

**TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOLI TALLINNA KOLLEDŽ**

Rahvusvaheline majandus ja ärikorraldus

Hedy Heinmets

**NOORTE USALDUS EESTI RIIKI KUI BRÄNDI**

Lõputöö

Juhendaja: Raul Vatsar, *MA*

Tallinn 2016

## SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	3
1. BRÄNDI JA INSTITUTSIOONIDE USALDUSE KRITEERIUMID JA OLULISUS .....	5
1.1. Brändi olemusest ning selle usaldusest .....	5
1.2. Institutsionaalse usalduse vajalikkus .....	10
2. EESTI NOORTE USALDUSE UURING INSTITUTSIOONIDE, ISIKUTE JA ERAKONDADE SUHTES .....	16
2.1. Uuringu eesmärk, valimi ja meetodika kirjeldus .....	16
2.2. Uuringu analüüs ja tulemused .....	18
2.2.1. Aritmeetiliste keskmiste kujunemine .....	18
2.2.2. Soovitusindeksi kujunemine .....	31
2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud .....	35
KOKKUVÕTE .....	39
VIIDATUD ALLIKAD .....	41
LISAD .....	45
Lisa 1. Riigi brändi koosnemise struktuur .....	45
Lisa 2. Usalduse viis lainet .....	46
Lisa 3. Brändi väärtuse tekkimise olulised aspektid .....	46
Lisa 4. Üldine sotsiaalne uuring 1972 – 2012. aastal .....	47
Lisa 5. Uuringu küsimustik .....	48
Lisa 6. Indeksid .....	50
SUMMARY .....	52

## SISSEJUHATUS

Käesoleva lõputöö teemaks on “Noorte usaldus Eesti riiki kui brändi”. Antud teema on aktuaalne, noorte väljarände tõttu kodumaalt. Antud väidet kinnitab ka „Noorteseire“ uuring, kus selgub, et igal aastal lahkub Eestist järjest enam noori. Viimastel aastatel on Eesti kodanike osakaal ka Eestisse tulijate osas hakanud tõusma, kuid see ei suuda siiski võistelda lahkujate arvuga (Noorteseire 2013). Samuti selgub antud uuringus, et noorte valimisaktiivsus on veidi kasvanud, kuid suurenenud on ka nende noorte osakaal, kes peavad poliitikat keeruliseks ja arusaamatuks. Ka huvi poliitika vastu on langenud (Noorteseire 2013). Euroopas ja Ameerikas noorte seas korraldatud küsitlustes on samuti selgunud, et iga aastaga noorte huvi ja usaldus riiklikesse institutsioonidesse kahaneb, mille tulemusi on kajastatud ka antud töö teoreetilises osas. Antud töös käsitletakse Eesti riiki kui brändi ja kas antud bränd on noorte silmis usaldusväärne. Kui brändil puudub usaldus oma tarbijaskonna seas, siis bränd ei ole jätkusuutlik

Lõputöö eesmärgiks on analüüsida riiklike institutsioone, erakondi ning nendega seotud isikuid ja kas need on riigi brändi osana noorte silmis usaldusväärsed? Sellele autor püüabki töö käigus vastust leida. Töö valmimisel tutvus autor teemakohaste kirjandus – ja internetiallikatega, mida on kasutatud ka antud lõputöö koostamisel. Tulenevalt töö eesmärgist on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

- tutvuda valdkonda puudutava teooriaga ja eelnevate uuringutega antud valdkonnas ning tuginedes kirjandusallikatele välja tuua teoreetilised seisukohad;
- uuringu koostamine ning läbiviimine;
- läbi viidud uuringu andmete töötlemine, uuringu metoodikate tutvustus ja analüüs;
- uuringu järeldused ja ettepanekud.

Antud töö koosneb kahest osast. Esimene peatükk lõputööst on pühendatud teoreetilisele poolele. Milles autor toob välja brändi mõiste ning riigi brändi olulisuse tänapäeval. Seejärel seletatakse mõistet brändi usaldus. Mis on brändi usalduse alustalad ja mida brändi omanik saavutab kui tema klient usaldab brändi ja on lojaalne. Teooria teises pooles on juttu institutsionaalsest usaldusest, mis on kriteeriumid, et indiviidil tekiks usaldus institutsioonide suhtes. Selles on ka oluline osa on

usalduse kuritarvitamisel ning selle tagajärgedel. Samuti on näited teiste riikide sarnaste uuringu tulemustest. Teoreetilise osa lõpus on välja toodud üldise usalduse vajalikkus ning võimalused mida see loob ja kuidas usaldust tõsta.

Lõputöö teine pool on pühendatud uuringu analüüsile. Tuues kõigepealt välja uuringu andmed, meetodika, analüüsi teostuse, ning vastajate andmed ning jagunemise. Analüüsi osas esitab autor tulemused aritmeetilistes keskmistes väärtustes ning seejärel toob välja detailsema analüüsi valimis osalenud institutsioonide, erakondade ja isikute keskmise usalduse kujunemise soo ning rahvuse aluseks võttes. Analüüsi teises pooles kasutab autor soovitusindeksi meetodikat, kus kajastatud soovitusindeksit aluseks võttes noorte usaldus institutsioonidesse, erakondadesse, ning isikutesse.

Töö viimases osas on esitatud autoripoolsed järeldused uuringu tulemuste põhjal ning ettepanekud edasiseks, millele järgneb kokkuvõte ning lõputööd toetavad lisad.

# 1. BRÄNDI JA INSTITUTSIOONIDE USALDUSE KRITEERIUMID JA OLULISUS

## 1.1. Brändi olemusest ning selle usaldusest

Bränd on toote või institutsiooni aineliste ja sümbolsete omaduste kombinatsioon, mis annab tootele või institutsioonile identiteedi ja eristab selle teiste toodete või institutsioonide identiteedist (Wikipedia). Tugeva brändi loomiseks peab organisatsioon olema täitnud mõned põhieeldused. Kuna eduka brändi aluseks on järjepidev samasuunaline, samu väärtusi rõhutav ja samu töotusi täitev kommunikatsioon, peab ettevõttel ja tema tootel olema pikaajaline strateegiline arengukava. Kõige tähtsamad on siinjuures fundamentaalsed väärtused – ettevõtte identiteet, mis rajaneb järjepidevusel, missioonitundel ja visioonidel (Kalev 2002). Vihalem on välja toonud tugeva brändi eelised (Vihalem 2008):

- tõhustab firma kõiki tegevusi ning kasvatab tulu ja turuosa;
- vähendab riski ning suurendab firma usaldusväärust;
- pikendab toote elutsükli, hoiab kokku turundaja kulusid;
- annab tootele lisaväärtust, tarbijale ühtlase kvaliteedi ja selge sõnumi;
- mõjutab positiivselt tarbija ostu - ja tarbijaväärtust ning kujundab tarbimisharjumusi;
- kasvatab lojaalset tarbijaskonda;
- paneb tarbija ostma kindlat brändi analoogide hulgast;
- väldib tarbijal teise võtmist kui soovitud brändi ei ole müügil;
- kahandab tarbija hinnatundlikkust ning laseb tal maksta hinnalisa.

Lõputöös käsitleb autor riiklike institutsioone riigi brändi osana. Riigi bränd on palju enam, kui visuaalne märk, tunnuslause või värvivalik. Riigi brändi saab defineerida, kui strateegiliseks enesepresenteerimise viisiks riigile, mille eesmärgiks on luua mainekapital läbi majanduslike, poliitiliste ja sotsiaalsete huvide edendamise kodus ja välismaal (Szondi 2008). Riigi bränd, regiooni bränd, linna bränd on koondatud ühise nimetaja alla, milleks on kohabränd/kohaturundus. Anholt defineerib kohaturundust kui brändistrateegia ning teiste turundusprintsipiide ja tehnikate

rakendamist linnade, regioonide ning riikide majanduslikuks, sotsiaalseks, poliitiliseks ning kultuuriliseks arendamiseks (Anholt 2004). Allpool välja toodud viis kohabrändi põhimõtet (Govers jt.):

- kohabränd on eelkõige seotud koha eristumisega, mis on see mis teeb koha ainulaadseks, võrreldes teiste kohtade/konkurentidega ning mis on koha põhiväärtused ja lubadused;
- tugeva kohabrändi aluseks on omada tugevat sidusrühma;
- kui koht eristub on see meelde jääv, see tähendab ,et sellest kohast jääb meelde positiivne emotsioon ning tulevikus mõeldakse sinna naasmisele, elamisele või investeerimisele;
- kohabrändi parimad tulemused saavutatakse kui see on loodud tugevas ja püsivas koostöös valitsuse, äride, kodanikuühiskonna ja sihtturgudega;
- kohabränd ei ole vaid hea loosung, logo või õnnestunud reklaamikampaania, kohabrändi loomist peab toetama ühtselt poliitika, uuenduste, ürituste, struktuuride, investeeringute ja sümbolsete tegevustega. Kogemused on näidanud, et kokkuhoid kohabrändi loomisel aitab püüda küllastajate tähelepanu ja saavutada poolehoidu.

Taotluslikud riigi mainekujundus strategiad on küllaltki uus fenomen maailmas. Üle maailma tehakse riikides teadlikke jõupingutusi, et luua riigist bränd ja saada tunnustatud, selleks peavad riigid täitma kolme põhieesmärgi:

- meelitada turiste;
- suurendada riigisiseseid investeeringuid;
- kasvatada eksporti.

Riigi brändi kujundamine aitab suurendada valuuta stabiilsust, aitab taastada rahvusvahelise usaldusvääruse, tõsta reitingut mujal maailmas ja rahvusvahelises poliitikas suurendada sõna osakaalu. Loob tugevamad rahvusvahelised partnerlussuhted ja parendab riigi ehitamist andes juurde kindlustunnet, uhkust, harmooniat, ambitsioone ja rahvuslikku otsusekindlust. Kaugem eesmärk, mille poole riigikuvandi loomisega püüeldakse on end distantseerida vanast majanduslikust ja poliitilisest süsteemist (Dinnie 2008, p 17). Brändi loomine annab riigile positiivse kuvandi ja seetõttu on ka Eesti riik teinud aastaid jõupingutusi selle nimel.

Eesti riigi brändi loomise idee sai alguse 2002. aastal. Kuid erinevatel põhjustel see aastateks peatati ja Brand Estonia turukontseptsiooni kasutamiseni algselt kavandatud mahus ei jõutudki. Uuesti hakati brändi loomise vajalikkusele mõtlema pea 8 aastat hiljem. Tänapäevaks on olemas kindel kontseptsioon Eesti riigi brändist, mis koosneb paljudest eri tahkudest, mis lisas välja toodud joonisel. (Lisa 1)

Eesti riigi bränd elab viisis, kuidas oma maast räägitakse, läbi milliste tugevuste ja tegevustega teistest riikidest eristutakse ning millisena välismaailm riiki tajub ja kogeb (Brand Estonia). Eesti kui piiratud eelarvega väikeriik vajab ühtset turundust. Asju peab tegema koos, et maailmas oma tegevustele suuremat jõudu ja mõju saada. Selle nimel peavad era - ja avalik sektor tegema koostööd nii turismi, ekspordi, investeringute kui ka hariduse vallas. Koostööd lihtsustab oluliselt üks ühine sõnum ja nägemus riigist, millest räägitakse (Mändmets 2010).

Eestil on küll rahvuslik kultuuripärand, puhtana säilinud loodus ja oma innovaativsus saab tõestada e – riigi lahendustega, kuid sellegipoolest peab käima pidev töö tuleviku osas, kuna elatakse kõrge konkurentsiga ja kiirelt muutuv maailmas, mis tähendab, et riik peab küllastajate arvu, siia tehtavate investeringute ja ettevõtluse kasvatamiseks veelgi rohkem pingutama. Eristuv visuaalne keel suurendab küll Eesti tuntust ja usaldusväarsust, kuid silma paistmiseks peab panustama järjekindlalt tugevatele ja unikaalsetele külgedel (Mändmets 2010).

Riigile kujundatakse bränd, et luua positiivne kuvand, saada tunnustatud, suurendada sõna osakaalu välismaailmas, kuid väga oluline aspekt jätkusuutlikul brändil on usaldus.

On kahte tüüpi inimesi – kes alustavad suhteid vähese usaldusega, mis tuleb aja jooksul välja teenida ja need kes usaldavad kohe, kuid esimene märk ebausaldusväarsusest kaotab selle igaveseks (Thomson 2012). „Adekvaatne informatsioon usaldatava kohta on oluline eeltingimus usalduse tekkeks“ (Stoneman 2008). Usaldus on kõige kriitilisem komponent, et luua ja säilitada tugev, emotsionaalne ja toimiv bränd. Kuid brändi omanikud unustavad sageli, et usaldus on ainus, mis hoiab suhet kliendiga koos, kuid see aspekt on brändi – kliendi suhtes kõige olulisem osa, mis tuleb luua ja mida edaspidi hoida (Thomson 2012). Ausus ja siirus on olulised omadused, mis aitavad kaasa ja kindlustavad kliendi usalduse. See ei hõlma vaid informatsiooni õigsust, mida jagatakse kliendile, vaid oluliseks faktoriks on ka siiras ja asjakohane informatsiooni edastus. Kui bränd on järjekindel oma lubadustes ja kokkulepetes, on klient valmis usaldama (Thomson 2012). Kliendid pööravad suurt tähelepanu, kuidas bränd teatud situatsioonides käitub. Kas käitumine äratab usaldusväarsust või on kahtlane. Kui bränd suudab luua usalduse oma kõrgemal tasandil kliendiga on saavutatud emotsionaalne investering kahe osapoole vahel (Thomson 2012).

Side brändi ja kliendi vahel põhineb tugevalt ühiste väärtuste tajumisel ja nende hindamisel. Usaldusväärset brändid mõistavad millest nende kliendid tõeliselt hoolivad ja sellest saab tunnusmärk usaldusväärse suhtes. Bränd võib kaotada oma klientide usalduse mitmetel põhjustel, kuid mitte kuulata klienti ja reageerida kliendi soovidele, see on aspekt, miks on brändil raske taastada usaldust. On oluline küsida kliendi ausat tagasisidet, ning teha vajalikke muutusi ja

otsuseid. Klienti kuulata ja reageerida kiirelt ootustele, aitab vältida usalduse kaotamise teket. Kui usaldus on juba mõranemas, tuleks esimese asjana brändil kliendile teada anda, et ollakse teadlikud usalduse kaotusest. Olla avatud ja aus, on esimene samm, mis võib viia tagasi lojaalse suhteni. Brändile on oluline mõista, mida klient päriselt tahab, mitte ettevõttena mõelda, mida klient tahta võiks (Owen 2013).

Covery on välja toonud viis usalduse lainet, antud peatükis võib välja tuua neljanda laine, milleks on turu – usaldus. Selle laine võtmeprintsiibiks on maine. See räägib firma brändist, mis kirjeldab usaldust, mida kliendid tunnevad. Suure usaldusväarsusega brändide puhul ostavad kliendid rohkem, räägivad brändist rohkem teistele, pigem usaldavad kui kahtlevad ning jäävad brändi juurde kauemaks (Covery 2007, lk 48). Viis lainet välja toodud lisas. (Lisa 2)

Brändi usaldusele lisaks on väga olulised aspektid ka tarbijaväärtus ja lojaalsus. „Brändil on seda rohkem tarbijaväärtust, mida rohkem bränd on tuntud, mida rohkem tarbijad tajuvad seda kvaliteetse ja erilisena ning mida lojaalsem on brändi klientuur“ (Kuusik jt. 2010, lk 195).

Koostisosad mis aitavad luua vastupidava brändi tarbijaväärtuse, usaldusväärset brändid (Thomson 2012):

- teevad õigeid asju;
- naudivad ja hindavad Meie = Teie suhet kliendiga;
- on empaatiavõimelised;
- ei vea klienti kunagi alt;
- on läbipaistvad.

Et ülaltoodu toimiks tuleb brändil täita oma lubadusi, isegi kui teatud olukorras ei ole esialgne lubadus otstarbekas või kasumlik brändile, ometi tugevdab bränd sellega oma positsiooni kliendi teadvuses ja klient hindab siiraid jõupingutusi, mis tugevdab kliendi usaldust. Kõrge tarbijaväärtus loob ettevõttele palju konkurentsieeliseid. Lisas välja toodud brändi väärtuse elemendid, mis pakuvad lisaväärtust nii kliendile kui ka ettevõttele. (Lisa 3)

Eelpool mainitud teine aspekt ehk brändi lojaalsus on ettevõttele oluline, et olla konkurentsivõimeline ja kasumlik. Morgan ja Hunt on oma teoorias öelnud, et brändi lojaalsus suurendab brändi usaldust, kuna see on aluseks kahepoolsel väärtustatud suhte loomisel (Morgan, Hunt 1994). Lojaalne tarbija on veendunud kauba eelistes ning ostab peamiselt seda toodet, hoolimata hinnast. Bränd millel puudub lojaalne tarbijaskond on küllaltki haavatav, selle loomiseks peab klient tajuma rahulolu ja ootuste ületamisi seoses tarbitava kaubaga. „Bränd ei ole



turunduslikult suurim vara, lojaalsed tarbijad on brändi suurim vara“ (Light, Vihalem, 2008, lk 164).

Brändi usaldus antud töö kontekstis on Eesti erakonnad, institutsioonid ja nende juhid ning nende poolt antud lubadused ja tegelik käitumine olles juhipositsioonil. Kuna usaldus on kriitilisem komponent, et kahepoolne suhe tekkida saaks, ei tohiks tarbijat ehk siis riigis elavat inimest alt vedada ega lubadustest taganeda. Kuna usaldust taastada on raske, kui mitte pea võimatu, tuleks osata väärtuslikku suhet riigi ja elaniku vahel hoida, edastada õiget ja õiglast informatsiooni ja pidada kinni kokkulepetest ning kõigile kehtivatest seadustest.

Näitena: Meaningful Brands uuringu seletusest ja tulemustest selgub, et poliitika sarnaneb äriga mitmes mõttes. Lisaks peamisele, et võim avab ligipääsud ressursside jaotamisele, näeb sarnasust ka selles, et turundusest sõltub palju ja panused on kõrged. Ka poliitikud kujundavad mainet suhtekorralduslike vahenditega ning viivad läbi süsteemselt tarbijauuringuid. Nii erakonnad kui ka poliitikud isikutena on brändid. Leppides asjaoluga, et poliitika peabki tegelema turundusega, on põnev võrrelda, kuidas erakondi ja poliitikuid brändidena hinnatakse, seega viidi läbi mahukas uuring, milles osales 6341 inimest üle Eesti. Tegu oli unikaalse brändiuuringuga, mille meetodika on välja töötanud rahvusvaheline kommunikatsioonikontsern Havas Media, keda Balti riikides esindab Idea Group. Uuringu ühe võtmeküsimusena paluti inimestel hinnata, kui võrd erinevad brändid aitavad nende üldist elukvaliteeti parandada. Siinjuures ei piirdutud kitsalt tootebrändidega, vaid võrdlusesse oli kaasatud ka erinevad avalikud institutsioonid ja persoonid, sealhulgas poliitikud ja ka nende poolt esindatud erakonnad. Eestis uuriti kokku 207 brändi ning igäühte hindas ligikaudu 400 sellist inimest, kes konkreetse uuritava brändiga vähemalt mõnevõrra tuttav oli. Bränd kujutab endast teatud väärtuste ning tähenduste kogumit, mida turunduskommunikatsiooni abil pidevalt arendatakse ja taasluuakse. Uuringust ilmnis, et inimeste elukvaliteeti parandavad kõige sagedamini avalike institutsioonide, hariduse ning heategevusega seotud brändid (keskmiselt 30% vastanute puhul). Neile järgnevad toote- või teenuse brändid (vastavalt 28%), kohad kui brändid (27%) ning meedia- ja meelelahutuse brändid (24%). On tähelepanuväärne, et ülaltooduga võrreldes parandavad inimeste elukvaliteeti märksa vähem erakonnad (11%) ja konkreetsed poliitikud (10%). Võib oletada, et see peegeldab poliitika üldisi maineküsimusi. Brändide mõju elukvaliteedile erineb ka eestlaste ja mitte - eestlaste võrdluses (28%) mitte-eestlastest ning vaid (9%) eestlastest tajuvad, et Keskerakond parandab nende elukvaliteeti. Selle valguses on üllatav, et Reformierakonna puhul erinevus rahvusgruppide vahel puudub antud uuringu põhjal täielikult (Sööt 2013).

## 1.2. Institutsionaalse usalduse vajalikkus

Euroopa riikide ühiskonnas ei ole majandus ainuke sotsiaalne struktuur, mis kujundab inimeste hoiakuid, uskumusi ja tegusid. Poliitilistel institutsioonidel on ühiskonnas suur roll, kuidas tunneb inimene end teiste seas. Vabariiklike kodanike teooria järgi usaldavad inimesed poliitilisi institutsioone, kui nad jagavad samu poliitilisi väärtusi ja moraale (Putnam 1993). Teisiti öeldes on kõrge institutsiooniline usaldus suurepärase näitaja, mil määral riigi elanikud on omaks võtnud ühise kodanikukultuuri (Letki 2008). Usaldus poliitilistesse institutsioonidesse tekitab kindlustunde, et sotsiaalseid ja poliitilisi konflikte on võimalik positiivselt lahendada. Kui usaldatakse institutsioone on kergem usaldada ka teisi isikuid, sest tuntakse end turvaliselt ja teatakse, et usalduse rikkujad saavad karistada. Kui usaldus institutsioonidesse on kodanike poolt kõrge, on valitsusel kergem luua ja vastu võtta poliitilisi otsuseid, sest inimesed lepivad ja nõustuvad otsustega kergemini. Stoneman on öelnud, et usaldus mis tahes institutsiooni suhtes on seotud usaldusega, seda institutsiooni juhtivate indiviidide suhtes (Stoneman 2008). Seega kodanikukultuuri omaks võtnud inimesed järgivad ja toetavad riigiasutuste poolt tehtavaid nõudmisi ja vajadusi (Almond, Verba 1963). „Mida rohkem inimesi kaasatakse poliitilisse struktuuri, seda positiivsemalt võivad nad suhtuda ka sotsiaalsetesse ohtudesse nagu sisseränne ja etniline mitmekesisus“ (Andrews 2009). Samas on öelnud (Wiberg 1986 ja Klingemann, Fuch 1995), et mõistlikku skeptilisust, või realistlikku küünilisust pimedas usu asemel institutsioonidesse võib pidada demokraatlikule riigikorrale täiesti sobivaks. Piotr Sztompka on usalduse olulisusest kõneledes toonud välja, et demokraatia loob usaldust ja usaldus aitab säilitada demokraatiat (Sztompka 1999). Sama mõttega ühtib ka Bianco „usaldus ühendab kodaniku ja institutsioonid, kes on mõeldud kodaniku esindama ja seeläbi on demokraatia olemasolu võimalik“ (Bianco 1994). Allpool välja toodud kolm põhilist kriteeriumit, millest sõltub indiviidi usaldus poliitilise institutsiooni suhtes (Pharr jt 2000):

- informatsiooni hulk, mis kodanikkonnale on kättesaadav;
- kriteeriumid, mille järgi avalikkus institutsioone hindab;
- institutsioonide reaalne toimimine.

Milline neist kriteeriumitest on tähtsaimal kohal või usaldus kõige enam mõjutab, ei saagi täpselt paika panna, sest see oleneb üksikindiviidist eraldi. „Poliitilise institutsiooni usaldusväärsus kannatab, kui minu ja minu jaoks oluliste teiste suhtes langetatud otsused, lähtudes siis mõistagi otsustajate huvidest, ei ole kooskõlas minu või oluliste teiste huvidega“ (Stoneman 2008, p 46). Stolle ja Rothstein väidavad, et kodaniku jaoks on usaldusotsuse tegemisel kõige olulisem teada,

kas institutsioon peab tervikut olulisemaks üksikosadest ja kaitseb seisukohta, et seaduse ees on kõik võrdsed ja tähtsustab erapooletust (Rothstein, Stolle 2005).

Mishler ja Rose on uurinud poliitilist usaldust just postkommunistlikes riikides ning leidnud, et on olemas viis tegurit, mis olulisel määral mõjutavad usaldust poliitiliste institutsioonide suhtes:

- vanus;
- elukoht;
- haridus;
- sugu;
- suhe kirikuga.

Statistiliselt omasid postkommunistlikes riikides mingit mõju vaid kaks kriteeriumit, vanus ja elukoht. Kuid ka nende kriteeriumite mõju ei olnud väga suur. Nad leidsid, et vanemate inimeste usaldus poliitiliste institutsioonide suhtes on suurem kui noorematel ja väiksemates asulates elavad inimesed on samuti rohkem usaldavad (Mishler, Rose 2004). Madalat usaldust poliitilistesse institutsioonidesse on nimetanud „mesinädalate järgseks efektiks“, sest postkommunistlikes riikides on kodanike ühiskondlikud nõudmised pärast riigi üleminekut õigustamatult kõrged ja väljendavad oma tugevat skeptilisust, see on seotud postmaterialistlike väärtustega, tänu millele kerkivad esile kriitilised kodanikud (The Individual Bases of...2005). Lendok Mihkel on toonud välja oma bakalaureusetöös Mina. Maailm. Meedia. uuringu, milles selgunud, et Eesti olles küll postkommunistlik riik, on põhilistel sotsiaaldemograafilistel näitajatel teatav mõju usaldusele poliitilistesse institutsioonide suhtes siiski olemas. Antud uuringus selgub, et mitte noored inimesed ei usalda institutsioone vähem vaid keskmises elueas inimesed vanuses 30 – 54 ning nooremad ja vanemad inimesed on institutsioonide osas sama usaldavad. Samuti selgus, et keskmiste suurustega asulates elavatel inimestel on usaldus pigem väiksem, suuremates ja väiksemates asulates elavate inimeste usalduse tase omavahel märkimisväärselt ei erine. Küll mitte väga suure erinevusega, kuid siiski, usaldavad naised meestest riiklike institutsioone natukene vähem. Mitte - eestlased ja inimesed, kellel puudub Eesti kodakondsus usaldavad riiklike institutsioone märkimisväärselt eestlastest vähem. Huvitaval kombel ilmneb, et Eestis elavate inimeste haridustaseme järgi vaadates usaldavad just kõrgema haridustasemega inimesed riiklike institutsioone kõige rohkem. Vastupidiselt teoreetikute välja käidud väitele, et haritumad inimesed on kriitilisema meelega ja seetõttu madalama usalduse tasemega (Lendok 2008). Arvisto Katrini bakalaureusetöös on välja toodud Lühiste Kadri öeldu, mis erineb eelpooltoodud uuringu tulemustest, ehk naised usaldavad institutsioone rohkem kui mehed ja mida haritum on inimene,

seada madalama hinnangu annab ta institutsiooni usaldusväärsele, ning ühtib eelpool mainituga, et konkreetsetes riigis etnilisse vähemusse kuuluvad inividid, eristudes eelkõige keeleoskuse järgi, on riiklike institutsioonide suhtes umbusklikumad (Arvisto 2010).

Easton on öelnud, et rääkida poliitilisest usaldusest ja toetusest korrektset ja seda empiirilistest mõõta, tuleb lahti seletada kahte tüüpi poliitilist toetust. Nimelt spetsiifilisest ning hajus toetusest. Spetsiifiline toetus viitab vaid poliitilisele võimule, kuidas jaguneb kodaniku rahulolu võimu toimimisse ja igapäevastesse otsustesse. Kui uusi otsuseid on vastu võetud, siis kodanikud hindavad neid erinevalt ja seega on spetsiifiline toetus pidevas muutumises. Seevastu hajus toetus koosneb hea tahte ning hoiakute vaatenurgast, mis aitab kodanikel aktsepteerida või tolereerida ka otsuseid mis neile ei meeldi, kuid mille puhul mõistetakse, et otsus ei ole seotud konkreetsete poliitiliste tegevustega, vaid üldise poliitilise kuvandiga. Veelgi enam hajus toetus on tähelepanuväärne oma süsteemi vastupidavuse poolest rasketel, pettumuste aegadel, nagu näiteks inflatsioon või sõda. Kuigi nendel kahel liigil toetusel on erinev mõju on nad ometi täiendavad teineteist, sest pikemas perspektiivis hajus toetus põhinebki alusel, et see järgneb eelnevale spetsiifilisele toetusele kodanike seas. Lühiajalised ebaõnnestumised valitsuse poolt, rahuldumaks kodanike ootusi on tavaline nähtus, ning see ei ohusta hajus toetust ning stabiilset poliitilist süsteemi (The Individual Bases of...2005)

EUYOUPART ehk (Euroopa noorte poliitiline osalus) viis 2005. aastal läbi näost näkku intervjuud 8030 noorega erinevates Euroopa riikides, vanuses 15 - 25 aastat. Tulemused näitasid, et (63%) vastanutest ei huvitu poliitikast ja noored usaldavad pigem rahvusvahelisi institutsioone kui enda kodumaa institutsioone. Küsitluses selgus, et kõige paremad tulemused olid Saksamaa noorte seas (51%), neile järgnes Itaalia (42%). Kõige vähem huvi näitas üles Inglismaa (30%), Eesti (29%) ja Slovakkia (28%). Sellest võib järeldada, et noorte usaldus institutsioonidesse kahaneb kuna noortel ei ole huvi poliitika vastu (Young people trust Eu...2005). Harvardi ülikool viis 2014. aastal läbi küsitluse Ameerikas 18 – 29 aastaste noorte seas, millest selgus, et noored on kaotanud usalduse suurte avalike institutsioonide suhtes, sealhulgas president, sõjavägi, riigikohus ja föderaalvalitsus tervikuna. Küsitluse läbiviijad tõid välja, et tulemused olid langenud veel madalamale kui aasta varem tehtud küsitluses noorte seas, mille tulemused tookord tunnistati ajalooliselt kõige madalamateks tulemusteks (Walker 2014).

Usaldus on miski, mis ühendab inimesi. Usaldus on seotud kodanike suurema panusega riiki, korruptsiooni vähenemisega, suurenenud vastupanuvõimega võimalikele katastroofidele, vähendab majanduslikku ebavõrdsust ja kuritegevust. Samuti on usaldusel seos intelligentsuse,

õnne ja tervisega. Uuringud läbi aegade on näidanud, et usaldus suureneb vanusega. Robert Putnam on öelnud, et nooremate inimeste seas on väiksem usalduse mõjutavad faktorid televisioon, internet, meedia ja muud säärased nüansid (The decline of trust...2014). Samas on Stolle ja Nishikawa leidnud, et meedia võib olla mõjutanud just vanemate inimeste usaldust ja seetõttu on vanemad inimesed andnud oma usaldamatust edasi ka noortele (The decline of trust...2014). Josh Morgan on analüüsinud aastakümneid läbiviidud uuringut Ameerikas, milles muuhulgas on välja toodud ka inimeste usaldus erinevates vanustes (The decline of trust...2014). See näitas, et 18 – 39 aastaste inimeste seas on usaldus olnud alati madalam kui üle 40 aastastel inimestel. Kuid aastaks 2012 on usaldus kukkunud nooremate vastajate seas lausa (20%). Antud analüüsis on noorte usaldus olnud kõrgeim aastatel 1972 ja 1984 mil usaldus on olnud üle (40%). Lisas 4 on välja toodud antud uuringu tulemuste diagramm. (Lisa 4)

Usaldus ja usaldamatus mängivad olulist rolli nii majanduslikus, poliitilises kui sotsiaalses elus. Usaldus võimaldab suhtlemist ja koostööd, samas usaldamatus kaitseb ebausaldusväärsete isikute ja institutsioonide eest. Demokraatlikus ühiskonnas võimaldab usaldus inimestel ja institutsioonidel suhelda vabalt ja avatult. Fukuyama on öelnud, et ühiskonnad, kus kodanikel on usaldus, tulevad inimesed spontaanselt kokku. Kui inimesed alustavad koostööd vabalt ja spontaanselt on koostöö innovaatilisem ja paindlikum. Spontaanne seltsimine omab tähtsat rolli kaasaegses keerulises ühiskonnas (Davies 2008).

Tänapäeva keerulises maailmas on usalduse olemasolu eriti oluline, kuna inimesed peavad informatsiooni ja teenuste saamiseks toetuma teistele, kellest enamus on tundmatud. Valitsusel on hädavajalik, et inimesed osaleksid demokraatlikus protsessis, kuid usaldamatuse korral isoleerivad inimesed end, mille tõttu ühiskonna elu kõduneb ja demokraatia kannatab. Kui inimesed tunnevad valitsuse ees vastutust, tuntakse, et praegune ja tulevane keskkond nende ümber on stabiilne ja kindel. Tundes end kindlalt demokraatlikus ühiskonna toimimises, tunnevad inimesed end vabamalt ja loovad usalduslikke suhteid. Võib öelda, et ei usaldus ega usaldamatus ei ole kumbki täiesti hea või halb. Mõlemal juhul võib olla nii positiivseid kui negatiivseid tulemusi. Usaldus soodustab inimeste vahelist koostööd ja suhtlemist, usaldamatus seevastu pärsib suhtlust ning koostöövõimalusi, mis omakorda õõnestab majandust ja demokraatiat. Ometi täidab usaldamatus olulist funktsiooni demokraatias, hoides võimu esindajad kontrolli all (Davies 2008).

Davies Katie on läbi viinud uuringu 15 – 25 aastaste noorte seas, et uurida noorte usaldust. Uuringus selgus, et noored usaldavad suhteid lähedastega. Kui peab suhtlema tundmatute isikutega informatsiooni või teenuse saamiseks, oleneb küsitluses osalenud noorte usaldus sellest, kas isik

tundub professionaalselt kompetentne. Institutsioonide usalduse osas oli noorte otsus usaldada pigem ebaselge ja kahtlev. Hoiakute osas poliitikutesse, kogukonna liidritesse, valitsusse ning meediasse, väljendasid mõned osalejad usaldamatust, kuid kommentaaride osas jäid napolisõnaliseks. Sellest võib järeldada, et noored pigem peavad neid teemasid endast kaugeks ning ei mõtle sellistele teemadele. Samuti oli antud uuringus viidatud ka eelnevalt Ameerikas läbiviidud sarnastele uuringutele kus järeldatud, et noored suhtuvad ülekaalukalt kriitiliselt poliitikutesse ning poliitilistesse protsessidesse. Pigem ei usuta, et poliitilised protsessid suudavad lahendada olulisi küsimusi. Samuti väljendasid noored veendumust, et poliitika omab vähe tähtsust nende elus (Davies 2008).

Covery on öelnud, et on olemas midagi, mis ühendab iga üksikisikut, suhet, meeskonda, perekonda, organisatsiooni, rahvust, majandust ja tsivilisatsiooni kogu maailmas – milleta häviks võimsaim valitsus, edukaim firma, jõulisem majandus, mõjukaim juhupositsioon, tugevaim sõprus, kangeim iseloom ja suurim armastus. Arendamise ja oskusliku kasutamise korra võib see tuua kaasa ennenägematu edu ja heaolu elu igas valdkonnas, see on usaldus (Covery 2007). Samuti on Covery toonud välja viie laine esimeses laines, ehk eneseusalduses, et tekiks usaldus teiste vastu peab olema usaldus ka enda vastu. Aburdene on öelnud, kõrgemaid väärtusi, nagu usaldust ja ausust saab tõlkida otse käibeks, kasumiks ja rikkuseks (Covery 2007).

Erinevatest usaldusest rääkivatest kirjandusallikatest on välja toodud põhilised aspektid, kuidas on võimalik usaldust tõsta:

- Tõhus suhtlemine, see on otsene ja kogu protsessi vältel kestev suhtlus. Kui seda suudetakse teha edukalt aitab see kodanikel ja kogukonnal mõista protsessi, selle eesmärgi, vajalikkust ja kavandatud tulemusi. See aitab teha teadlikke otsuseid, mõista oma rolli protsessis ja aitab kaasa pikaajalise usalduse tekkimisel;
- Austus, on hädavajalik aspekt mis aitab kaasa jõupingutustele luua usaldus kõikide osapoolte vahel;
- Protsessi läbipaistvus, kõik jõupingutused läbi protsessi peavad olema selged ja hästi mõistetavad kõikidele osapooltele. Vältida tuleb varjatud külgi protsessis ei ole vahet, kas need on isiklikud, poliitilised või informatiivsed;
- Laialdane teabe jagamine, tõhus kaasamine ja usaldamine vajab ühtset mõistmist teatud protsessist. Kui elanik tunneb, et informatsiooni jagatakse vaid vähestele või ei hõlma kõiki vaatenurki protsessis siis on vähe tõenäoline, et tekib usaldus osapoolte vahel;

- Inimeste kaasamine mõtestatud viisil - kui elanike panus protsessis on rakendatud viisil mis tekitab isikus tunde, et see on kooskõlas tema perspektiividega, aitab see tekitada suuremat usaldust (The Role and Importance of...).

Ei ole vahet, mis sorti usaldusest on juttu ning mis eluvaldkonnaga on see seotud, usaldus on kõige alus. Usaldusega kasvab inimeste heaolu, see parandab inimeste elukvaliteeti ning tänu usaldusele edendavad õnnelikud inimesed häid suhteid.

## **2. EESTI NOORTE USALDUSE UURING INSTITUTSIOONIDE, ISIKUTE JA ERAKONDADE SUHTES**

Käesolev peatükk on töö empiiriline osa, kus esimeses alapeatükis kirjeldatakse uuringu eesmärki, valimit ja metoodikat, teises alapeatükis esitatakse analüüsi tulemused erinevaid analüüsimetoodikaid kasutades, ning seejärel tuuakse välja uuringu tulemuste põhjal järeldused ja ettepanekud.

### **2.1. Uuringu eesmärk, valimi ja metoodika kirjeldus**

Uuringu objektiks on institutsioonid, nende juhid ja erakonnad. Töö eesmärgiks on välja selgitada, kas noorte jaoks on riiklikud institutsioonid, erakonnad ja nendega seotud isikud usaldusväärsed.

Käesolev töö on loodud struktureeritud küsitlusuuringu alusel. Uuringus osaleb 29 riigi institutsiooni, 5 suuremat erakonda ja 24 erinevate institutsioonidega seotud isikut. Uuringu analüüsist jäi välja 1 küsimus, mis küsimustiku ankeedil kordus. Küsimustele on võimalik vastata skaalal 1- 10, kus 1 on absoluutselt ebausaldusväärne ning 10 väljendab absoluutset usaldusväärset. Küsimustiku lõpus on ka variantidega küsimused vanuse, soo, haridustaseme, emakeele, töö ja õppimise ning sissetuleku kohta. Küsitlusega on võimalik tutvuda tööle järgnevatel lisades. (Lisa 5)

Uuringus on kasutatud kvantitatiivset uurimismeetodit tänu millele on tulemused mõõdetavad ja on võimalik teha kokkuvõtteid läbi statistiliste näitajate. Küsitlus viidi läbi 10. september - 10. detsember 2014. aastal. Küsitlus teostati paberkandjal ja viidi läbi enamuses veel õppivate noorte seas. Küsimustikule vastas 325 inimest. Tulemused kanti Microsoft Exceli tabeliarvutussüsteemi ning seejärel kasutas autor antud süsteemi lisamoodulit PowerPivot, mille abil saab töötada suurte andmemahitudega, mis aitab luua andmemudeleid, aruandeid ja muud seesugust.

Analüüsi osas on tulemuste esitamiseks kasutatud aritmeetilist keskmist, mis on statistiliste andmete analüüsis tihedamini kasutatav näitaja ning soovitusindeksi metoodikat, mille hüpotees



on ,et mida kõrgem on lojaalsete soovitajate hulk, seda suurem on usaldus institutsiooni, erakonna või isiku suhtes. Seejärel on analüüsitud ja võrreldud tulemusi.

Soovitusindeksi meetodiga saab mõõta soovitajate osakaalu. Soovitusindeks põhineb asjaolul, et kui inimene kedagi või midagi soovib, siis ta võtab justkui vastutuse soovitud kvaliteedi eest. Soovitusindeks on selge, mugav, operatiivne, täpne ja lihtne meetod kliendilt tagasiside saamiseks, teenuse kvaliteedi hindamiseks ja teenuse parandamiseks. Soovitusindeks jagab kliendid kolme rühma, antud töös on rühmadeks 0 – 6 ei ole usaldusväärne, 7 – 8 pigem usaldusväärne, 9 – 10 usaldusväärne ja sellega mõõdetakse soovitajate osakaalu. Soovitusindeks arvutatakse lahutades soovitajate protsendist mittesoovitajate protsent.

Küsitluses osales vastajaid erinevatest vanusegruppidest. Küsitluslehel oli vanuse vahemik 18 – 41+ aastat. Kuid osa vastajatest olid nooremad ja märkisid vanuseks variantide kõrvale, alla 18 aasta. Osalejate seas oli üks 14 aastane vastaja, 84 vastajat olid 15 - 17 aastased. Vanusegruppi 18 – 23 märkis end 203 osalejat. Mõlemal juhul kaks vastajat oli variandil 24 – 30 ja 31 – 40 aastat. Kõige vanem vanusegrupp 41+ märkis end 6 isikut. Oma vanust ei täpsustanud 27 vastajat.

Haridustasemelt osales uuringus väga erinevaid inimesi 1 vastajal ei olnud veel põhiharidust, 18 inimest omasid põhiharidust. Juba keskkaridusega oli vastajaid 236 ja keskeri haridusega 2 vastajat. Kõrgharidusega oli 9 vastajat ja 59 ei täpsustanud haridustaset.

Õppivaid noori osales uuringus 251, töötavaid noori oli 11, töötan ja õpin vastusevarianti kasutati 40 juhul ja 23 osalejat ei soovinud täpsustada.

Küsimustikus osales 120 meest, 193 naist ja 12 vastajat ei täpsustanud oma sugu. Emakeele jagunemises oli eestlasi 286, vene rahvusest (edaspidi töös nimetatud mitte – eestlasi) 20 ja 19 vastanut ei täpsustanud oma emakeelt. Tabelis 1. on välja toodud jagunemised arvudes ja protsentides.

**Tabel 1.** Vastajate jagunemine emakeele, meeste ja naiste vahel

Soo alusel jagunemine	Vastajate arv / osakaal	Emakeele alusel jagunemine	Vastajate arv / osakaal
Naine	193 / 59%	Eesti	286 / 88%
Mees	120 / 37%	Vene	20 / 6,2%
Ei täpsustanud	12 / 4%	Ei täpsustanud	19 / 5,8%
Kokku	325 / 100%	Kokku	325 / 100%

Allikas: töö autor

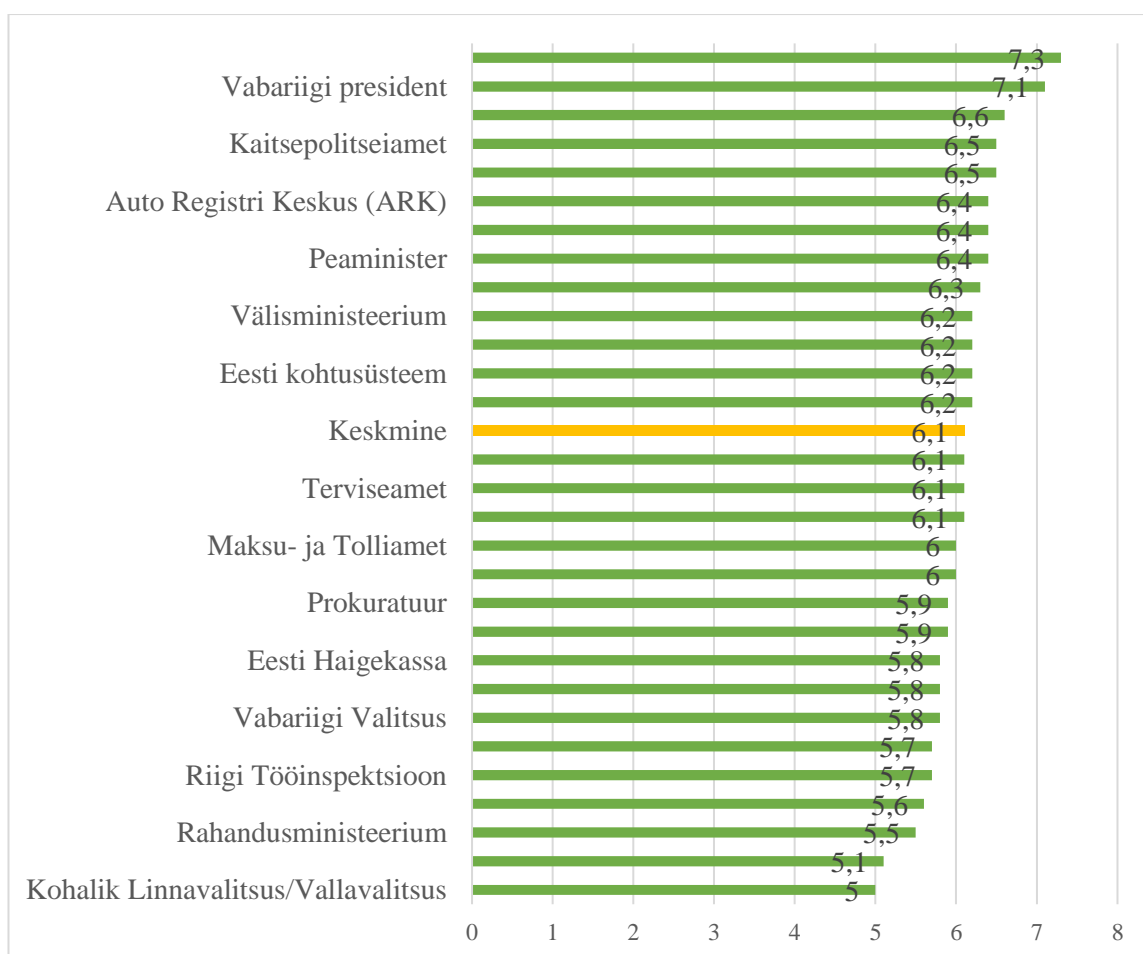
Nagu tabelis näha, on eestlastest vastajate ülekaal uuringus osalejate seas koguni (88%), mitte - eestlaste osakaal (6,2%) ja sugu mitte täpsustanud vastajate (5,8%) jagunemine on küllaltki ühtlane. Soo jagunemisel on uuringus osalenud enim naisi (59%), seejärel mehi (37%) ning sugu mitte täpsustanud vastajaid oli vähe (4%).

## 2.2. Uuringu analüüs ja tulemused

Uuringu analüüsi esimeses osas on küsitluse tulemused välja toodud üldistes keskmistes väärtustes ning seejärel analüüsitud keskmisi väärtusi detailsemalt, soo ja rahvuse alusel. Analüüsi teises osas on küsitluse tulemused välja toodud kasutades soovitusindeksi meetodikat.

### 2.2.1. Aritmeetiliste keskmiste kujunemine

Esmalt on analüüsitud institutsioone ja leitud keskmised näitajad. Joonisel 1. on näha tulemusi.

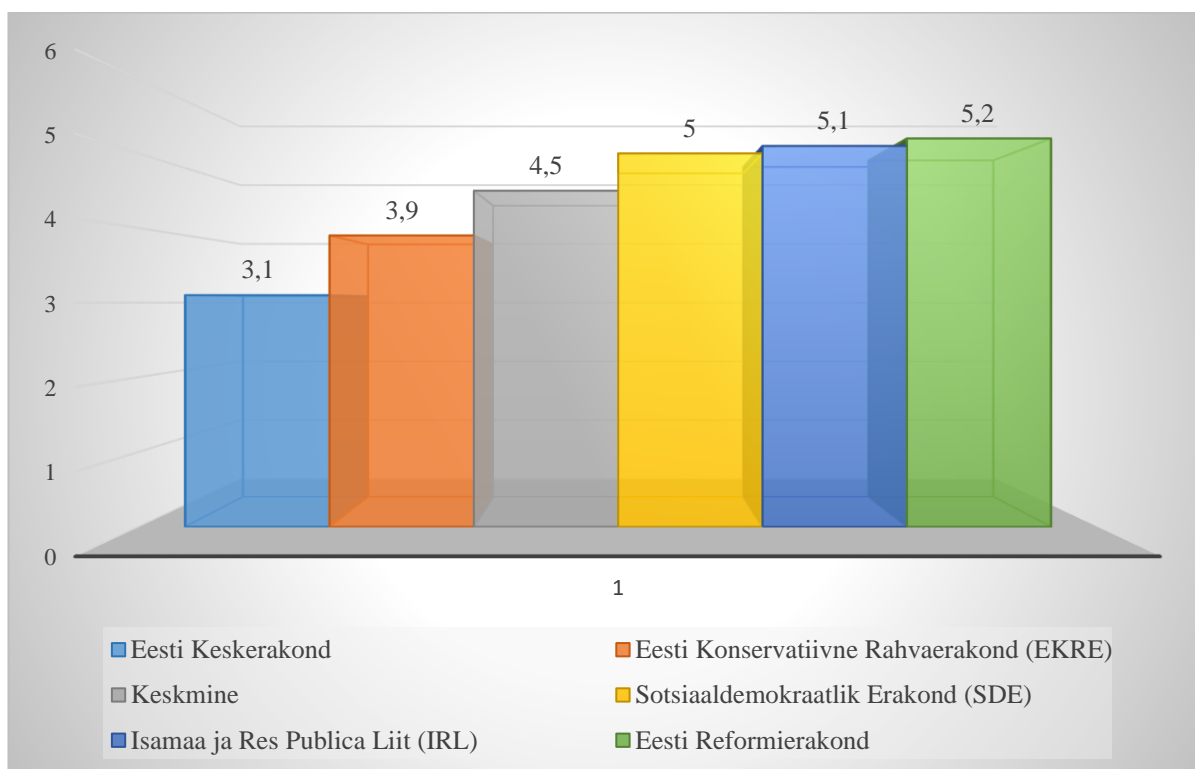


**JOONIS 1.** Institutsioonide jagunemine keskmiste väärtuste alusel

Allikas: töö autor

Institutsioonide keskmiseks hinnanguks kujunes (6,1). Üle keskmise väärtuse kujunes 13 institutsioonile, alla keskmise jäi 16 institutsiooni. Kõrgeimad tulemused kujunesid Eesti Kaitseväele (7,3), Vabariigi Presidendile (7,1), Kaitsejõudude Peastaap jäi mõnevõrra madalama tulemusega, saades (6,6). Alla keskmise väärtuse madalamad tulemused kujunesid Rahandusministeeriumile (5,5), Riigikogule (5,1) ja kohalikule linnavalitsus/vallavalitsusele (5). See näitab, et teatud institutsioonidesse on usaldus ühtlaselt madal.

Eesti erakondade keskmised näitajad olid küllaltki ühtlased. Joonisel 2. näha tulemused keskmistes väärtustes.

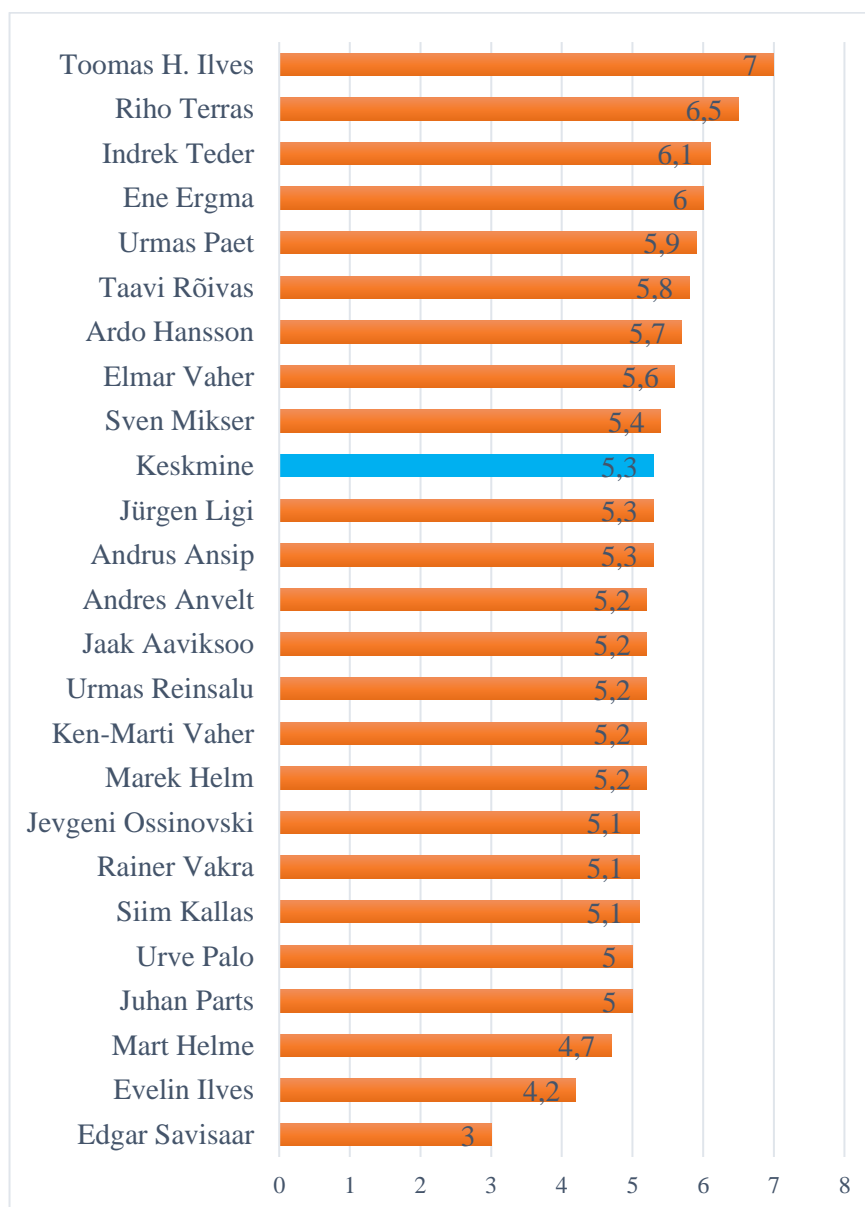


**JOONIS 2.** Erakondade jagunemine keskmiste väärtuse alusel

Allikas: töö autor

Erakondade tabeli keskmiseks hinnanguks kujunes (4,5). Madalaima tulemuse erakondade hulgas sai Keskerakond (3,1) ja kõrgeima Reformierakond (5,2). Isamaa ja Res Publica Liit (5,1) ja Sotsiaaldemokraatlik Erakond (5), saavutasid samuti keskmisest kõrgemad tulemused. Alla keskmise tulemuse jäi ka Eesti Konservatiivne Rahvaerakond (3,9).

Joonisel 3. on välja toodud erinevate institutsioonidega seotud isikute keskmised väärtused.



### JOONIS 3. Isiku jagunemine keskmiste väärtuste alusel

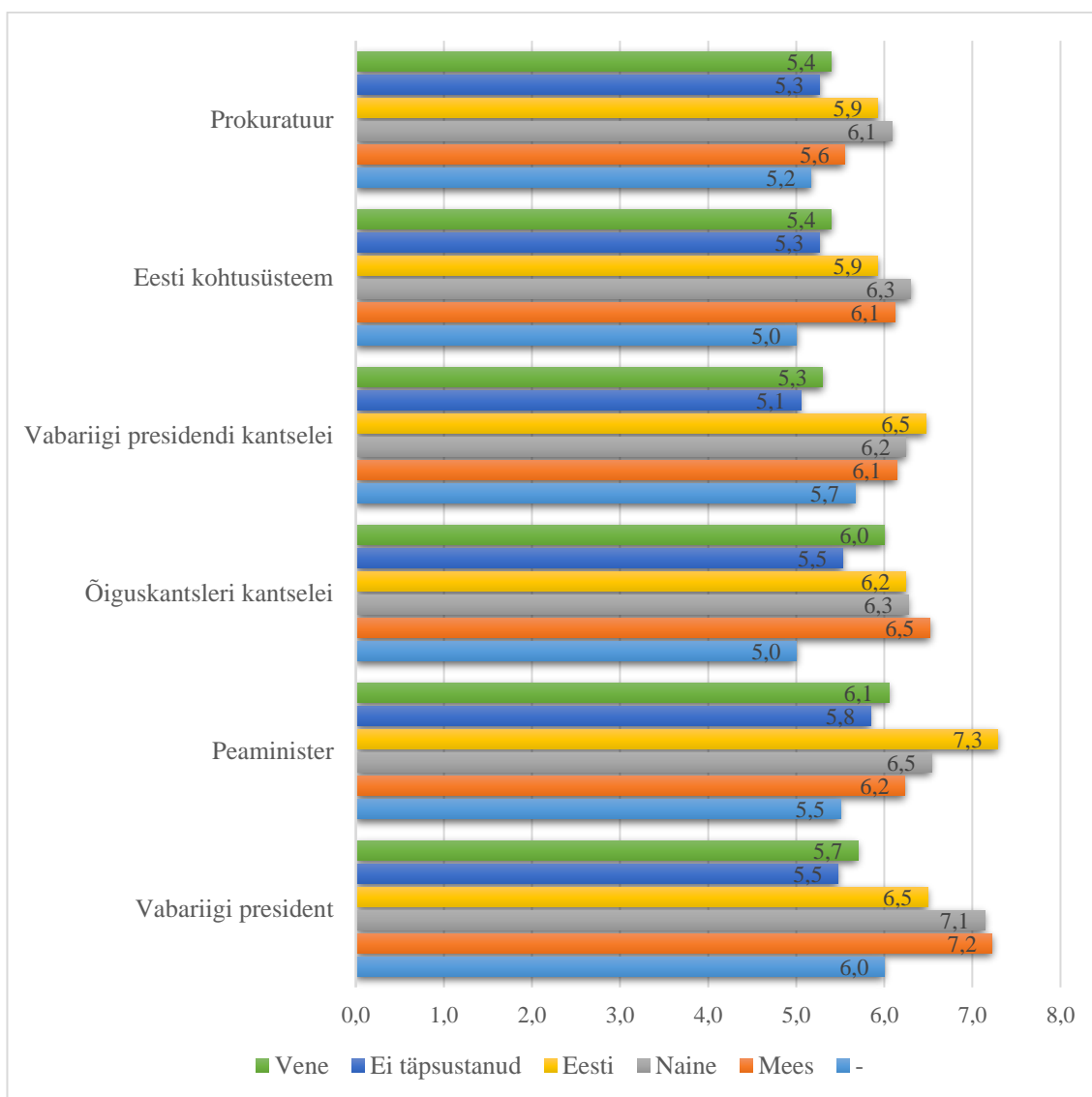
Allikas: töö autor

Institutsioonidega seotud isikute diagrammi keskmiseks osutus (5,3). Madalaimad tulemused institutsioonidega seonduvate isikute hulgas said Mart Helme (4,7) ja Evelin Ilves (4,2) ning Edgar Savisaar (3). Kõrgeimad tulemuse institutsioonidega seonduvat isikute hulgas said Toomas H. Ilves (7), Riho Terras (6,5) ning Indrek Teder (6,1).

Järgnevalt soovib töö autor detailsemalt analüüsida rahvuse ja soo alusel, institutsioone, erakondi ja nendega seonduvaid isikuid keskmiste väärtuste alusel, et teada saada rahvuse ja soo eripäradest tulenevalt usaldusväärse erinevusi. Kuna uuringu valimis osales palju erinevaid institutsioone ja

isikuid, siis grupeeris autor institutsioone ja isikuid eraldi diagrammidesse ning analüüsis tulemusi jooniste all. Töö järelduse osas analüüsib autor institutsioonide, erakondade ja institutsioonidega seonduvate isikute koondtulemusi. Isikud, kes oma emakeelt ei täpsustanud, on joonistel välja toodud „Ei täpsustanud“ märkega, vastajad kes ei täpsustanud oma sugu, on joonistel kajastatud sidekriipsuga.

Esimesel joonisel 4. välja toodud osade institutsioonide keskmise kujunemine.



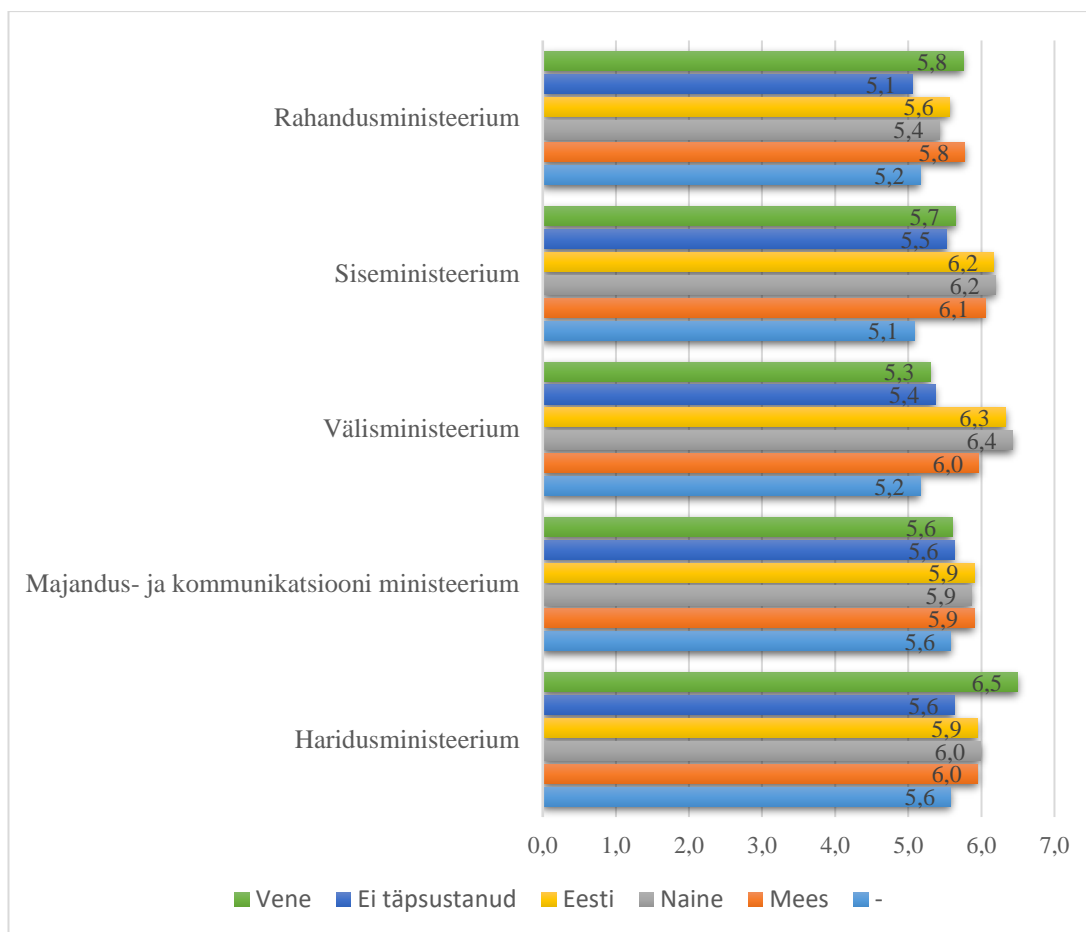
**JOONIS 4.** Keskmise hinnangu kujunemine institutsioonidele soo ja rahvuse alusel 1

Allikas: töö autor

Joonisel võib näha, et nii eestlaste (7,3), mitte - eestlaste (6,1) kui ka vastajate seas kes ei täpsustanud rahvust (5,8) saavutas kõrgeima keskmise hinnangu peaminister. Madalaim keskmine hinnang kujunes eestlaste seas prokuratuurile ja kohtusüsteemile, mõlemal juhul tulemuseks (5,9). Mitte - eestlaste (5,3) ja ka rahvust mitte täpsustanud isikute (5,1) seas oli madalaim keskmine

tulemus Vabariigi Presidendi Kantseleil. Kõrgeim keskmine tulemus nii naiste (7,1), meeste (7,2) kui sugu mitte täpsustanud isikute (6,0) seas kujunes Vabariigi Presidendile. Antud joonisel esitatud institutsioonide madalaimaks keskmiseks tulemuseks osutus naiste (6,1) ja meeste (5,6) seas prokuratuur. Sugu mitte täpsustanud isikute (5,0) seas kujunes madalaimaks keskmiseks hinnanguks Eesti kohtusüsteem kui ka Õiguskantsleri Kantselei.

Soo ja rahvuse alusel keskmise hinnangu kujunemine ministeeriumitele joonisel 5.



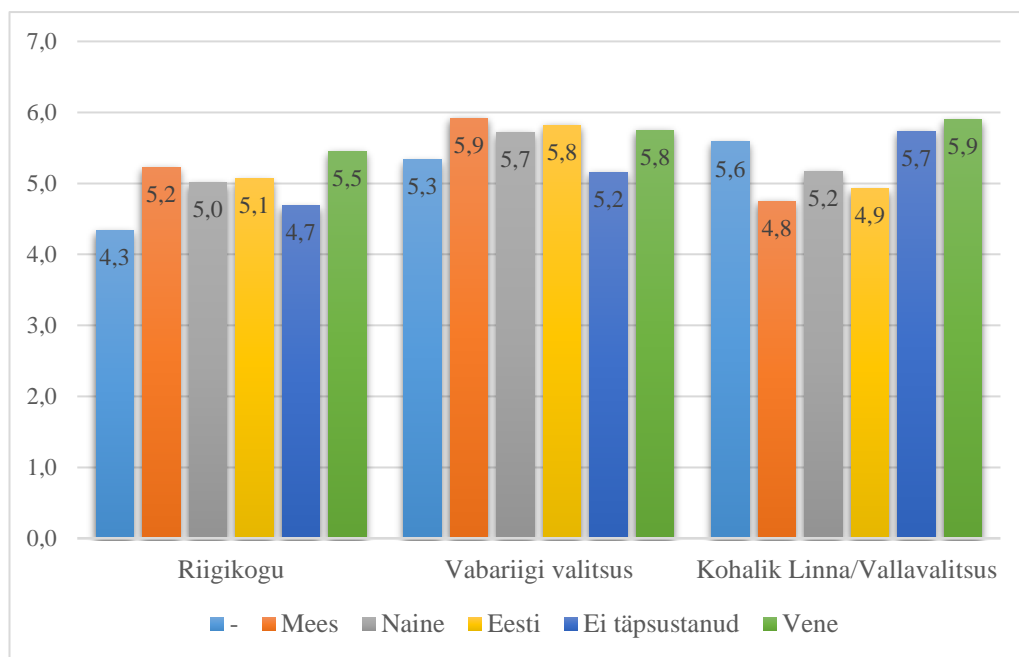
**JOONIS 5.** Keskmise hinnangu kujunemine ministeeriumitele soo ja rahvuse alusel

Allikas: töö autor

Joonisel võib näha, et kõrgeimaks tulemus mitte - eestlastel kujunes Haridusministeeriumile (6,5), sama ministeerium koos Majandus - ja Kommunikatsiooniministeeriumiga saavutas kõrgeima keskmise tulemuse ka rahvast mitte täpsustanud (5,6) isikute seas. Eestlased hindasid kõrgeimalt aga Välisministeeriumit (6,3), eestlaste madalaim tulemus läks aga Rahandusministeeriumile saades (5,6). Mitte - eestlaste madalaim tulemus oli aga Välisministeeriumile (5,4) ja rahvast mitte täpsustanud vastajate seas kujunes Rahandusministeeriumile (5,1) madalaim hinnang. Naiste seas hinnati kõrgeimalt Välisministeeriumit (6,4), meeste seas kujunes kõrgeimaks aga

Siseministerium (6,1). Sugu mitte täpsustanud inimestelt sai (5,6) nii Majandus – ja Kommunikatsiooniministerium kui Haridusministerium, mis oli antud isikute seas ka kõrgeim tulemus. Samade vastajate madalaima keskmise tulemuse saavutas Siseministerium (5,1), Rahandusministeriumit hindasid kõige ebausaldusväärseimaks aga naised (5,4) ja mehed (5,8).

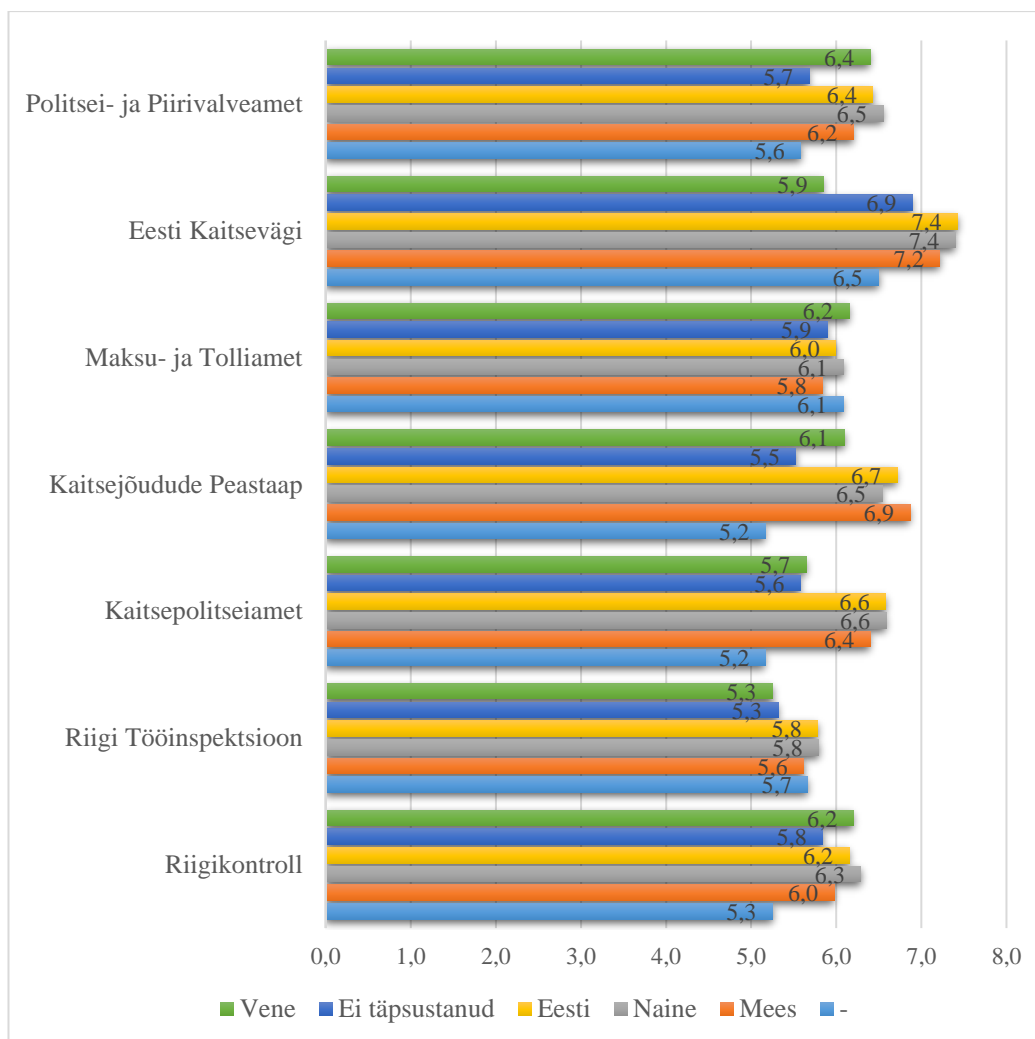
Joonisel 6. on välja toodud Riigikogu, Vabariigi Valitsuse ja kohaliku linna/vallavalitsuse keskmise hinnangu kujunemine. Keskmist hinnangut aluseks võttes võib näha, et eestlased usaldavad enam Vabariigi Valitsust (5,8), madalaim usaldus on kohalikule linna/vallavalitsusele (4,9). Eelpool mainitud institutsioonile kujunes mitte - eestlaste (5,9) ja rahvust mitte täpsustanud isikute (5,8) seas aga kõrgeim keskmine hinnang. Madalaim keskmine hinnang kujunes Riigikogule, saades mitte - eestlastelt (5,5) ja rahvust mitte täpsustanud isikutelt (4,7). Soo kriteeriumi alusel kujunesid naistel (5,7) ja meestel (5,9) kõrgeimad keskmised hinnangud Vabariigi Valitsusele. Madalaim hinnang naiste seas (5,0) kujunes Riigikogule ning meeste (4,8) poolt sai madalaima hinnangu kohalik linna/vallavalitsus. Sugu mitte täpsustanud vastajatelt sai kõrgeima tulemuse kohalik linna/vallavalitsus (5,6) ja Riigikogu (4,3) osutus madalaimaks tulemuseks.



**JOONIS 6.** Keskmise hinnangu kujunemine institutsioonidele soo ja rahvuse alusel 2

Allikas: töö autor

Järgneval joonisel 7. välja toodud järgnevad institutsioonid: Riigikontroll, Riigi Tööinspeksioon, Kaitsepolitseiamet, Kaitsejõudude Peastaap, Maksu - ja Tolliamet, Politsei - ja Piirivalveamet, Eesti Kaitsevägi, ning nende keskmised väärtused.



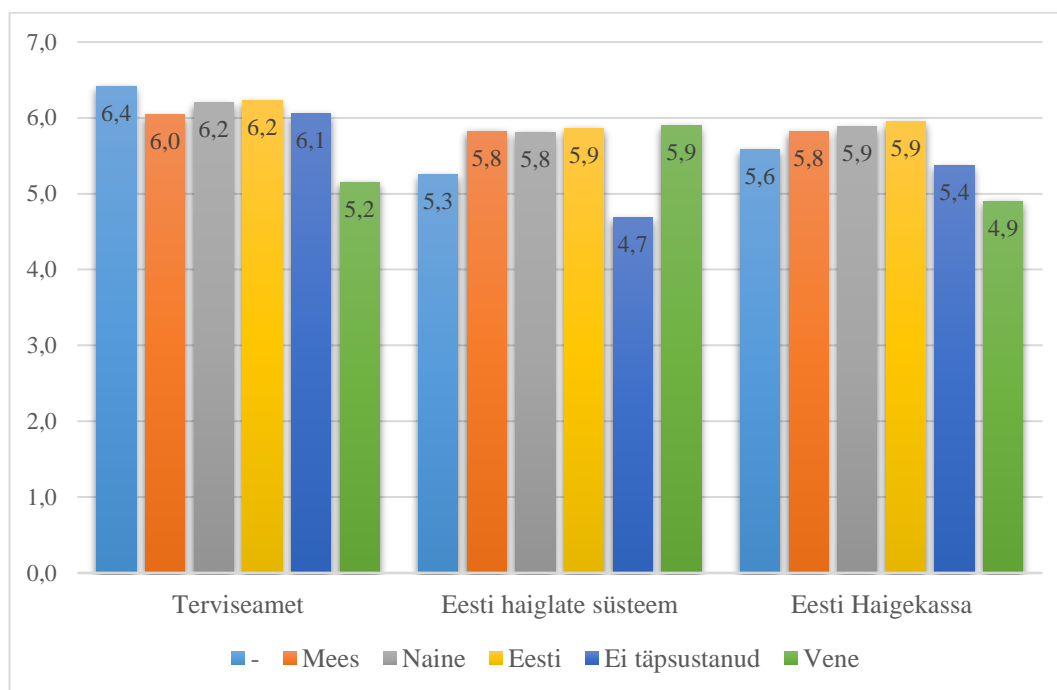
**JOONIS 7.** Keskmise hinnangu kujunemine institutsioonidele soo ja rahvuse alusel 3

Allikas: töö autor

Antud institutsioonide madalaima keskmise kujunes mitte - eestlaste (5,3), eestlaste (5,8), rahvast mitte täpsustanud isikute (5,3) kui ka meeste (5,6) ja naiste (5,8) seas Tööinspeksioonile. Sugu mitte täpsustanud isikute seas sai ühtse madalaima tulemuse Kaitsepolitseiamet (5,2) ja Kaitsejõudude Peastaap (5,2). Kõrgeim keskmise kujunes eestlaste (7,4), rahvast (6,9) ja sugu (6,5) mitte täpsustanud vastajate ning naiste (7,4) ja meeste (7,2) seas Eesti Kaitsevägi. Mitte – eestlastest isikute seas kujunes kõrgeim keskmise Politsei – ja Piirivalveametile (6,4).



Terviseameti, haiglate süsteemi ja Haigekassa keskmise kujunemine joonisel 8.

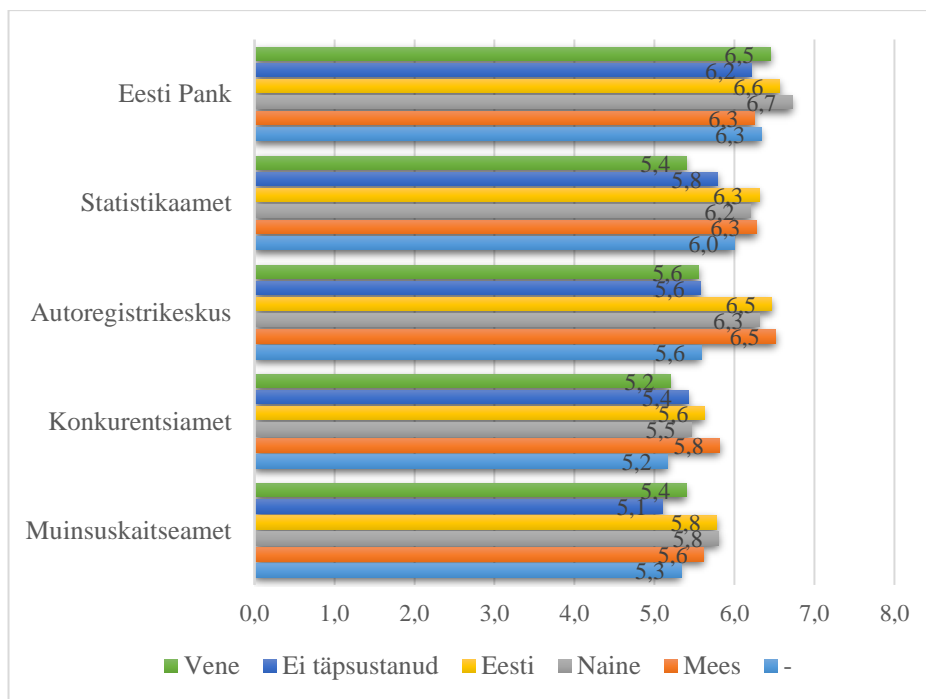


**Joonis 8.** Keskmise hinnangu kujunemine institutsioonidele soo ja rahvuse alusel 4

Allikas: töö autor

Terviseametile kujunesid kõige kõrgeimad keskmised meeste (6,0), naiste (6,2), sugu (6,4) ja rahvust (6,1) mitte täpsustanud isikute kui ka eestlaste (6,2) seas. Mitte - eestlastest vastajad hindasid kõrgeimalt Eesti haiglate süsteemi (5,9). Sama rahvuse madalaim keskmine kujunes Eesti Haigekassale (4,9). Madalaim keskmine kujunes Eesti haiglate süsteemile sugu (5,3) ja rahvust mitte täpsustanud (4,7) vastajatelt ning naistelt (5,8) ja meestelt (5,8). Eestlaste madalaim keskmine hinnang kujunes nii Eesti haiglate süsteemile kui Eesti Haigekassale (5,9).

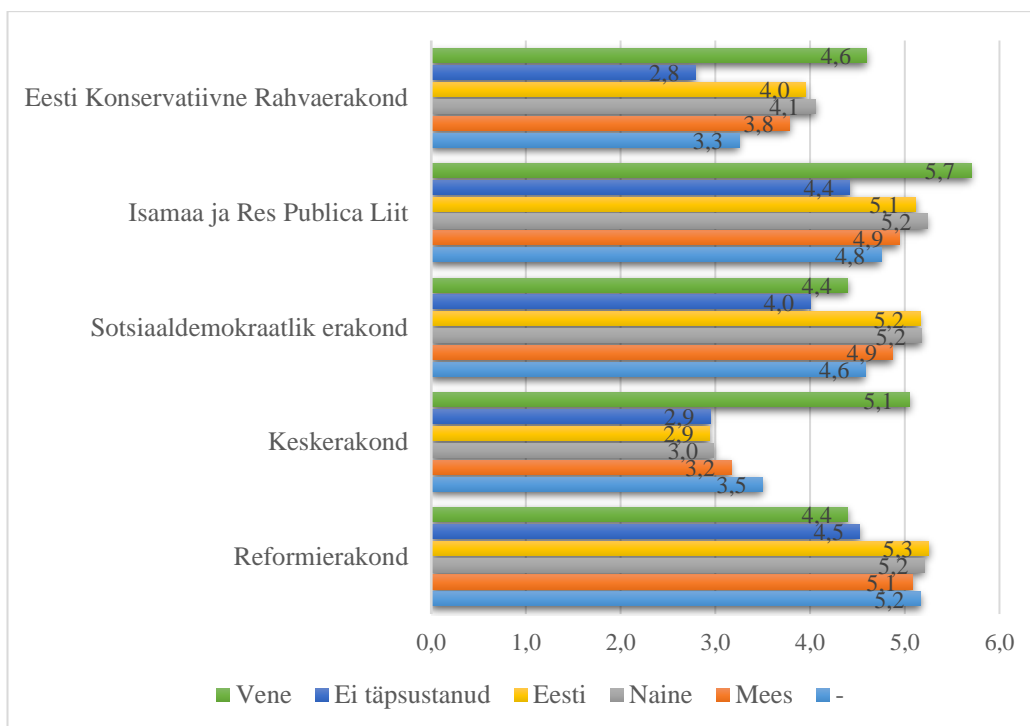
Viimasel institutsioonide joonisel allpool 9. on välja toodud Muinsuskaitseamet, Konkurentsiamet, Autoregistrikeskus, Statistikaamet ja Eesti Pank. Kõrgeim keskmine tulemus kujunes eestlaste (6,6), mitte - eestlaste (6,5), rahvust (6,2) ja sugu mitte täpsustanud (6,3) vastajate ja naiste (6,7) seas Eesti Pangale. Meeste seas kujunes kõrgeimaks tulemuseks Autoregistrikeskus (6,5). Madalaim keskmine kujunes Konkurentsiametile eestlaste (5,6), mitte - eestlaste (5,2), naiste (5,5) ja sugu mitte täpsustanud (5,2) vastajate seas. Muinsuskaitseametile kujunes madalaim keskmine meeste (5,6) ja rahvust mitte täpsustanud (5,1) vastajate seas.



**JOONIS 9.** Keskmise hinnangu kujunemine institutsioonidele soo ja rahvuse alusel 5

Allikas: töö autor

Järgneval joonisel 10. on välja toodud viis Eesti suuremat erakonda ning keskmise kujunemine vastajate seas.

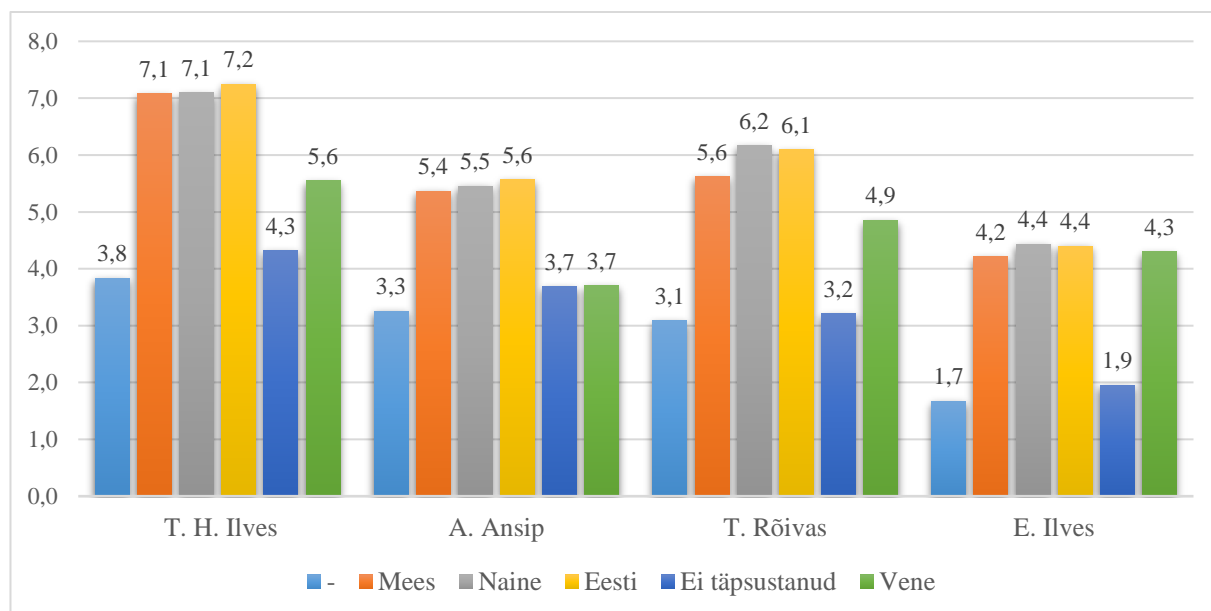


**JOONIS 10.** Keskmise hinnangu kujunemine erakondadele soo ja rahvuse alusel 6

Allikas: töö autor

Kõrgeim keskmine kujunes eestlaste (5,3), meeste (5,1), rahvust (4,5) ja sugu mitte täpsustanud (5,2) isikute seas Reformierakonnale. Naiste seas kujunes kõrgeim tulemus Reformierakonnale, Isamaa ja Res Publica Liidule kui ka Sotsiaaldemokraatlikule Erakonnale (5,2). Keskerakonnale kujunes madalaim keskmine eestlaste (2,9), naiste (3) ja meeste (3,2) seas. Eesti Konservatiivsele Rahvaerakonnale kujunes madalaim keskmine rahvust (2,8) ja sugu mitte täpsustanud (3,3) isikud. Reformierakonnale kujunes madalaim keskmine mitte - eestlastest (4,4) vastajate seas.

Aritmeetiliste keskmiste analüüsi viimases osas kajastab töö autor erinevate institutsioonidega seotud isikuid keskmiste väärtuste alusel. Esimeses diagrammis 11. on kajastatud Toomas ja Evelin Ilves kes küsitluse hetkel veel olid seaduslikus abielus, ning Andrus Ansip ja Taavi Rõivas kes on endine ja praegune peaminister.



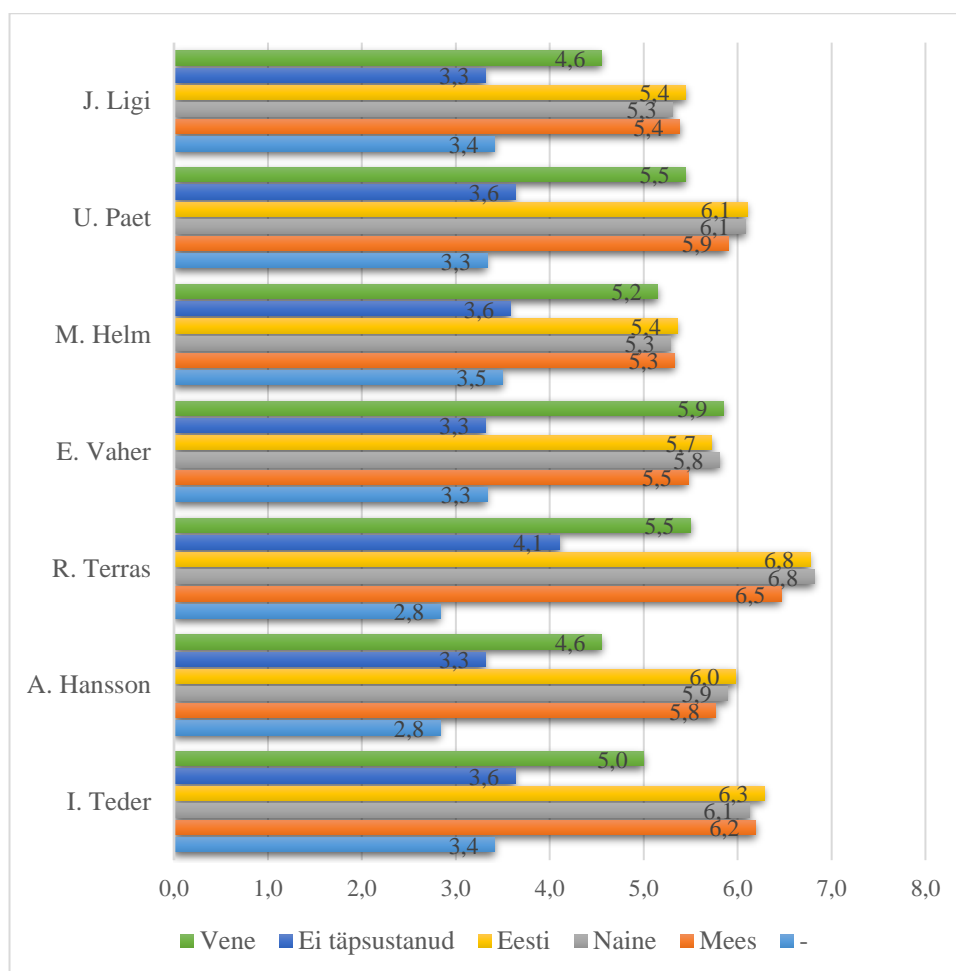
**JOONIS 11.** Keskmise hinnangu kujunemine isikutele soo ja rahvuse alusel 1

Allikas: töö autor

Jagunemises võib näha, et kõrgeim keskmine tulemus igas kategoorias kujunes meeste ja naiste seas (7,1), eestlaste (7,2), mitte - eestlaste (5,6) ning sugu (3,8) ja rahvust mitte täpsustanud (4,3) vastajate hulgas president Toomas H. Ilvesele. Madalaim hinnang mitte - eestlaste seas kujunes A. Ansipile (3,7). E. Ilvesele kujunesid madalaimad keskmised eestlaste ja naiste (4,4), meeste (4,2), sugu (1,7) ning rahvust mitte täpsustanud (1,9) vastajate hulgas. Analüüsides endise ja praeguse peaministri keskmise kujunemist, on Taavi Rõivasel kujunenud kõrged keskmised meeste (5,6), naiste (6,2), eestlaste (6,1) ja mitte - eestlaste (4,9) seas. Sugu (3,3) ja rahvust mitte täpsustanud (3,7) isikud on hinnanud kõrgemalt aga Andrus Ansipit.

Isikute jagunemise analüüsi teisel joonisel 12. on hinnanguid antud järgmistele isikutele:

I. Teder, A. Hansson, R. Terras, E. Vaher, M. Helm, U. Paet, J. Ligi.

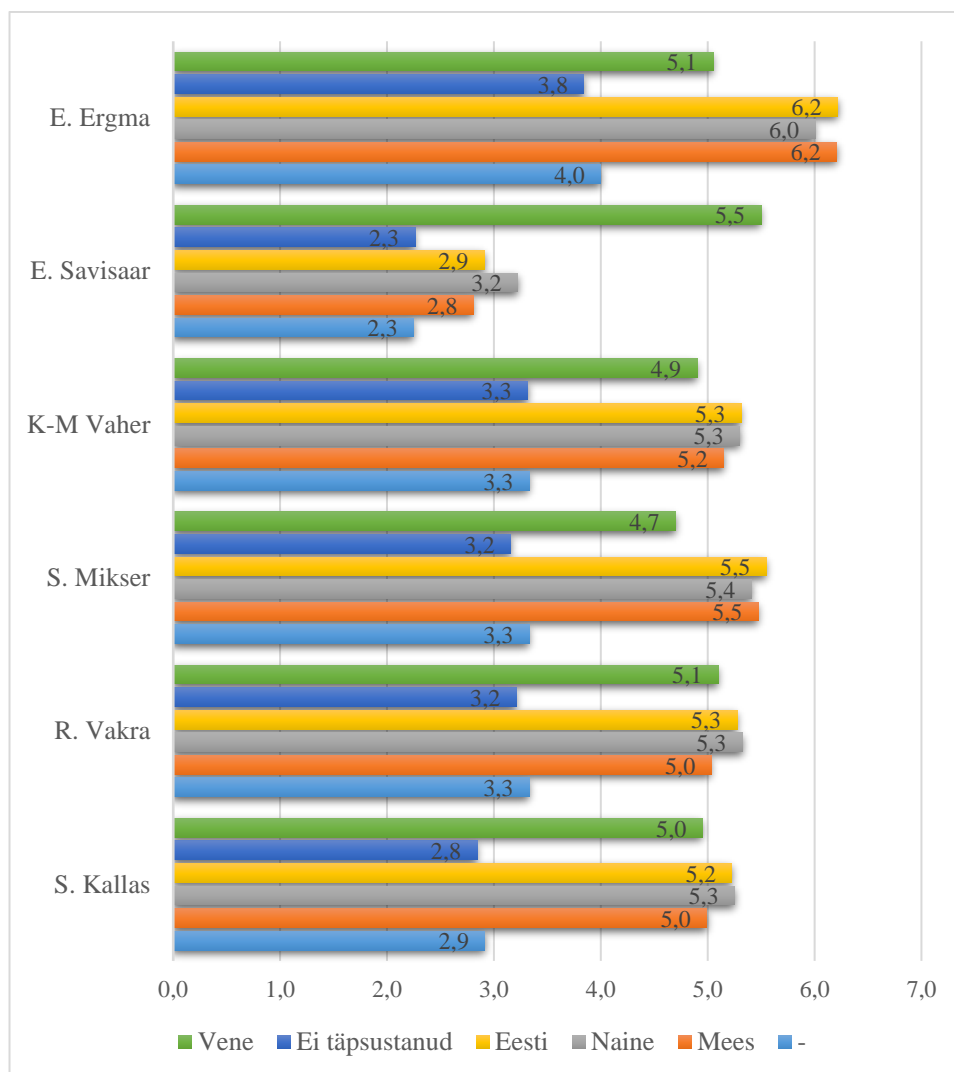


**JOONIS 12.** Keskmise hinnangu kujunemine isikutele soo ja rahvuse alusel 2

Allikas: töö autor

R. Terras sai kõrgema keskmise hinnangu naiste (6,8), meeste (6,5), eestlaste (6,8), rahvust mitte täpsustanud vastajatelt (4,1). Mitte - eestlastest vastajatel kujunes nii R. Terrasel kui U. Paetil (5,5). Sugu mitte täpsustanud isikute kõrgeim keskmine (3,4) kujunes I. Tederile ja J. Ligile. Madalaim keskmine tulemus kujunes eestlaste (5,4) ja nais vastajate (5,3) seas M. Helmile ja J. Ligile. Meeste seas kujunes madalaimaks samuti M. Helme (5,3) keskmine tulemus. Mitte - eestlastest isikud hindasid madalaimalt J. Ligi ja A. Hanssonit (4,6). Rahvust mitte täpsustanud isikud aga E. Vaher ja J. Ligi (3,3). Soo täpsustamata jätnud inimesed pidasid ebausaldusväärseimaks aga R. Terrast ja A. Hanssonit (2,8).

Isikute keskmiste hinnangute jagunemise kolmandal joonisel 13. on näha jaotus R. Vakra, S. Kallas, S.Mikser, K-M. Vaher, E. Savisaar, E. Ergma vahel.

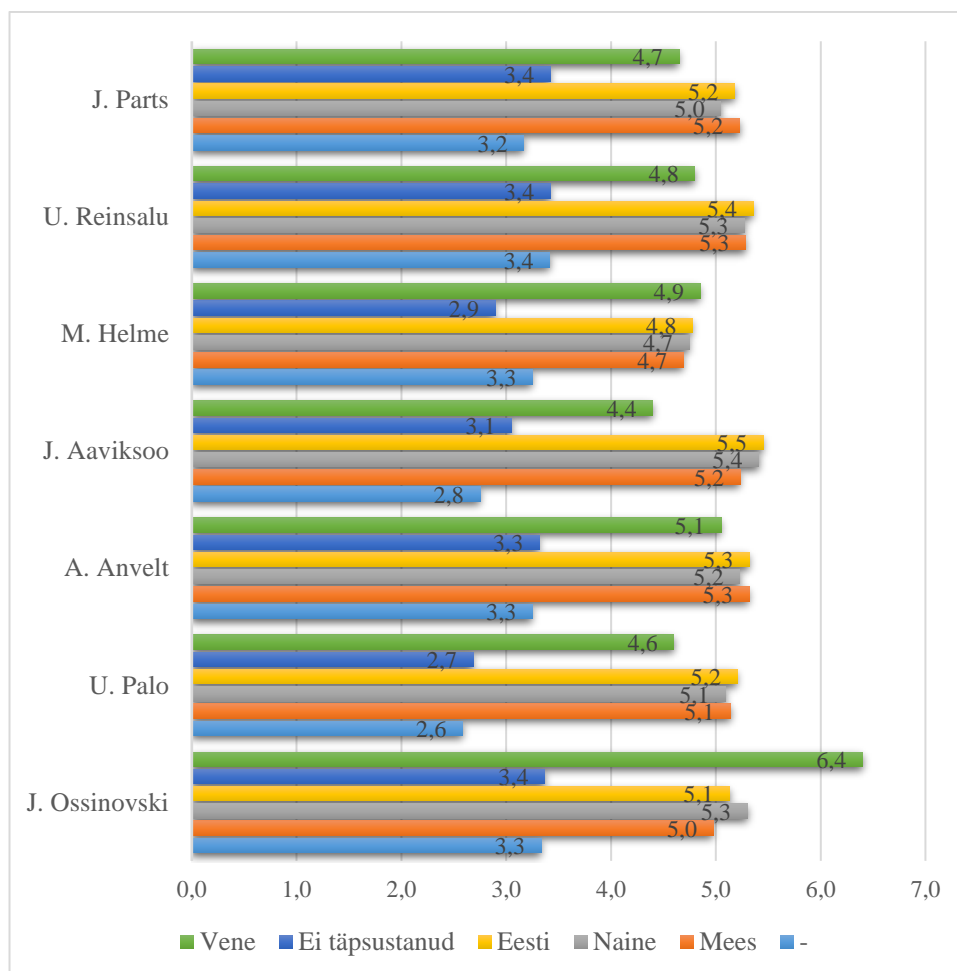


**JOONIS 13.** Keskmise hinnangu kujunemine isikutele soo ja rahvuse alusel 3

Allikas: töö autor

Joonisel võib näha, et E. Ergma paistis silma kõrgete keskmiste tulemustega eestlaste (6,2), naiste (6,0), meeste (6,2) ning sugu (4,0) ja rahvust mitte täpsustanud (3,8) vastajate seas. Mitte - eestlastest vastajate seas kujunes kõrgeim keskmine hinnang E. Savisaarele (5,5) ja madalaim keskmine hinnang S. Mikserile (4,7). Eestlaste (2,9), naiste (3,2), meeste (2,8) ning sugu (2,3) ja rahvust mitte täpsustanud (2,3) vastajate seas kujunes madalaim keskmine E. Savisaarele.

Aritmeetilise keskmise analüüsi viimasel joonisel 14. on välja toodud J. Ossinovski, A. Anvelt, U. Palo, J. Parts, J. Aaviksoo, M. Helme ja U. Reinsalu.



**JOONIS 14.** Keskmise hinnangu kujunemine isikutele soo ja rahvuse alusel 4

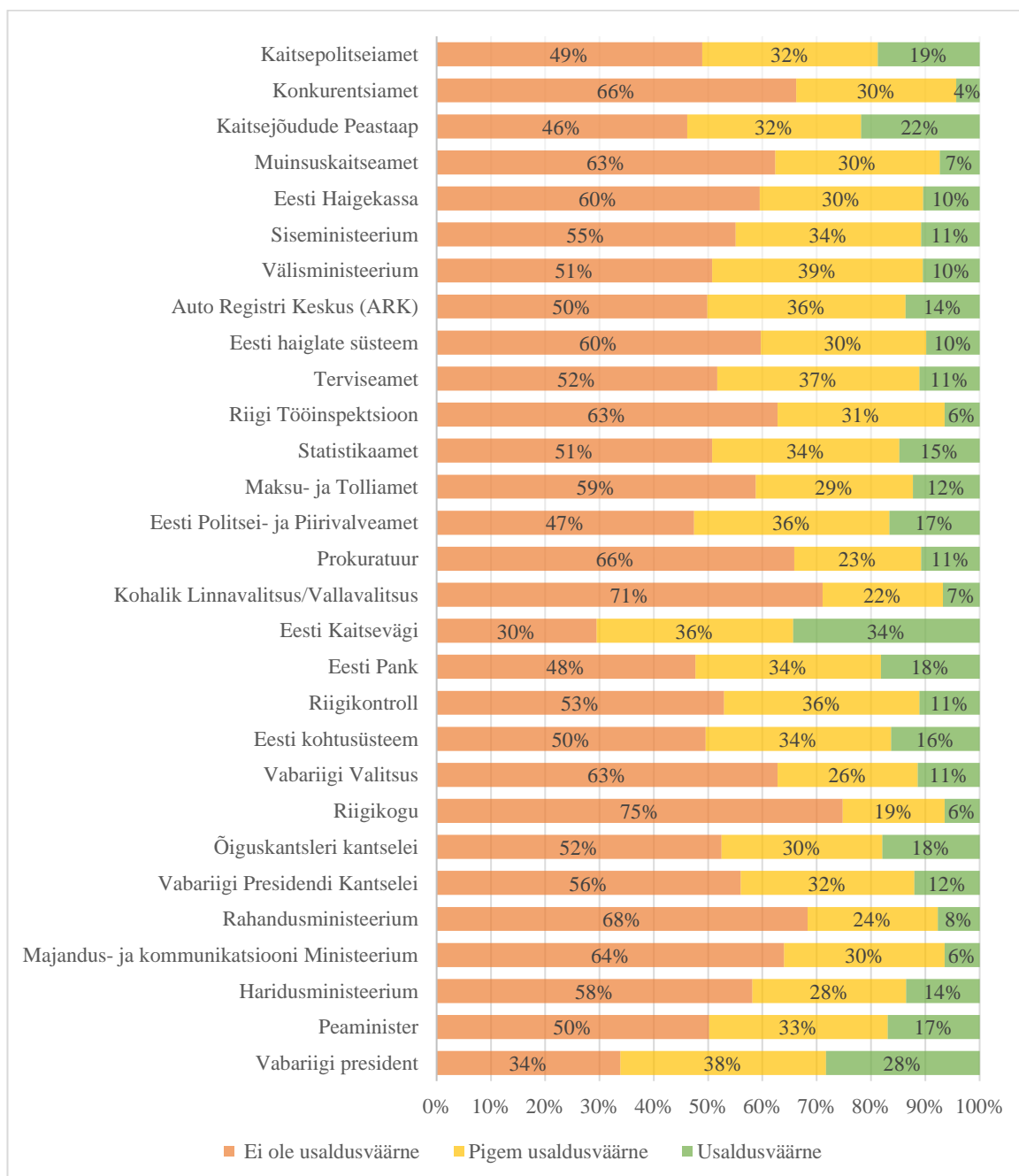
Allikas: töö autor

Eestlaste hulgas kujunes kõrgeim keskmine hinnang J. Aaviksoole (5,5), samas eestlaste madalaimaks hinnanguks kujunes M. Helme (4,8). Mitte - eestlaste kõrgeim keskmine hinnang kujunes J. Ossinovskile (6,4) ja madalaim hinnang kujunes J. Aaviksoole (4,4). Naised hindasid kõrgeimalt J. Aaviksood (5,4) ning madalaimalt hindasid naised M. Helmet (4,7). Kahel isikul kujunes meeste kõrgeim keskmine hinnang, A. Anvelt ja U. Reinsalu (5,3). Rahvuse täpsustamata jätnud vastajate hinnangute alusel kujunes kõrgeim hinnang kolmele isikule: J. Parts, U. Reinsalu ja J. Ossinovski (3,4), aga madalaima keskmise sai U. Palo (2,7). Sugu täpsustamata jätnud vastajate kõrgeim keskmine kujunes U. Reinsalule (3,4), madalaimaks osutus aga U. Palo keskmine (2,6).

## 2.2.2. Soovitusindeksi kujunemine

Soovitusindeksi meetodikat kasutades on töö autor välja toonud uuringus osalenud institutsioonid, erakonnad, ja erinevate institutsioonidega seotud isikute soovitusindeksid. Jaotades vastusevariandid 0 – 6 ei ole usaldusväärne, 7 – 8 pigem usaldusväärne ja 9 – 10 usaldusväärne. Soovitusindeksi koondtulemused välja toodud lisas. (Lisa 6)

Institutsioonide usalduse jagunemine välja toodud joonisel 15.



**JOONIS 15.** Institutsioonide usaldusväarsuse kujunemine soovitusindeksi alusel

Allikas: töö autor

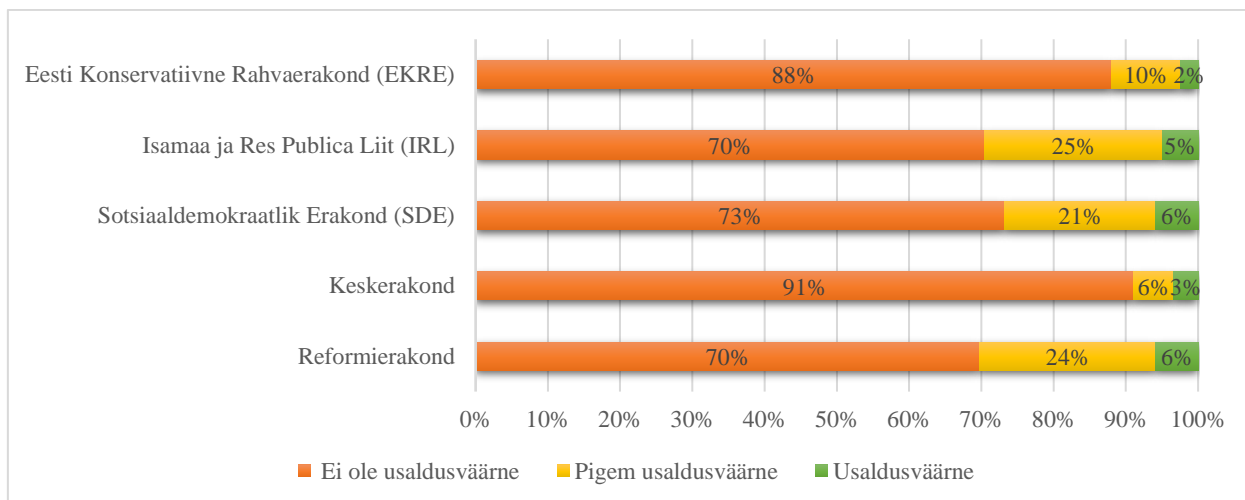
Soovitusindeksi meetoodikat analüüsi aluseks võttes selgub, et noorte usaldus on kõrgeim Eesti Kaitseväge (+5%), Vabariigi Presidendi (-6%) ja Kaitsejõudude Peastaabi (-24%) vastu. Madalaim usaldus noorte hinnangul kujunes Riigikogule (-68%), kohalikule linna/vallavalitsusele (-64%) ja Konkurentsiamet (-62%).

Näitena toob autor välja: sotsiaal- ja turu-uuringute firma Saar Poll kirjutatu 2003. aasta sügisel, uuringust mida viidud läbi alates 1995. aastast, et usaldusväärseimad institutsioonid, kes on saavutanud koguni üle 70% usaldustoetust läbi aastate tehtavas uuringus on Eesti President ja Eesti Pank. Samuti toob antud uuringute firma välja, et mittepoliitilised institutsioonid koguvad tunduvalt suurema usalduse kui poliitikaga seotud institutsioonid. Erakondade usaldus oli aastal 2003 juba väga madal, eestlaste seas 22% ja mitte - eestlaste seas 15%. Väga madalad tulemused tulid ka antud analüüsis välja, mille protsentuaalse jagunemise diagrammi võib näha erakondade kohta allpool. Positiivseid liikumisi usaldustoetuse osas tegid aastaks 2003 Politsei - ja Piirivalveamet ning kohtusüsteem (Saar 2003).

Turu-Uuringute AS-i 2009. aasta juuni tulemused kajastavad, et 1000 vastajaga uuringus oli inimeste usaldus madal erakondade 22% ja Riigikogu 33% suhtes, mis kajastub ka antud uuringu tulemustes. Kõrge oli elanike usaldus aga Piirivalve 86%, Politsei 80%, Paitseväge 79%, Maksu- ja Tolliameti 77% ning Eesti Panga 75% vastu. Erinevatest küsitlustest oli ka selgunud, et mitte-eestlaste seas on toetus kõrgeim Keskerakonnale, eestlaste seas on nelja suurema erakonna toetajaid pea võrdselt (teiste erakondadega võrreldes veidi arvukamalt on toetajaid Reformierakonnal) (Seaver 2009). Sama ettevõtte 2014. aastal läbiviidud küsitlus üle 14 aastaste seas selgus, et Politsei – ja Piirivalveamet saavutas usaldusväärseimate institutsioonide seas kolmanda koha saades 86%. Samas uuringus selgub ka, et Valitsuse, Riigikogu ja peaministri usaldusväärsus, mis vahepealsetel aastatel oli tugevas langustrendis, oli 2014. aastal tõusnud taas usaldusväärsemaks (Stamberg 2014). Tns Emor viis 2014. aastal läbi Rahvusringhäälingu tellimisel uuringu, kus muu hulgas oli sees küsimus ka institutsioonide usaldusväärse kohta. Täpsemalt on välja toodud jagunemine vastuste vahel pigem usaldan ja usaldan täielikult ning kahe vastusevariandi jagunemine ka kokku. Antud uuringust võib välja tuua järgmised institutsioonid: Politsei – ja Piirivalveamet, Maksu – ja Tolliamet, Kaitseväge, Eesti Pank, Vabariigi President antud institutsioonide täielik usaldus oli kõigil eelpool nimetatud institutsioonidel alla 30%. Alla 20% usalduse saavutas õiguskantsler, kohuS ja Tööinspektsioon. Ning koguni alla 10% usalduse sai peaminister, Valitsus, Riigikogu (Uuring: institutsioonidest usaldavad inimesed...2014).



Erakondade usalduse jagunemine soovitusindeksi meetoodika alusel. Joonisel 16. on näha tulemused.



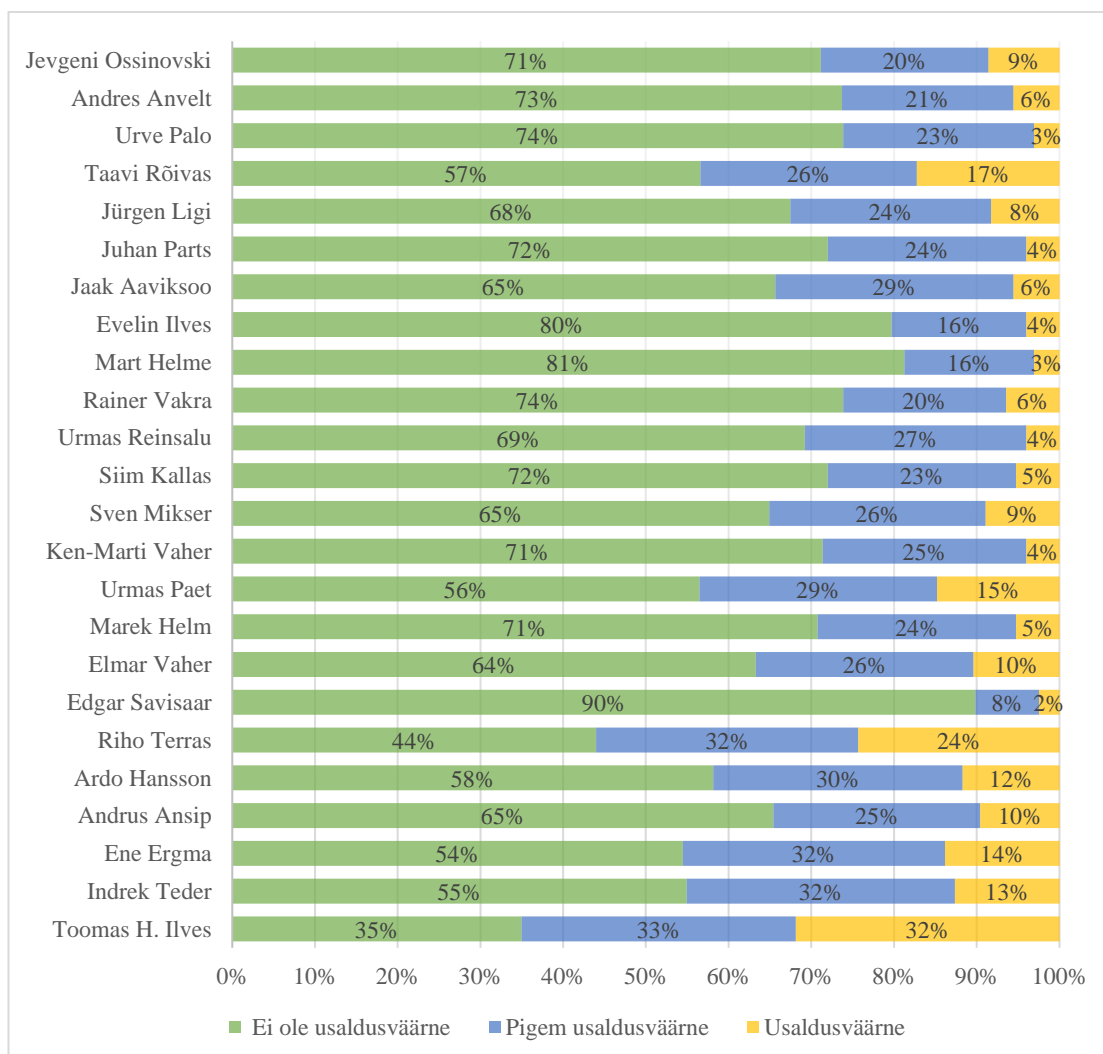
### JOONIS 16. Erakondade usaldusvääruse kujunemine soovitusindeksi alusel

Allikas: töö autor

Soovitusindeksi meetodit aluseks võttes selgus, et noorte usaldus erakondadesse on väga madal. Kõrgeim usaldus noorte seas kujunes Reformierakonnale (-64%) ja Isamaa ja Res Publica Liidule (-66%). Uuringus osalenud erakondade hulgas kujunes madalaim usaldus Keskerakonnale (-88%), millele järgnes Eesti Konservatiivne Rahvaerakond (-86%).

Tns Emori uuringus 2007. aasta juunis selgus, et Keskerakonna toetus kõikidest rahvustest potentsiaalsete valijate seas oli viimastel kuudel pidevalt ja hoogsalt langenud. Eestlaste seas kukkus Keskerakonna toetus tavatult madalale, vaid 7%. Vaid mitte – eestlastest valijate seas püsis Keskerakond veel populaarsustabeli eesotsas (Hämmal 2007). Tns Emor on alates 2006. aastast toonud välja diagrammis kuude lõikes erakondade toetuse valijate seas. Allpool välja toodud kõrgeimad ja madalaimad toetused läbi aastate. Reformierakonna kõrgeim tulemus oli 45%, mais 2007, madalaim toetus oli 18%, juuni 2015. Keskerakonna kõrgeim tulemus 35% oli detsember 2008. aastal ning madalaim 18%, juuni 2007. Isamaa ja Res Publica Liit on kõrgemaid ja madalaimad toetuse protsente mitmel korral saanud, kõrgeim tulemus 22% on olnud augustis 2006, novembris 2013 ning jaanuaris 2014. Kõige madalam oli toetus antud erakonnale 6% veebruaris, märtsis ja juunis 2016. aastal. Sotsiaaldemokraatlik Rahvaerakonna kõrgeim tulemus 30%, märtsis 2012, erakonna madalaim toetus aga 6%, jaanuaris 2007. Eesti Konservatiivne Rahvaerakond saanud kõrgeima toetuse 14%, märtsis ja juunis 2016. aasta, madalaim tulemus aga 0% aprillis ja juunis 2012. aastal (Toetused erakondadele).

Erinevate institutsioonidega seotud isikute jagunemine soovitusindeksi meetodika alusel. Tulemused välja toodud joonisel 17.



**JOONIS 17.** Institutsioonidega seotud isikute usaldusväarsuse kujunemine soovitusindeksi alusel

Allikas: töö autor

Soovitusindeksi meetodikat analüüsi aluseks võttes selgub, et noorte usaldus on kõrgeim T. H. Ilves (-3%), R. Terras (-20%) ja T. Rõivas (-39%) vastu. Noorte usaldus on madalaim E. Savisaare (-87%), M. Helme (-78%) ja E. Ilvese (-76%) vastu.

### 2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud

Käesoleva töö eesmärgiks oli hinnata valimis osalenud noorte usaldust Eesti riigi institutsioonidesse, institutsioonidega seotud isikutesse ning erakondadesse brändi usalduse vaatenurgast.

Uuringu tulemused annavad teavet kas 2014. aasta teises pooles 325 eesti noort pigem usaldavad riiklike institutsioonide, isikuid ja erakondi, või suhtuvad umbuslikult.

Uuringu järeldused keskmiste väärtuste alusel. Analüüsi tulemuste põhjal selgus, et kui noored, kes osalesid küsitluses, avaldasid kõrget usaldusväärust institutsiooni suhtes, siis laienes usaldusväärus ka institutsiooniga seotud isiku suhtes. Samad järeldused kehtisid ka madala usaldusvääruse korral.

Kõrgeima usaldusvääruse, 10 punkti skaalal, 58 valimis osalenud institutsioonist, erakonnast ja isikust saavutas Eesti Kaitseväge (7,3). Kõrget usaldusväärust kinnitasid küsitluses osalenud noored ka kaitseväge juhile R. Terrasele kelle kõrgeimaks keskmiseks kujunes (6,5) millega baseerus ta juhtivate isikute tabelis teisele kohale, samas Toomas. H. Ilves sai juhtivate isikute võrdluses usaldusväärseima hinnangu (7), kuid institutsioonide võrdluses kujunes usaldusvääruse pingereas Vabariigi Presidendile teine tulemus (7,1). See näitab, et valimis osalenud noored pigem usaldavad oma riigi esindajat. Samas sel ajajärgul veel presidendi seaduslik abikaasa olnud E. Ilvesel kujunes keskmiseks (4,2), mis osutus isikute võrdluse alusel madalaimate tulemuste seas teiseks, seega võib järeldada, et valimis osalenud noorte usaldusväärus antud isikusse on väga madal. Peaminister T. Rõivas saavutas juhtivate isikute võrdluses keskmise (5,8) ja institutsioonide võrdluses peaministri positsiooni keskmise väärtuse (6,4), olles oma tulemustega noorte seas pigem usaldusväärne. Välisministeerium ja välisminister U. Paet saavutasid keskmisest väärtusest kõrgemad tulemused, U. Paet (5,9) ja Välisministeerium (6,2). Samuti keskmisest kõrgema tulemuse saavutas Eesti Pank (6,5) punktiga ja A. Hansson kes on Eesti Panga President (5,7) punktiga. Ka Politsei - ja Piirivalveamet saavutas keskmisest kõrgema tulemuse (6,5) ja institutsiooni peadirektor E. Vaher keskmise tulemuse (5,6). Õiguskantsleri Kantselei sai keskmiseks hinnanguks (6,3) ja õiguskantsler I. Teder (6,1), baseerudes taaskord keskmistest väärtustest kõrgemal. Seega võib järeldada, et eelpool mainitud isikud ja institutsioonid on oma keskmisest kõrgemate väärtustega uuringus osalenud noorte seas pigem usaldusväärsed.

Keskmisest väärtusest madalamaks jäi Maksu – ja Tolliameti keskmine (6) ja antud ameti peadirektor M. Helm (5,2). Samuti jäi keskmisest väärtusest madalamale Rahandusministeerium

(5,5), tulemust kinnitas ka sel hetkel rahandusminister olnud J. Ligi (5,3) keskmine tulemus. Institutsioonide võrdluses hinnati ebausaldusväärseks Riigikogu (5,1), samas sel ajal riigikogu esimehena ametis olnud E. Ergma sai juhtivate isikute võrdluses keskmisest kõrgema tulemuse (6), millest võib järeldada, et E. Ergma on usaldusväärne isik noorte hinnangute alusel.

Erakondade võrdluse põhjal võib järeldada, et uuringus osalenud noored pigem suhtuvad umbuslikult erakondadesse ja nende töösse. Usaldusväärseimaks noorte seas osutus Reformierakond keskmisega (5,2), mis 10 palli skaalal on keskpärane tulemus. Samaväärse usalduse said ka erakonda kuuluvad isikud, S. Kallas (5,1) ja A. Ansip (5,3), kes sel ajal oli erakonna esimees. Keskerakonna tulemus oli madal, sest erakondade keskmiste tulemuste võrdluses kujunes nende tulemus madalaimaks, saades keskmiseks hinnanguks (3,1). Tulemust kinnitas ka juhtivate isikute keskmiste võrdlus, millest selgus, et tollel hetkel erakonna esimees olnud E. Savisaar, osutus juhtivate isikute võrdluses madalaimale kohale saades keskmiseks (3). Erakondade keskmiste väärtuste võrdlemisel selgus ka, et Eesti Konservatiivne Rahvaerakonna keskmine hinnang jäi erakondade võrdluses alla keskmise. Tulemust kinnitas ka isikute jaotuses Mart Helme, kes antud erakonna esimees tulemusega (4,7), millega jõudis juhtivate isikute keskmiste hinnangute analüüsis altpoolt kolmandaks.

Sotsiaaldemokraatlik Rahvaerakond mille keskmiseks hinnanguks kujunes (5) ning Isamaa ja Res Publica Liit keskmisega (5,1) jäid erakondade võrdluses keskmisest kõrgemale positsioonile. Samaväärsed keskmised hinnangud said ka Sotsiaaldemokraatlikusse Rahvaerakonda kuuluvad isikud, U. Palo (5), R. Vakra (5,1), J. Ossinovski (5,1), A. Anvelt (5,2). Juhtivate isikute võrdluses eristus S. Mikser (5,4), kes tollel hetkel oli erakonna esimees ning kelle keskmine hinnang kujunes kõrgemaks keskmisest juhtivate isikute võrdluses. Isamaa ja Res Publica Liidul kujunes keskmiseks hinnanguks (5,1) ja samaväärne keskmine hinnang kujunes ka erakonna liikmetele J. Parts (5), J. Aaviksoo, K – M. Vaher ja U. Reinsalu (5,2).

Aritmeetiliste keskmiste detailsemas analüüsis, kus vaadeldi tulemusi rahvuse ja soo keskmise hinnangu kujunemise alusel selgus, et mitte- eestlastest vastajad usaldasid kõrgeimalt Haridusministeeriumit ja Eesti Panka (6,5), madalaim usaldusväärsus kujunes A. Ansipile (3,7). Eestlaste seas osutus usaldusväärseimaks Eesti Kaitsevägi (7,4) ja ebausaldusväärseimaks võrdse tulemusega nii Keskerakond kui E. Savisaar (2,9). Rahvuse täpsustamata jätnud vastajate seas osutus usaldusväärseimaks Eesti Kaitsevägi keskmisega (6,9) ja ebausaldusväärseimaks osutus E. Ilves keskmisega (1,9). Naised usaldasid enim Eesti Kaitseväge, mille keskmine hinnang kujunes (7,4) ning ebausaldusväärseimaks kujunes Keskerakond, mille keskmine hinnang kujunes (3,0).

Mehed hindasid usaldusväärseimaks Eesti Presidenti ja Eesti Kaitseväge, mõlema institutsiooni keskmiseks tulemuseks kujunes (7,2) ning ebausaldusväärseimaks kujunes E. Savisaar, kelle keskmiseks hinnanguks kujunes (2,8). Sugu täpsustamata jätnud vastajate usaldus osutus kõrgeimaks taaskord Eesti Kaitsevæele, mille keskmiseks hinnanguks kujunes (6,5) ning ebausaldusväärseimaks kujunes E. Ilves, kelle keskmiseks hinnanguks kujunes (1,7). Antud analüüsi osas kujunesid kõrgeimad keskmised ( ehk usaldusväärseimad) hinnangud korduvalt Eesti Kaitsevæele. Ebausaldusväärseimaks kujunesid korduvalt antud järelduste osas E. Ilves ja E. Savisaar.

Võttes järelduste tegemisel aluseks soovitusindeksi meetodika analüüsi, tuleb tõdeda, et küsitluses osalenud noored peavad küllaltki ebausaldusväärseteks küsitluse valimis olnud institutsioone, erakondi ja institutsioonidega seonduvaid isikuid. Institutsioonide soovitusindeksi meetodika võrdluses andsid noored kõrgeimad usaldusindeksid Eesti Kaitsevæele (+5%), Vabariigi Presidendile (-6%) ja Kaitsejõudude Peastaabile (-24%), ebausaldusväärseimaks kujunesid Riigikogu (-68%), kohalik linna/vallavalitsus (-64%) ja Konkurentsiamet (-62%). Institutsioonidega seotud isikute kõrgeim usaldusindeks kujunes T. H. Ilvesele (-3%), R. Terrasele (-20%), T. Rõivasele (-39%) ning ebausaldusväärseimaks kujunesid E. Savisaar (-87%), M. Helme (-78%) ja E. Ilves (-76%). Erakondade võrdluses kujunes kõrgeim usaldusindeks Reformierakonnale (-64%) ning madalaim usaldusindeks kujunes Keskerakonnale (-88%). Soovitusindeksi meetodikat kasutades selgus, et kõrgeima soovitusindeksi saanud kaks institutsiooni ja nendega seotud isikut on saanud sarnase soovitusindeksi. Ja samas peab paika ka väide, et madalaima soovitusindeksi saavutanud kaks erakonda ja nendega seotud juhtivat isikut on saanud sarnase madala soovitusindeksi.

Järeldused soovitusindeksi ning aritmeetilise keskmise tulemuste analüüsist. Võrreldes hinnangute kujunemist keskmiste väärtuste alusel ja soovitusindeksi indekseid, peavad institutsioonide puhul paika kõrgeimad tulemused usaldusväärseuse hindamisel - Eesti Kaitsevægi, Vabariigi President ning Kaitsejõudude Peastaap, antud institutsioonid olid nii soovitusindeksi kui keskmiste väärtuste analüüsis antud institutsioonid samas pingereas. Madalamate tulemuste seas ei pidanud paika soovitusindeksi ja keskmise väärtuse kujunemise võrdlus, soovitusindeksit aluseks võttes sai madalaima indeksi Riigikogu, kuid keskmise väärtuse kujunemise osutus madalaimaks kohalik linna/vallavalitsus. Erakondade soovitusindeksi ja keskmiste hinnangute võrdlusest võib järeldada, et pingerida mõlemal juhul samas järjekorras. Institutsioonidega seotud isikute soovitusindeksi ja keskmiste hinnangute võrdlusest selgub, et kõrgeimad tulemused peavad paika esimese kahe isiku puhul. Madalaima tulemuse puhul peab paika vaid madalaimal kohal asetsev

isik. Seega võib järeldada, et aritmeetiliste keskmiste ja soovitusindeksi meetodika hinnangud võivad mõnevõrra erineda.

Antud töö brändi usalduse vaatenurgast, nagu oli ka kirjas töö teoreetilises pooles, peaksid institutsioonid, isikud ja erakonnad olema läbipaistvad, usaldusväärselt käituma, pidama antud lubadusi ja mitte vedama klienti alt, kes antud kontekstis on Eestis elav noor. Usaldust mõjutavad faktorid on skandaalid, süüdistused, korruptsioonikahtlused, mis ei jäta usaldusväärsset muljet. Samuti mõjutavad valimiste ajal antavad lubadused ning nende mitte täitmine, kuna noore valija silmis võrdub lubadusest taganemine, selle mitte pidamine, usaldusväärsuse kaotuse ja huvilangusega, mis omakorda mõjutab tulevikus üldist suhtumist riiklikesse institutsioonidesse nende juhtidesse ja erakondadesse.

Vastanute seas esines noori, kes ausalt kirjutasid küsimustikule, et nad ei oska oma arvamust kujundada. Samuti oli vastajaid, kes märkisid küsimustikku läbivalt ühte kindlalt vastusevarianti, või jätsid osadele küsimustele üldse vastamata, mis võib tähendada teadmatust, huvi puudumist, usaldamatust aga ka ükskõiksust.

Ettepanekutena võiks tulevikus usaldusväärsemate tulemuste saamiseks küsimustiku vormile lisaks teostada ka poolstruktureeritud intervjuusid. Kindlasti võiks noortelt uurida, mis on aspektid mis kujundavad nende suhtumist ja maailmapilti erinevatesse isikutesse, poliitilistesse institutsioonidesse ja erakondadesse. Kas usaldust mõjutavad tegurid on pere arvamus, meedias kajastatu, sõprade arvamus, usulised aspektid, isiklikud positiivsed või negatiivsed kogemused mõne isiku, institutsiooniga. Samuti tasub uurida kas uuringus osalejale meeldib elada oma kodumaal või eelistaks ta kolida/elada mõnda teise riiki peale õpingute lõppu ja mis põhjustel valiti kumbki vastusevariant. Eelpool mainitud aspektid annavad infot millega on või ei ole noored kodumaal rahul. Lisaks arvab töö autor, et tulevikus sarnase uuringu läbiviija võiks kaasata küsitlusse võrdselt eri rahvusest vastajaid, see muudaks uuringu tulemused usaldusväärsemaks ja võrreldavamaks. Samuti tasuks jälgida, et ei oleks uuringus vastajaid, kes ei määratle oma rahvust, sugu, elukohta, haridust või muid näitajaid.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teemaks oli „Noorte usaldus Eesti riiki kui brändi“. Teema on aktuaalne noorte väljarände tõttu kodumaalt. Samuti on noorte seas langenud huvi ja arusaamine poliitikasse. Töös käsitleti Eesti riiki kui brändi ja kas antud bränd on noorte silmis usaldusväärne.

Lõputöö eesmärgiks oli analüüsida riiklike institutsioone, erakondi ja nendega seotud isikuid ja kas need on riigi brändi osana noorte silmis usaldusväärsed. Tulenevalt eesmärgist, püstitas autor uurimisülesanded, mis töö koostamise käigus täideti.

Lõputöö koosnes kahest osas. Teoreetilises osas toodi välja brändi mõiste, brändi ja institutsionaalse usalduse olulisus. Samuti toodi välja üldise usalduse olulisus ning kuidas on võimalik usaldust mõjutada. Teooriat toetati eelnevate uuringutega. Töö teine osa pühendati uuringu analüüsile. Analüüsi osas tutvustati küsitluse andmeid ja uurimismetoodikat. Seejärel teostati aritmeetilise keskmise ning soovitusindeksi meetoodika alusel uuringu analüüs.

Antud lõputöös läbi viidud uuringule tuginedes selgus, et uuringus osalenud noorte usaldus Eesti riiki kui brändi on madal, kuid esineb institutsioone ja isikuid keda pigem usaldatakse. Usaldusväärseimateks institutsioonideks erinevate analüüsi meetoodikaid kasutades kujunesid Eesti Kaitsevägi, Vabariigi President ja Kaitsejõudude Peastaap. Ebausaldusväärseimaks kujunesid Riigikogu, kohalik linna/vallavalitsus. Aritmeetilise keskmise puhul osutus kolmandaks ebausaldusväärseimaks institutsiooniks Rahandusministeerium, soovitusindeksi meetoodikat aluseks võttes aga Konkurentsiamet.

Isikute seas saavutasid usaldusväärseimad tulemused Toomas. H. Ilves ja Riho Terras. Aritmeetilise keskmise kujunemisega osutus kolmandaks isikuks Indrek Teder, soovitusindeksi meetoodikat aluseks võttes Taavi Rõivas. Ebausaldusväärseimateks osutusid Edgar Savisaar, Mart Helme ja Evelin Ilves.

Erakondade seas osutus usaldusväärseimaks erinevaid analüüsi meetodeid kasutades Reformierakond ning ebausaldusväärseimaks Keskerakond. Üldiselt tulemusi hinnates osutusid erakonnad madalate tulemustega uuringus osalenud noorte seas ebausaldusväärseteks.

Analüüsi tulemustest võib järeldada, et valimis osalenud noortel on mõningane usaldus teatud institutsioonidesse ning isikutesse, kuid üldiselt ei ole Eesti riigi brändi osana valimis osalenud institutsioonid, erakonnad ja isikud noorte silmis piisavalt usaldusväärsed. Samuti selgus analüüsis, et noored on hästi kursis, milliste institutsioonide ning erakondadega küsitluses osalenud isikud seotud on, kõrgemaid/madalaimaid keskmisi väärtusi saanud institutsioonid või erakonnad kajastusid ka nendega seotud isikute samaväärsetes tulemustes.

Autor leiab, et töös käsitletud teemat tuleks põhjalikumalt uurida edaspidistes uuringutes, tuues juurde uuringusse noorte arvamust kujundavaid aspekte ning kodumaalt lahkumisega seotud mõtteid ja põhjuseid.



## VIIDATUD ALLIKAD

1. **Anholt, S.** (2004). A quarterly review of branding and marketing for national regional and civic development: Call for Papers – Journal of Vacation Marketing. Vol 10. No. 3. 288 – 299p. [WWW]  
<http://jvm.sagepub.com/content/10/3/288.citation?patientinform-links=yes&legid=spjvm;10/3/288> 13.10.2016
2. **Arvisto, K.** (2010). Usaldus ühiskondlike institutsioonide vastu: dimensioonid ja mõjutegurid. [WWW]  
<http://dspace.ut.ee/handle/10062/15393> 11.10.2016
3. **Govers, R., Klooster, E., Keken, G.** Place Branding Principles. [WWW]  
<http://placebrandobserver.com/place-branding-principles/> 28.11.2016
4. **Davies, K.** (2008). Trust in the lives of young people: A conceptual framework to explore how youth make trust judgments. Harvard University. Project Report Series No. 52. [WWW]  
<http://www.thegoodproject.org/pdf/52-Trust-in-the-Lives-of-Young-People.pdf>  
1.12.2016
5. **Dinnie, K.** (2008). Nation Branding. (1. fd.). Oxford: Elsevier. 264 p.
6. **Catterberg, G., Moreno, A.** (2005). The Individual Bases of Political Trust: Trends in New and Established Democracies. [WWW]  
<https://ijpor.oxfordjournals.org/content/18/1/31.full> 2.11.2016
7. **Coverly, S. M. R., Merrill, R.R.** (2007). Usalduse kiirus. Väike vanker. 319lk.
8. **Fukuyama, F.** (1995). Trust: The social virtues and the creation of prosperity. New York: Free Press. 457 p.
9. **Himma, M.** (2014). Uuring: institutsioonidest usaldavad inimesed kõige enam päästeametit ja ERR-i. [WWW]  
<http://uudised.err.ee/v/eesti/90084209-22d7-4264-9603-ea9e80f97f33> 12.11.2016
10. **Hämmal, J.** (2007). Valijate toetus Keskerakonnale langes juunis tavatult madalale. [WWW]

- <http://www.emor.ee/valijate-toetus-keskerakonnale-langes-juunis-tavatult-madalale/>  
13.10.2016
11. **Kalev, R.** (2002). Bränding kui elav suhe toote ja tarbija vahel. Äripäev. [WWW]  
<http://www.aripaev.ee/uudised/2002/10/27/branding-kui-elav-suhe-toote-ja-tarbija-vahel>  
24.11.2016
  12. **Klingeman, H.D., Fuchs, D.** (1995). Citizens and the state. Oxford University Press. p. 474
  13. **Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T., Prinsthal, I.** (2010). Teadlik turundus. (1.tr). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 342 lk.
  14. **Lendok, M.** (2008). Usaldus poliitiliste institutsioonide vastu sõltuvalt erakondlikest eelistustest. [WWW]  
<http://dspace.ut.ee/handle/10062/15714> 24.10.2016
  15. Mis on riigi bränd. [WWW]  
<http://estonia.eu/misoneesti/mis-on-eeesti-kuvand/> 5.10.2016
  16. **Mishler, W., Rose, R.** (2001). What are the origins of political trust. Comparative Political Studies. Vol 34. No. 1, p. 30-62
  17. **Morgan, R. M., Hunt, S. D.** (1994). The commitment trust theory of relationship marketing. Journal of Marketing 58. p. 20–38. [WWW]  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=8539d7c5-6285-4fc8-be49-bc2718eebab1%40sessionmgr2> 18.10.2016
  18. **Morgan, J.** (2014). The decline of trust in the United States. [WWW]  
<https://medium.com/@slowerdawn/the-decline-of-trust-in-the-united-states-fb8ab719b82a#.3dbs5dkm9> 20.10.2016
  19. **Mändmets, L.** (2010). Brand Estonia loomise lugu. [WWW]  
<http://www.vm.ee/et/brand-estonia-loomise-lugu> 2.10.2016
  20. Noorteseire aastaraamat. (2013). [WWW]  
<http://www.noorteseire.ee/et/aastaraamat/noorteseire-aastaraamat-2013-noorsoot%C3%B6%C3%B6-tulemuslikkuse-hindamine/aastaraamat--5> 28.11.2016
  21. **Owen, R.** (2013). When disaster strikes, how do you regain customer trust? [WWW]  
<http://www.mycustomer.com/experience/engagement/when-disaster-strikes-how-do-you-regain-customer-trust> 11.10.2016
  22. **Pharr, S. J., Putnam, R. D., Dalton, R. J.** (2000). A Quarter – Century of Declining Confidence. Journal of Democracy 11-2. p. 5-25.

23. **Rhys, A., Jilke, S., Van De Walle, S.** (2014). Economic strain and perceptions of social cohesion in Europe: Does institutional trust matter?. *European Journal of Political Research* 53. [WWW]  
<http://onlinelibrary.wiley.com/wol1/doi/10.1111/1475-6765.12052/full> 5.10.2016
24. **Rothstein, B., Uslaner, E.** (2005). All for all: equality, corruption, and social trust. *World Politics*. Vol 58. P. 41-72.
25. **Saar, A.** (2003). Riik ja Rahvas, Sügis 2003. [WWW]  
[http://www.saarpoll.ee/riik\\_ja\\_rahvas.php](http://www.saarpoll.ee/riik_ja_rahvas.php) 3.11.2016
26. **Seaver, U.** (2009). Usaldus valitsuse ja peaministri vastu langes rekordiliselt madalaks. [WWW]  
<http://www.postimees.ee/v2/137632/usaldus-valitsuse-ja-peaministri-vastu-langes-rekordiliselt-madalaks> 4.11.2016
27. **Stamberg, T.** (2014). Usaldus riiklike institutsioonide vastu kasvab. [WWW]  
<https://turu-uuringute.eu/usaldus-riiklike-institutsioonide-vastu-kasvab/> 4.11.2016
28. **Stoneman, P.** (2008). This thing called trust: civic society in Britain. New York: Palgrave Macmillan. 228 p.
29. **Sööt, M.** (2013). Politics and Brands. Idea Group. [WWW]  
<http://ideagroup.ee/en/poliitika-ja-brandid/> 29.11.2016
30. **Szondi, G.** (2008). Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. Netherlands Institute of International Relations „Clingendael“ [WWW]  
[https://www.clingendael.nl/sites/default/files/20081022\\_pap\\_in\\_dip\\_nation\\_branding.pdf](https://www.clingendael.nl/sites/default/files/20081022_pap_in_dip_nation_branding.pdf)
31. **Sztompka, P.** (1999). Trust: A Sociological Theory. Cambridge: Cambridge University Press. 214 p.
32. **Thomson, D.** (2012). How Brands Build Trust. [WWW]  
[http://www.brandingstrategyinsider.com/2012/11/how-brands-build-trust.html#.WC\\_7aFxSkUK](http://www.brandingstrategyinsider.com/2012/11/how-brands-build-trust.html#.WC_7aFxSkUK) 10.10.2016
33. The Role and Importance of Building Trust. [WWW]  
<http://aese.psu.edu/research/centers/cccd/engagement-toolbox/role-importance-of-building-trust> 5.10.2016
34. Toetus erakondadele. [WWW]  
<http://www.erakonnad.info/reiting.html> 4.11.2016
35. **Vihalem, A.** (2008). Turunduse alused. (2. tr). Tallinn: Külim. 308 lk.
36. **Walker, H.** (2014). Harvard Poll Shows Millennials Have 'Historically Low' Levels Of Trust In Government. *Business insider*. [WWW]

<http://www.businessinsider.com/poll-millennials-have-historically-low-levels-of-trust-in-government-2014-4> 22.10.2016

37. Wikipedia. Bränd. [WWW]

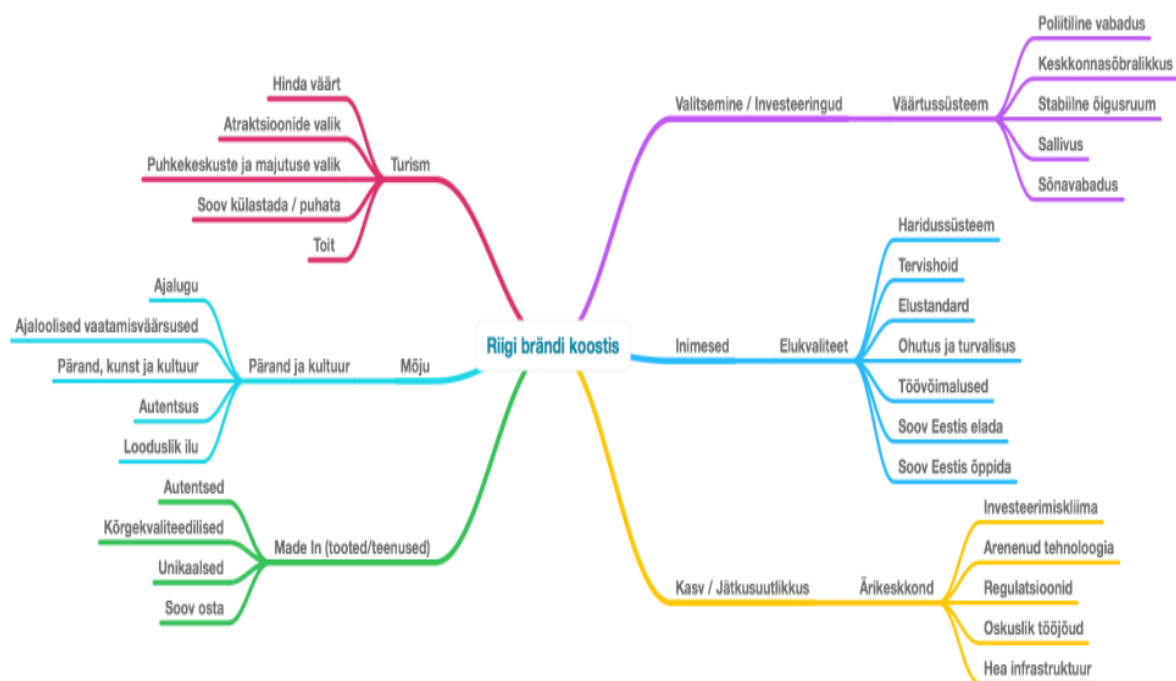
<https://et.wikipedia.org/wiki/Bränd> 28.11.2016

38. (2005). Young people trust EU institutions more than national ones. [WWW]

<https://www.euractiv.com/section/eu-priorities-2020/news/young-people-trust-eu-institutions-more-than-national-ones/> 22.10.2016

# LISAD

## Lisa 1. Riigi brändi koosnemise struktuur



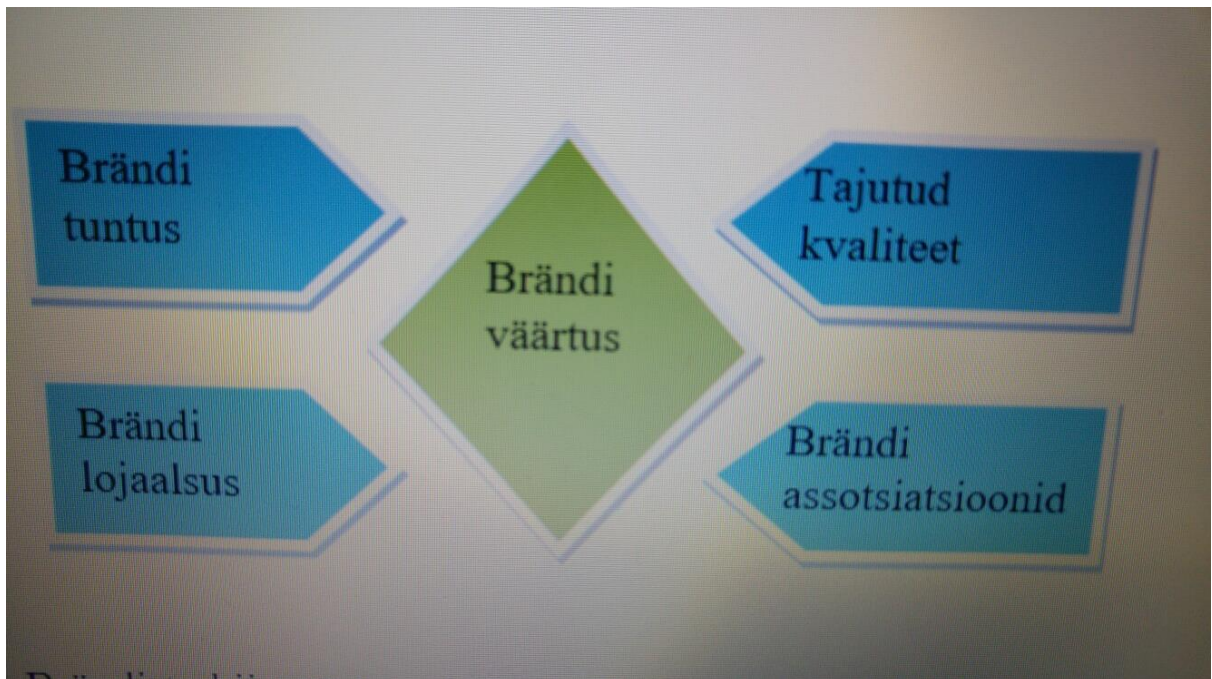
Allikas: [www.Estonia.eu](http://www.Estonia.eu)

## Lisa 2. Usalduse viis lainet



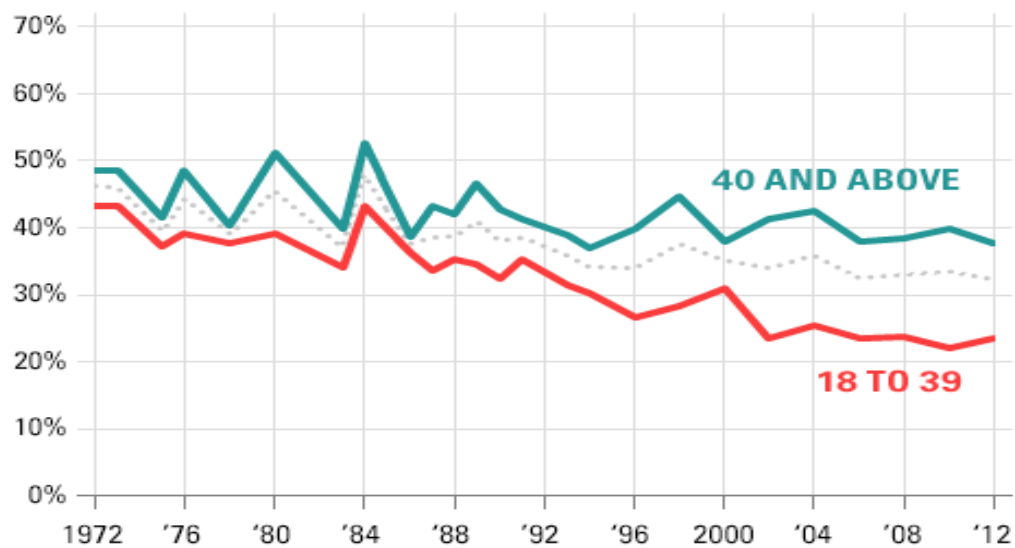
Allikas: Covery, S. The speed of trust (2007)

## Lisa 3. Brändi väärtuse tekkimise olulised aspektid



Allikas: Teadlik turundus (2010)

#### Lisa 4. Üldine sotsiaalne uuring 1972 – 2012. aastal



Allikas: General Social Survey, 1972 - 2012



## Lisa 5. Uuringu küsimustik



Armas Vastaja! Antud küsimustikuga möödame me usaldusväärst

**Seega: Kui usaldusväärne on antud institutsioon või poliitik Sinu arvates 10 pallisel skaalal, kus 1- ei ole absoluutselt usaldusväärne..... 10 - on absoluutselt usaldusväärne**

Vasta kiiresti ja ilma mõtlemata. Vastused on Sinu peas olemas!

### Riigi institutsioonid

1	Vabariigi president	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	Peaminister	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	Haridusministeerium	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	Majandus- ja kommunikatsiooni Ministeerium	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	Rahandusministeerium	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	Vabariigi presidendi Kantsleii	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	Õiguskantsleri kantsleii	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	Riigikogu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	Vabariigi Valitsus	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	Eesti kohtusüsteem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	Riigikontroll	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	Eesti Pank	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13	Eesti Kaitsevägi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14	Kohalik Linnavalitsus / Vallavalitsus	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	Prokuratuur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16	Eesti Politsei- ja Piirivalveamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17	Maksu- ja Tolliamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	Statistikaamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19	Riigi Tööinspeksioon	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	Terviseamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21	Eesti haiglate süsteem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22	Auto Registri Keskus (ARK)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23	Välisministeerium	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	Siseministeerium	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25	Eesti Haigekassa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	Maksu- ja Tolliamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27	Muinsuskaitseamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28	Kaitsejõudude Peastaap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
29	Konkurentsiamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30	Kaitsepolitseiamet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

### Parteid

31	Eesti Reformierakond	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32	Eesti Keskerakond	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
33	Sotsiaaldemokraatlik Erakond (SDE)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34	Isamaa ja Res Publica Liit (IRL)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
35	Eesti Konservatiivne Rahvaerakond (EKR)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



Isikud											
36	Toomas H. Ilves	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
37	Indrek Teder (Õiguskantsler)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
38	Ene Ergma (Riigikogu)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
39	Andrus Ansip	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
40	Ardo Hansson (Eesti Pank)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
41	Riho Terras (Eesti Kaitseväge)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
42	Edgar Savisaar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
43	Elmar Vaher (Politsei ja Piirivalve)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44	Marek Helm (Maksuamet)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
45	Urmas Paet (Välisministeerium)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
46	Ken-Marti Vaher	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
47	Sven Mikser (SDE)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
48	Siim Kallas (Reformierakond)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
49	Urmas Reinsalu (IRL)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
50	Rainer Vakra (SDE)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	Mart Helme (EKR)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
52	Evelin Ilves	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
53	Jaak Aaviksoo (IRL)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
54	Juhan Parts (IRL)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
55	Jürgen Ligi (Rahandusminister)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
56	Taavi Rõivas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
57	Urve Palu (SDE)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
58	Andres Anvelt (SDE)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
59	Evgeni Osinovski (SDE)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Palun märkige vastus ristiga

60. Teie vanus?    61. Teie sugu?    62. Teie haridustase?    63. Kas te töötate?
- 18-23 aastane     mees     keskharidus     töötan
- 24-30 aastane     naine     keskeri haridus     ainult õpin
- 31-40 aastane           kõrgharidus     töötan ja õpin
- 41-.....aastane

64. Mis on teie emakeel?

- eesti
- vene
- muu .....

65. Kui kõrge on teie bruto kuusissetulek?

- ei ole
- alla 320 euro
- 320-500 euro
- 501-749 euro
- 750-1000 euro
- enam kui 1001 euro

## Lisa 6. Indeksid

Institutsioonid	Indeks
Vabariigi president	-6%
Peaminister	-33%
Haridusministeerium	-45%
Majandus- ja kommunikatsiooni Ministeerium	-58%
Rahandusministeerium	-61%
Vabariigi Presidendi Kantselei	-44%
Õiguskantsleri kantselei	-34%
Riigikogu	-68%
Vabariigi Valitsus	-51%
Eesti kohtusüsteem	-33%
Riigikontroll	-42%
Eesti Pank	-30%
Eesti Kaitsevägi	5%
Kohalik Linnavalitsus/Vallavalitsus	-64%
Prokuratuur	-55%
Eesti Politsei- ja Piirivalveamet	-31%
Maksu- ja Tolliamet	-46%
Statistikaamet	-36%
Riigi Tööinspeksioon	-56%
Terviseamet	-41%
Eesti haiglate süsteem	-50%
Autoregistrikeskus (ARK)	-36%
Välisministeerium	-40%
Siseministeerium	-44%
Eesti Haigekassa	-49%
Muinsuskaitseamet	-55%
Kaitsejõudude Peastaap	-24%
Konkurentsiamet	-62%
Kaitsepolitsei	-30%
Erakonnad	
Reformierakond	-64%
Keskerakond	-88%
Sotsiaaldemokraatlik Erakond (SDE)	-67%
Isamaa ja Res Publica Liit (IRL)	-66%
Eesti Konservatiivne Rahvaerakond (EKRE)	-86%
Isikud	
Toomas H. Ilves	-3%
Indrek Teder	-42%
Ene Ergma	-41%
Andrus Ansip	-56%
Ardo Hansson	-46%
Riho Terras	-20%
Edgar Savisaar	-87%
Elmar Vaher	-53%
Marek Helm	-66%
Urmas Paet	-42%

Ken-Marti Vaher	-67%
Sven Mikser	-56%
Siim Kallas	-67%
Urmas Reinsalu	-65%
Rainer Vakra	-67%
Mart Helme	-78%
Evelin Ilves	-76%
Jaak Aaviksoo	-60%
Juhan Parts	-68%
Jürgen Ligi	-59%
Taavi Rõivas	-39%
Urve Palo	-71%
Andres Anvelt	-68%
Jevgeni Ossinovski	-63%

*Allikas: töö autor*

## **SUMMARY**

### **YOUNG PEOPLE'S TRUST IN ESTONIA AS A BRAND**

**Hedy Heinmets**

**Language: Estonian**

**Figures: 17**

**Pages: 54**

**Tables: 1**

**References: 38**

**Appendixes: 6**

**Keywords: State brand, brand, brand trust, institutional trust, trust, young people's trust**

The topic of this thesis was "Youth Confidence in the Estonian State as a Brand." The subject is topical due to the exodus of young people from their homeland. Additionally, interest towards politics and understanding of it, has decreased among young people. In the thesis, the Estonian state was looked at as a brand, and it was analysed, whether the brand is credible in the eyes of young people.

The aim of the thesis was to analyse state institutions, political parties, and people related to the them, and to see, whether as a part of the nation's brand, they are trustworthy in the eyes of young people. According to the objective, the author of the thesis set research tasks that were completed during the writing of the paper.

The thesis consisted of two parts. The first chapter was devoted to the theoretical part, in which the theories used to analyse the work were explained. The theoretical part was divided into two; the first subchapter introduced the concept of a brand and a nation brand, and then explained the importance of brand trust. The second subchapter outlined the criteria of institutional trust. The theoretical part ended with the explanation of the overall importance of trust, and how to raise it. In addition, the theory was also supported by previous studies in this field, both from Estonia and other countries.

The second part of the thesis was devoted to the analysis of the study. Firstly, outlining the survey data, respondents' data, and the methodologies used for distribution and analysis. In the analysis

part, the results were presented as mean values, after which a more detailed analysis of the development of average trust of institutions, political parties, and persons was conducted based on gender and ethnicity. In the second part of the analysis, the author used the recommendation index method, and reflected youth trust in institutions, political parties, and persons by using the recommendation index as a basis.

Based on the study conducted in the thesis, it transpired that the young people that were part of the sample, have a low level of trust in the Estonian state as a brand, but that there are institutions and individuals who tend to be trusted. By using different analysis methods, the most trustworthy institutions were Estonian Defence Forces, the President of the Republic of Estonia, and the armed forces general staff. The least trusted were the parliament and local city/municipality governments. The third least trusted institution was the Ministry of Finance when the arithmetical average was used, and the Competition Authority when the recommendation index methodology was used.

The most trusted individuals were Toomas H. Ilves and Riho Terras. The third most trusted individual was Indrek Teder when the arithmetical average was used, and Taavi Rõivas when the recommendation index methodology was used. The least trusted people were Edgar Savisaar, Mart Helme, and Evelin Ilves.

Among the political parties, using different analysis methods, the most reliable was the Estonian Reform Party, and the least trusted was the Estonian Centre Party. When evaluating the results, overall, the political parties with low scores were not trusted among the youth that took part in the study.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that young people in the study have some trust in certain institutions and individuals, but generally, the institutions, political parties, and individuals that were part of the sample used in the Estonian state brand, are not sufficiently reliable in the eyes of young people. Also, the analysis revealed that young people are well informed about what institutions and political parties the individuals used in the study were associated with; the institutions or political parties that received the highest/lowest average values were also reflected in the same results of the people associated with them.

The author believes that the problem that was stated in the thesis, should be further investigated in future studies that would also add aspects of young people's opinion formation and thoughts and reasons connected to leaving homeland.

Deklareerin, et käesolev lõputöö, mis on minu iseseisva töö tulemus, on esitatud Tallinna Tehnikaülikooli diplomi taotlemiseks ning selle alusel ei ole varem taotletud akadeemilist kraadi ega diplomit.

Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjanduslikest allikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Autor: .....

(Hedy Heinmets, 5. detsember 2016)

Üliõpilaskood: 084103BDÄR

Töö vastab kehtivatele nõuetele.

Juhendaja: .....

(Raul Vatsar, 5. detsember 2016)

Kaitsmisele lubatud: ”.....” ..... 2016

TTÜ TK kaitsmiskomisjoni esimees:

.....

(nimi, allkiri)