

Lõputöö lühikokkuvõte

Asutus <i>(eesti ja inglise keeles)</i>	Tallinna Tehnikaülikool Tallinn University of Technology
Õppekava	Majandusarvestus ja ettevõtluse juhtimine
Autor	Helina Laasen
Juhendaja	Olev Tõru
Töö pealkiri <i>(eesti keeles)</i>	Uute tööviiside meetod kui mõjus sisemise turunduse vahend AS Nordic Bank näitel
Töö pealkiri <i>(inglise keeles)</i>	<i>New Ways of Working as an efficient internal marketing tool on the example of AS Nordic Bank</i>
Töö lühikokkuvõte <i>(eesti keeles, 1-2 lk)</i>	

Lõputöö eesmärgiks on välja selgitada, kuidas on uute tööviiside rakendamine mõjutanud töötajate motiveeritust ja parandanud sisekommunikatsiooni ettevõttes AS Nordic Bank.

Uurimisteedest lähtuvalt on püstitatud järgnevad uurimisküsimused:

- 1) Milline on AS Nordic Bank töötajate motiveerituse tase?
- 2) Kuidas on uute tööviiside rakendamine mõjutanud töötajate motiveeritust?
- 3) Kuidas on uute tööviiside rakendamine mõjutanud ettevõtte sisekommunikatsiooni?
- 4) Milliseid sisekommunikatsiooni meetodeid peavad AS Nordic Bank töötajad efektiivseks ja oluliseks?

Uuringu läbiviimiseks kasutatakse töös kvalitatiivset ja kvantitatiivset uurimismeetodit. Kvalitatiivsetest meetoditest kasutatakse süvaintervjuud peamiste probleemide tuvastamiseks ning kvantitatiivsetest meetoditest ankeetküsitlust võimalike paranduskohtade ja lahenduste leidmiseks. Süvaintervjuus kajastatakse valdavalt sisekommunikatsiooni teemasid, ankeetküsitluse abil uuritakse nelja peamist valdkonda: motiveeritus, sisemine turundus ettevõttes, sisekommunikatsioon ning uute tööviiside rakendamine.

Uuringu tulemusena selgub, et motiveerituse üldine tase ettevõttes on hea, kuid mõned motiveeritust mõjutavad tegurid vajaks suuremat tähelepanu. Uute tööviiside rakendamine on avaldanud osaliselt positiivset mõju töötajate motiveeritusele, kuid mõju sisekommunikatsiooni valdkonnas pole olnud veel märgatav.

Töö jaguneb kaheks peatükiks. Esimeses peatükis tutvustatakse sisemise turunduse ja sisekommunikatsiooni teoreetilisi lähtekohti. Teises peatükis keskendutakse intervjuude ja küsitluse tulemuste analüüsile ja järeldustele ning esitatakse autoripoolsed parendusettepanekud.

Võtmesõnad: sisemine turundus, sisekommunikatsioon, töötajate motiveeritus, uued tööviisid, ettevõtte kultuur.