-Smith, M., & Lyles, M. A. (2011). *Handbook of Organizational Learning and Knowledge Management*. Wiley: John Wiley & Sons. Chapter 14 (Organizational learning and social identity).
- Eaves, L. & Eysenck, H. (1975). The nature of extraversion: a genetical analysis. *J Pers Soc Psychol*, 32(1): 102-112.
- Eysenck, H. J., & Eysenck, M. W. (1985). *Personality and individual differences: A natural science approach*. New York: Plenum.
- Eysenck, H. J. (1967). *The biological basis of personality*. Springfield, IL: Thomas.
- Eysenck, H. J. (1990). Genetic and environmental contributions to individual differences: The three major dimensions of personality. *Journal of Personality*, 58: 245-261.
- Eysenck, H. J. (1997). *Rebel with a cause: The autobiography of Hans Eysenck*. New Brunswick: Transaction Publishers.

- Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire*. San Diego, CA: EdITS.
- Flamholtz, E.G., Randle, Y. (2012). Corporate culture, business models, competitive advantage, strategic assets and the bottom line. Theoretical and measurement issues. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 16 (2): 76-94.
- Flatten, T. C., Engelen, A., Zahra, S. A., & Brettel, M. (2011). A measure of absorptive capacity: Scale development and validation. *European Management Journal*, 29: 98-116
- Florentina, P., Georgiana, M. R. (2012). Organizational Culture and Its Way of Expression Within the Organization. – *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*. Oradea, 371–373.
- Friedman, H. S., Tucker, J. S., Tomlinson-Keasey, C., Schwartz, J. E., Wingard, D. L. and Criqui, M. H. (1993). Does Childhood Personality Predict Longevity? *Journal of Personality and Social Psychology*. 65(1): 176-185.
- Garud, R., and Nayyar P.R. (1994). "Transformative capacity: Continual structuring by intertemporal technology transfer." *Strategic Management Journal*, 15(5): 365–386.
- Gavetti, G., & Levinthal, D. A. (2000). Looking Forward and Looking Backward: Cognitive and Experiential Search. *Administrative Science Quarterly*, 45 (1): 113-137.
- Goffee, R., Jones, G. (1996). What Holds the Modern Company Together? *Harvard Business Review*, 74(6): 133-148.
- Goldberg, L. R. (1983). The magic number five, plus or minus two: Some considerations on the dimensionality of personality descriptors. Paper presented at a research seminar, Gerontology Research Center, NIA/NIH, Baltimore.
- Harrison, R. (1995). *The Collected Papers of Roger Harrison*. San Francisco: Jossey-Bass Publisher.
- Hatch, M.J., Zilber, T. (2011). Conversation at the Border between Organizational Culture Theory and Institutional Theory. – *Journal of Management Inquiry*, 21(1): 94-97.
- Helfat, C.E., & Peteraf M.A. (2003). "The dynamic resource-based view: Capability lifecycles." *Strategic Management Journal*, 24(10): 997–1010.
- Hjelle, L. A., & Ziegler, D. J. (1976). *Personality: Theories, basic assumptions, research, and applications*. New York: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work related values*. Beverly Hills: Sage.
- Hofstede, G. (1984). The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept. – *Academy of Management Review*, 9(3) 389.
- Jansen, J. J. P., Van Den Bosch, F. A. J., & Volberda, H. W. (2005). Managing Potential and realized absorptive capacity: how do organizational antecedents matter? *Academy of Management Journal*, 48(6): 999–1015.

- Jung, C. G. and Godwyn Baynes, H. (1921). *Psychologische Typen*. Zurich: Rascher.
- Kiesler, D. J. (1983). The 1982 interpersonal circle: A taxonomy for complementarity in human transactions. *Psychological Review*, 90: 185-214.
- Kim, L. (1998). Crisis construction and organizational learning: Capability building in catching-up at Hyundai Motor. *Organization Science*, 9(4): 506–521.
- Lane, P.J., Koka B., and Pathak S. (2006). The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of Management Review*, 31(4): 833–863.
- Leary, T. (1957). *Interpersonal diagnosis of personality*. New York: Ronald Press.
- Levitt, B., March, J. G. (1988). Organizational Learning. *Annual Reviews*, 14: 319-320.
- Lilienberg, H. L. (2015). *Organisatsioonikultuur ja sooritus regionaalkultuurilises kontekstis ettevõtte Eolane France näitel*. Tartu Ülikool. Magistritöö.
- Loehlin, J. C., & Nichols, R. C. (1976). *Heredity, environment, and personality*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Maanen, J. V. & S. R. Barley. (1985). *Cultural Organization: Fragments of a Theory*. Beverly Hills: Sage. 31-53.
- Machado, D. D. B. R., Carvalho, C. E. (2008). Cultural Typologies and Organizational Environment: A Conceptual Analysis. *Latin American Business Review*, 9(1): 4-5.
- March, J., & Simon, H. (1993). *Organizations*. Oxford: Blackwell.
- Markov, S. (2017). *William Stern-Founder of Personalistic Psychology*. Genvive: The Universe of Creative People. <https://geniusrevive.com/en/william-stern-founder-of-personalistic-psychology/>
- Marquez-Ramos, L., & Martínez-Zarzoso, I. (2010). The Effect of Technological Innovation on International Trade. *Economics: The Open-Access, Open-Assessment E-Journal*, 4: 2010-2011.
- McCrae, R. R, & Costa, P. T. Jr. (1995). Solid ground in the wetlands of personality: a reply to Block. *Psychological Bulletin*, 117: 216-220.
- McCrae, R. R, & Costa, P. T. Jr. (1996). Toward a new generation of personality theories: theoretical contexts for the Five-Factor Model. New York: Guilford Press. 51-78.
- McCrae, R. R, & Costa, P. T. Jr. (2012). The Five-Factor Model, Five-Factor Theory, and Interpersonal Psychology. National Institute on Aging, NIH, DHHS. https://www.researchgate.net/publication/286535058_The_Five-Factor_Model_Five-Factor_Theory_and_Interpersonal_Psychology
- McCrae, R. R. (2011). Personality Theoriers for the 21st Century. *Teaching of Psychology*, 38: 209-214.
- McCrae, R. R. and Costa, P. T. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1): 81-90.

- McCrae, R. R. and Costa, P. T. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1): 81-90.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2008). Empirical and theoretical status of the Five-Factor
- Melchers, M. C., Li, M., Haas, B. W., Reuter, M., Bischoff, L. and Montag, C. (2016). Similar Personality Patterns Are Associated with Empathy in Four Different Countries. *Frontiers in Psychology*.
<http://journal.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2016.00290/full> (15.03.19)
- Miles, J. A. (2012). *Management and Organization Theory*. Wiley: Jossey-Bass.
- Miller, D. (2003). An asymmetry-based view of advantage: Towards an attainable sustainability. *Strategic Management Journal*, 24(10): 961–976.
- Montgomery, J. G. (2006). *The Role of Organizational Culture in Effective Team Development*. DLTS Faculty Publications. Paper 27.
- Mooij, M. D. (2005). *Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes*. 2nd Ed., Beverly Hills: Sage. 35.
- Murovec, N., & Prodan, I. (2009). Absorptive capacity, its determinants, and influence on innovation output: cross-cultural validation of the structural model. *Technovtion*, 29 (12): 859-872.
- O'Connor, G. C., & Narayanan, V. K. (2010). *Encyclopedia of Technology and Innovation Management*. Wiley: Blackwell.
- Plomin, R., & Daniels, D. (1987). Why are children in the same family so different from one another? *Behavioral and Brain Sciences*, 10: 1-16.
- Probst, G., Büchel, B. (1997). *Organizational Learning. The Competitive Advantage of the Future*. Prentice Hall.
- Psychologist World. (2019a). Neuroticism: A “Big Five” Personality Factor: What is neuroticism and how does it affect a person’s personality?
<https://www.psychologistworld.com/personality/neuroticism-personality-trait#references> (29.03.2019).
- Psychologist World. (2019b). Extraversion and Introversion: A look at extraversion as a personality trait. What determines whether a person is extraverted or introverted?
<https://www.psychologistworld.com/influence-personality/extraversion-introversion#references> (29.03.2019).
- Psychologist World. (2019c). Openness to Experience Personality Trait: The openness to experience personalit trait measures our receptivity to new ideas and experiences.
<https://www.psychologistworld.com/influence-personality/openness-to-experience-trait#references> (29.03.2019).
- Psychologist World. (2019d). Conscientiousness: A “Big Five” Personality Trait: What is conscientiousness and how does this “Big Five” personality trait affect people’s

behavior? <https://www.psychologistworld.com/influence-personality/conscientiousness-personality-trait#references> (29.03.2019).

Psychologist World. (2019e). Agreeableness: What is agreeableness and is it desirable as a personality trait? <https://www.psychologistworld.com/personality/agreeableness-personality-trait#references> (29.03.2019).

Rebane, M. (2018). Kuidas üles ehitada tugevat organisatsioonikultuuri ja miks see on ülitähtis? Grant Thornton. <https://www.grantthornton.ee/insights-landing-page/kuidas-ules-ehitada-tugevat-organisatsioonikultuuri-ja-miks-see-on-ulitahtis/> (27.04.19)

Reiling, J. P. (2019). Personality Traits and Organizational Culture. <https://www.brighthubpm.com/methods-strategies/129589-organizational-culture-personality-/> (27.04.19)

Riemann, R., Angleitner, A., & Strelau, J. (1997). Genetic and environmental influence on personality: A study of twins reared together using self- and peer report NEO-FFI scales. *Journal of Personality*, 65: 449-475.

Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and Leadership. A Dynamic View*. 2 nd Ed. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Schein, E. H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. 3 rd Ed. San Francisco: Jossey-Bass Publishers. 10-15.

Schein, E.H. (1999). *The Corporate Culture Survival Guide*. San Francisco: Jossey-Bass Publisher.

Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Row, 36: 132-145.

Scollon, C. and Diener, E. (2007). Love, work, and changes in Extraversion and Neuroticism over time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(6): 1152-1165.

Shahrier, A. (2016). Personality Affects Organizational Performance. <https://www.slideshare.net/azassshahrier/personality-affects-organizational-perfomance> (04.12.17)

Snell, R., Chak, A. M.-Ky. (1998). The Learning Organization: Learning and Empowerment for whom? *Management Learning*, 29(3): 337-364.

Teece, D. J., Pisano, G., Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7): 509-533.

Todorova, G., & Durisin B. (2007). The concept and recon-ceptualization of absorptive capacity: Recognizing the value. *Academy of Management Review*, 32(3): 774–786.

Tripsas, M., & Gavetti, G. (2000). Capabilities, cognition, and inertia: Evidence from digital imaging. *Strategic Management Journal*, 21(10-11): 1147-1161.

Tsilke, K. (2014). *Organisatsioonikultuuride kaardistamine ettevõtete ühinemise eelselt (kahe Eesti ettevõtte näitel)*. Tallinna Tehnikaülikool. Magistritöö.

- Tsoukatos, E., Vrontis, D., Weber, Y., & Shams, S. M. R. (2018). Business Models for Strategic Innovation. London: Routledge. Chapter 5 (How does entrepreneurial orientation influence knowledge exploitation?).
- Vadi, M. (2000). Organisatsioonikultuur ja väärtused ning nendevahelised seosed (Eesti näitel). Tartu Ülikooli Kirjastus. Doktoritöö.
- Vadi, M., Allik, J., Realo, A. (2002). Collectivism and Its Consequences for Organizational Culture. University of Tartu, Faculty of Economics and Business Administration Working Paper Series. Tartu. 13.
- Van den Akker, A. L., Deković, M., Asscher, J. and Prinzie, P. (2014). Mean-Level Personality Development Across Childhood and Adolescence: A Temporary Defiance of the Maturity Principle and Bidirectional Associations With Parenting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(4): 736-750.
- Von Hippel, E. (1988). The source of innovation. New York: Oxford University Press
- Weisberg, Y. J., DeYoung, C. G. and Hirsh, J. B. (2011). Gender differences in personality across the ten aspects of the Big Five. *Frontiers in Psychology*.
<http://journal.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2011.00178/full> (12.03.19)
- Wiggins, J. S. (1979). A psychological taxonomy of trait-descriptive terms: The interpersonal domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37: 395-412
- Wiggins, J. S., & Broughton, R. (1985). The interpersonal circle: A structural model for the integration of personality research. In R. Hogan & W. H. Jones (Eds.), *Perspectives in personality*. Greenwich, CT: JAI Press, 1: 1-47.
- Youngblood, M. D. (1997). Leadership at the Edge of Chaos: From Control to Creativity. *Strategy & Leadership*, 25(5): 328.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27: 185–203.
- Zahra, S., Sapienza H., and Davidsson P. (2006). Entre-preneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. *Journal of Management Studies*, 43(4): 917-955.
- Zahra, S., van deVelde E., and Larrañeta B. (2007). Knowledge conversion capability and the performance of corporate and university spin-offs. *Industrial & Corporate Change*, 16: 569–608.

LISAD

Lisa 1. Küsimustik

Küsimustik

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna äranduse tudeng ning kirjutan hetkel oma lõputööd teemal "Töötaja isiksuseomaduste ja organisatsiooni õppimisvõime mõju ettevõtte tulemustele ja organisatsioonikultuurile Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna bakalaureuseõppe töötavate tudengite näitel". Kuna teen just Teie näitel oma lõputööd, siis loodan, et leiate veidi aega antud küsimustikule vastamiseks.

Antud küsimustik on anonüümne ning selle täitmise võtab aega 15-20 minutit.

Aitäh!

* Kohustuslik

Vastaja profiil

Palun vastake järgmistele küsimustele enda kohta.

1. Teie sugu? *

Märkige ainult üks ovaal.

Naine

Mees

2. Kas käite ülikoolis õppimise kõrvalt tööl? *

Märkige ainult üks ovaal.

Jah

Ei

Kui vastasite küsimusele nr 2 jaatavalt, siis palun suunduge edasi küsimuse nr 3 juurde.

Kui vastasite küsimusele nr 2 eitavalt, siis tänan Teid vastamast ning võite oma vastuste ankeedi ära anda.

Isiksuseomadused

Alljärgnevalt on toodud rida isiksuseomadusi. Palun hinnake iga alljärgnevat isiksuseomadust iseenda kohta, millises ulatuses Te sellega nõus olete.

3. Seltsiv, entusiastlik *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

4. Kriitiline, väitlev *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

5. Usaldusväärne, distsiplineeritud *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

6. Ärev, kergesti ärrituv *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

7. Avatud uutele kogemustele, paindlik *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

8. Kinnine, vaikne *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

9. Kaastundlik, südamlik *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

10. Rahulik, emotsionaalselt tasaalukas *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

11. Korratu, hooletu *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

12. Harjumuspärane, vähe loominguline *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täiesti nõus

Õppimisvõime

Palun hinnake, kuidas järgnevad väited sobivad Teie töökoha ettevõttega.

13. Erialase info otsimine on igapäevane tegevus meie tööstusharus *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

14. Juhid motiveerivad töötajaid kasutama valdkondlike infoallikaid *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

15. Juhid ootavad, et töötajad tegeleksid informatsiooniga väljaspool erialast valdkonda *
Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

16. Meie ettevõttes arutatakse ja levitatakse ideid ja mõtteid erinevate gruppide/üksuste vahel *
Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

17. Juhid toetavad erinevate gruppide/üksuste vahelist koostööd ülesannete lahendamisel *
Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

18. Meie ettevõttes on kiire infoliikumine, kui mõni grupp/üksus saab olulist infot, siis teavitatakse sellest koheselt ka teisi *
Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

19. Juhid nõuavad regulaarseid gruppide-/üksustevahelisi arutelusid, et omavahel jagataks arenguid, probleeme ja saavutusi *
Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

20. Meie töötajad on suutelised liigendama/struktureerima ja kasutama kogutud teadmisi *
Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

21. **Meie töötajad on harjunud uusi teadmisi vastu võtma ja neid ette valmistama edasiseks kasutamiseks ***

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

22. **Meie töötajad suudavad edukalt seostada seniseid teadmisi uute teadmistega ***

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

23. **Meie töötajad on võimelised rakendama uusi teadmisi ***

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

24. **Juhid toetavad töötajaid uute ideede arendamisel ***

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

25. **Meie ettevõttes vaadatakse regulaarselt üle kasutatavaid tehnoloogiaid ja kohaldatakse neid vastavalt uutele teadmistele ***

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

26. **Kasutades uusi tehnoloogiaid oskab meie ettevõtte töötada efektiivsemalt ***

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

Organisatsioonikultuur

Palun märgi, millisel määral oled nõus alltoodud väidetega. Anna vastused mõeldes oma töökoha üksusele (üksuse puudumisel tervele ettevõttele).

27. Minu üksuse töötajad teavad selgelt meie üksuse eesmärke *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

28. Inimesed siiralt meeldivad üksteisele *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

29. Inimesed järgivad oma töös selgeid juhiseid ja instruktsioone *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

30. Inimesed saavad omavahel väga hästi läbi ja vaidlusi tuleb harva ette *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

31. Nõrgale sooritusele reageeritakse kiiresti ja kindlameelselt *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

32. Inimesed suhtlevad sageli ka väljaspool tööd *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

33. Meie üksus tahab tõesti olla parim *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

34. Inimesed teevad üksteisele teeneid, sest nad meeldivad üksteisele *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

35. Kui avaneb võimalus kasutada ära mõni konkurentsieelis, tegutsevad inimesed kiiresti ja otsustavalt *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

36. Inimesed on sõbrad sõpruse enda pärast - neil pole mingit varjatud tagamõtet *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

37. Strateegilised eesmärgid on kõigile ühised *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei nõustu üldse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

38. Inimesed jagavad sageli üksteisega ka isiklike teemasid *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

39. Inimesed loovad lähedasi pikaajalisi suhteid - ühel päeval võib sellest kasu olla *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

40. Tunnustamise ja karistamise alused on selged *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

41. Inimesed teavad palju üksteise perekondadest *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

42. Üksuse töötajad on valmis võitma selgelt määratletud vastaseid *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

43. Inimesi julgustatakse leidma töö käigus iseseisvalt paindlikke lahendusi *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

44. Eesmärkide täitmine on kõige tähtsam asi *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

45. Et saada midagi tehtud, tuleb vahel reeglitest ja süsteemidest mööda minna *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

46. Alustatud projektid viiakse ka lõpuni *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

47. Kolleegid peavad lahkunud töötajatega sidet, et teada, kuidas neil läheb *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

48. On selge, kust lõpeb ühe töötaja vastutus ja algab teise oma *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

49. Inimesed kaitsevad üksteist *

Märkige ainult üks ovaal.

	1	2	3	4	5	
Ei ole üldse nõus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täiesti nõus

Täna vastamast!