

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Eleri Anni

ELUSTIILI MÕJU ERIALA VALIKULE

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOLI TUDENGITE NÄITEL

Bakalaureusetöö

Õppekava Ärindus, peeriala Turundus

Juhendaja: Eliis Salm, MA

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 5917 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Eleri Anni

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 155362TABB

Üliõpilase e-posti aadress: eleri.anni@gmail.com

Juhendaja: Eliis Salm, MA:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
1. ELUSTIILI JA ERIALA VALIKU TEOREETILISED ALUSED.....	7
1.1. Elustiili olemus	7
1.2. LOV mudel	10
1.3. Põhjendatud käitumise teooria	12
1.4. Eriala valiku olemus	13
1.5. Õppimisvõimalused Tallinna Tehnikaülikoolis	14
2. ELUSTIILI MÕJU ERIALA VALIKULE UURING	15
2.1. Uuringu meetod	15
2.2. Uuringu tulemused	16
2.2.1 Elustiil.....	16
2.2.2 Eriala valikut mõjutanud faktorid.....	21
2.2.3 Regressioonanalüüs	23
2.3. Järeldused ja arutelu	27
KOKKUVÕTE	31
SUMMARY	33
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	35
LISAD	38
Lisa 1. Uuringu küsimustik valimi vastustega	38
Lisa 2. Valimi profiil	44

LÜHIKOKKUVÕTE

Antud bakalaureusetöö uurimisprobleemiks on see, et ei ole teada, kas erinevate elustiilide ning eriala valiku vahel on seos. Töö eesmärgiks on välja selgitada Tallinna Tehnikaülikooli tudengite elustiilid, eriala valikut mõjutanud faktorid ning elustiili mõju eriala valikule.

Uurimismeetodina on antud töös andmete kogumiseks kasutatud kvantitatiivset meetodit. Vastuseid analüüsitakse protsentanalüüsi, aritmeetilist keskmist ning regressioonanalüüsi kasutades.

Tulemustest selgub, et kõige rohkem tudengeid peab olulisimaks väärtuseks eneseteostust. Eriala valikul mõjutas tudengeid kõige rohkem huvi eriala vastu. Regressioonanalüüsi tulemusel selgus, et küsitlusele vastanud tudengite elustiil mõjutab osaliselt eriala valikut.

Võtmesõnad: elustiil, eriala, tudengid, väärtused

SISSEJUHATUS

Varasemalt on ettevõtete jaoks olnud oluliselt lihtsam suunata turundustegevusi demograafilisi andmeid kasutades. Samas on tarbija seisukohast oluline mõelda just väärtuste analüüsimisele, sest see annab parema nägemuse inimese tegevuse motiividest kui pelgalt demograafiline teave. Inimesed juhinduvad enda valikutes ja otsustes väärtustest. Samamoodi on inimesed huvitatud eelkõige organisatsioonidest ja keskkondadest, millel on neile sarnased väärtused. Väärtustel on keskne roll määramaks sobivust õpilaste ja ülikooli vahel (Balsamo *et al.* 2012, 110).

Teema on aktuaalne, sest olenemata sellest, et tegu on ülikooliga, on ka Tallinna Tehnikaülikool organisatsioon ning konkureerib teiste Eesti ning välismaiste ülikoolidega tudengite pärast. Sellest tulenevalt võib töö olla kasulik Tallinna Tehnikaülikooli turundusosakonnale, et tunda erinevate erialade tudengeid nende väärtuste ja elustiili põhjal sisseastumiskampaaniate efektiivseks kommunikeerimiseks ning sihtimiseks.

Autorile teadaolevalt pole Eestis varem uuritud, kuidas mõjutab elustiil tudengite eriala valikut. Seega on probleemist tulenevalt käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks välja selgitada Tallinna Tehnikaülikoolis õppivate tudengite elustiilid, nende eriala valikut mõjutanud faktorid ning elustiili mõju eriala valikule. Eesmärgist lähtuvalt on püstitatud järgmised uurimisküsimused:

- Millised on Tallinna Tehnikaülikooli tudengite elustiilid?
- Millised tegurid mõjutasid tudengeid eriala valikul?
- Kuidas mõjutas elustiil tudengite eriala valikut?

Andmete kogumiseks on töös kasutatud kvantitatiivset meetodit. Küsimustik koostati Google Forms keskkonnas. Küsimustiku koostamisel on kasutatud elustiili hindavat meetodit LOV (*List of Values*) ehk väärtuste nimekiri ning Ajzeni ja Fishbeini (1975) põhjendatud käitumise teooriale tuginevat Zhangi (2007) eriala valiku mudelit. Samuti täiendati küsimustikku demograafiliste küsimustega.

Käesolev töö on jaotatud kaheks peatükiks, mis koosnevad alapeatükkidest. Esimeses peatükis antakse ülevaade elustiili ning eriala valiku teoreetilistes alustest, selgitatakse elustiili definitsiooni ja töös kasutatavat elustiili hindavat mudelit. Lisaks tutvustatakse esimeses peatükis põhjendatud käitumise teooriat ning õppimisvõimalusi Tallinna Tehnikaülikoolis. Teises peatükis antakse ülevaade uuringu meetodist ning esitatakse tulemused. Samuti hõlmab viimane peatükk järeldusi.

1. ELUSTIILI JA ERIALA VALIKU TEOREETILISED ALUSED

Bakalaureusetöö esimeses peatükis annab autor ülevaate elustiili teoreetilistest alustest ning töös kasutatud elustiili hindavast mudelist. Samuti antakse käesoleva peatüki teises pooles ülevaade põhjendatud käitumise teooriast, eriala valiku teoreetilistest alustest ning õppimisvõimalustest Tallinna Tehnikaülikoolis.

1.1. Elustiili olemus

William Lazer, kes tutvustas 1963. aastal esimesena elustiili kontseptsiooni ja suhet turundusega, on elustiili mustreid defineerinud kui süsteemide kontseptsiooni, mis viitab laias mõttes elamise erilisele viisile (Lazer 1963, viidatud läbi Plummer 1974, 33). Elustiili on harilikult defineeritud kui mustreid, milles inimesed elavad ning kuidas enda aega ja raha kulutavad (Kaynak, Kara 2001, 458). Erinevad autorid on elustiili mõistet erinevalt defineerinud, sellel ei tundu olevat üheselt aktsepteeritud tähendust. Elustiil on viis, kuidas inimesed enda elu elavad, see hõlmab ka nende tegevusi, huvisid ja arvamusi (Peter *et al.* 1994, 463). Samas saab elustiili defineerida ka lihtsalt selle läbi, kuidas inimene elab (Hawkins, *et al.* 1989, 393). Elustiil on süstemaatiline kontseptsioon, mis esindab levinud käitumistunnuseid, mis on ühiskonnas teatud grupil inimestel (Lazer, 1963, viidatud läbi ZHU *et al.* 2011, 629). Chaney (1996, 4) defineerib elustiili kui käitumismustreid, mis inimesi eristavad. Elustiil on põhimõtteliselt see, kuidas me elame ja ennast näeme. Seda mõjutavad meie mineviku kogemused, sünnipärase iseloomuomadused ja praegune olukord. Inimese elustiil on sünnipärase iseloomuomaduste kogum, mida on kujundanud sotsiaalsed interaktsioonid teiste inimestega (Hawkins *et al.* 2001, 435).

Nii indiviididel kui ka majapidamistel on oma elustiil. Majapidamiste elustiil on osaliselt mõjutatud selle majapidamise indiviidide elustiilist ja vastupidi. Tarbijad on harva teadlikud, millist rolli nende elustiil ostuotsustes mängib. Näiteks, enamik inimesi ei mõtle, et nad ostavad Starbucksist kohvi sellel eesmärgil, et enda elustiili säilitada. Kuid indiviidid, kellel on aktiivne ja

sotsiaalne elustiil, võivad Starbucksist kohvi osta osaliselt mugavuse ja teiste Starbucks'i küllastajate kohalolu pärast. Seega on elustiil kaudsel viisil tihti peamiseks motivatsiooniks ja suuniseks ostude tegemisel. (Hawkins *et al.* 2001, 436)

Elustiili muutujad on ka tuntud kui psühhograafilised tunnused, sest hoiakud, huvid ja arvamused on psühholoogilised muutujad, mida on võimalik kvantifitseerida (Assael 1995, 384). Algselt kutsutigi elustiili mõõtvaid kvantitatiivseid meetmeid psühhograafiaks. Psühhograafia ja elustiili mõisteid kasutatakse kirjanduses vaheldumisi. Kuigi neid kasutatakse kirjanduses vaheldumisi, defineerivad mõned autorid neid erinevalt, nimelt kutsutakse psühhograafiaks elustiili mõõtvat meetodit (Wedel, *et al.* 1998, 378). Psühhograafia abil saab kirjeldada tarbija või tarbijate segmendi psühholoogilist iseloomustust või elustiili (Hawkins, *et al.* 1989, 402). Vastupidiselt demograafilistele uuringutele, proovivad psühhograafilised uuringud lisaks demograafilistele andmetele tarbijaid paigutada ka psühholoogilisi tunnuseid arvesse võttes (Hawkins *et al.* 2001, 437).

Psühhograafia on termin, mida esimest korda tutvustas Demby, ta pani kokku sellised mõisted nagu psühholoogia ja demograafia. Ta tundis vajadust lisada rohkem psühholoogilist mõjutust demograafilisele infole, et rikastada demograafilisi näitajaid sotsiaal- ja käitumisteadustega. See oli vajalik tarbija paremaks mõistmiseks ja turundusstrateegia loomiseks (Demby 1974, viidatud läbi Vyncke 2002, 447). Psühhograafia on käitumuslik lähenemine turu segmenteerimisele, mis põhineb selle analüüsimisel, mida inimesed teevad - näiteks tegevused, ostukäitumised ja meedia kasutamine, lisaks sellele, kuidas nad elu tunnetavad - see põhineb hoiakutel, arvamustel, huvidel ja väärtustel (Valentine, Powers 2013, 598).

Elustiilid on loodud toodete poolt ja dikteerivad, millised tooteid ostetakse ja tarbitakse (Sethna, Blythe 2016, 34). Tarbijad ei osta väga tihti asju funktsionaalsete aspektide pärast, pigem loodavad nad ostust suuremat kasu saada, seega ongi turunduse funktsiooniks on aidata tarbijatel enda väärtuste järgi elada (Kahle, Kennedy 1988, 50). Kellelgi, kes elab Londonis katusekorteris, on kindlasti erinev mõtteviis/psühholoogia ja elustiil kui kellelgi, kes elab isemajandavas väikemaomandis väljaspool linna, samas on mõlemad elamud nii tooted kui ka elustiili määrajad. Tõenäoliselt on nende elamute hinnad sarnased, kuid tarbija jaoks on asi elustiilis, mitte majanduslikes kaalutlustes (Sethna, Blythe 2016, 34). Lisaks saab näitena tuua toidu: muidugi ostavad inimesed süüa ka maitse ja välimuse põhjal, aga toiteväärtus on siiski oluline aspekt

ostuotsuse tegemisel. Samuti ei osta paljud inimesed autot vaid transpordi jaoks. Üks kunagine reklaam kirjeldas sõidukit kui mehhanismi väljendamaks inimese identiteeti, vastandumaks selle funktsioonile (Kahle, Kennedy 1988, 50).

Psühhograafiliste tunnuste ja elustiili põhjal segmenteerimine on selgelt seotud tarbijate iseloomuomaduste ja käitumisega. Psühhograafiline segmentatsioon põhineb inimeste mõtteprotsessil ja hoiakutel, mis ilmselgelt aitab seletada ka nende käitumist. (Sethna, Blythe 2016, 10)

Palju on arutatud demograafiliste faktorite kui inimeste tarbijakäitumise määrajate rolli üle. Paljud teadlased ei usu, et selliseid näitajaid saab efektiivselt kasutada. Muidugi on ka erandeid, näiteks on žiletiterade ostmisel vaieldamatult demograafilisi mustreid, neid ostavad peamiselt mehed. Kui aga tegemist pole kindla tootega, mis on suunatud kindlale demograafilisele grupile, siis pole demograafilised tegurid täpsed ennustamiseks tarbijate käitumist (Bieda, Kassarijan 1963 viidatud läbi Loudon, Bitta 1993, 59). Psühhograafilised elustiili profiilid suudavad vältida demograafiliste andmete põhjal tekkivaid piiranguid, sest annavad parema ülevaate tarbijakäitumisest, põhinedes iseloomul, mida ainult demograafilised andmeid ei suudaks avalikustada (Wells 1975, 199). Iseloomuomadused tunduvad esmapilgul olevat ekstreemselt kasulik viis turu segmenteerimiseks, sest inimeste iseloom muutub suhteliselt aeglaselt (Sethna, Blythe 2016, 33-34). Tuleb silmas pidada, et psühhograafilised meetmed on mõistlikud vaid siis, kui need on olukorraspetsiifilised ning mitte üldistatud (Dhalla, Mahatoo 1976, 37).

Elustiili eelis demograafiliste näitajate ees seisneb selles, et see seostub otseselt ostukäitumisega (Sethna, Blythe 2016, 34). Elustiil põhjal hinnatakse inimest kui tervikut, mitte kui erinevaid osasid. Elustiilianalüüside rakendamine turu segmenteerimisel võib aidata turundusjuhtidel konkurentsieelise saamiseks saada vajalikku uut ja värsket infot ja firma sihtturgude kohta. Alates 1963. aastast on meetodeid uurimaks elustiili mustreid ja nende suhteid tarbijakäitumisele arendatud ja täiustatud (Plummer 1974, 33).

1.2. LOV mudel

LOV (*List of Values*) ehk väärtuste nimekiri on elustiili hindav mudel, mis töötati välja Michigani Ülikooli Uuringukeskuses töötavate uurijate poolt. Väärtuste nimekirja välja tootamine oli inspireeritud Maslow (1954, viidatud läbi Kahle *et al.* 1986) inimvajaduste püramiidist.

Kui asi puudutab tarbijate sarnasuste ja erinevuste uuringuid, siis võiks ühe autori arvates väärtuste nimekiri (*The List of Values*) olla põhiline moodus hindamiseks tarbijate sarnasusi ja erinevusi. Väärtuste nimekirja kasutades palutakse vastajatel valida kõige tähtsam ja vähetähtsam väärtus üheksa erineva väärtuse seast. Nendeks üheksaks väärtuseks on: eneseaustus, saavutusvajadus, olla austatud, turvalisus, soojad suhted teiste inimestega, kuuluvustunne, lõbu ja elust rõõmu tundmine, eneseteostus ning viimaseks põnevus (Kahle, Kennedy 1988, 50). LOV meetodit kasutades palutakse vastajatel alustuseks hinnata eelmainitud üheksat väärtust 9 palli skaalal, 1 tähistades väga väheolulist ja 9 tähistades väga olulist vastaja jaoks. Lisaks sellele palutakse vastajal üheksa väärtuse seast valida üks, mis on nende jaoks kõige tähtsam. LOV meetodit on võrreldes teiste elustiili hindavate mudelitega palju kergem hallata, sest see pole seotud patenteeritud andmeanalüüsi algoritmiga, mis segaks tulemuste iseseisvat analüüsimist (Kahle, Kennedy 1988 53).

Samas ei tähenda LOV meetodi lihtsus, et see oleks vähem usaldusväärne. On tõestatud, et lühemad versioonid psühhograafilistest mudelist suudavad sama hästi tulemusi mõõta kui nende mahukamad analoogid (Kahle *et al.* 1986, 409). LOV-i peetakse mahukamatest alternatiividest paremaks erinevate aspektide pärast: kasutusmugavus, kergesti analüüsiv, ennustusvõime ja rakendamise võimalus. Samuti ei nõua LOV suuremahulist arvutitööd, et andmeid analüüsida. Teiste meetodite puhul võib probleemiks tulla tõlkimine, kuid LOV mudel on üles ehitatud nii, et see oleks ülemaailmselt tõlgitav, mis hõlbustab selle kasutamist (Beatty *et al.* 1988).

Järgnevalt kirjeldatakse lühidalt erinevaid väärtusi tähtsaimaks valivate inimeste grupe. Esiteks eneseaustus: uuringus, mis viidi läbi ameeriklastega, valisid kõige rohkem inimesi just selle tähtsaimaks väärtuseks. Need inimesed on erinevates vanusegruppides ja erineva sissetulekuga. 21,1% ameeriklastest valisid selle 1976. aastal olulisimaks väärtuseks ja 23% 1986. aastal. (Kahle, Kennedy 1988, 51)

Turvalisus on väärtus, mille valivad peamiselt inimesed, kes pole majanduslikult ning psühholoogiliselt väga hästi kindlustatud. Inimesed, kes selle enda tähtsaimaks väärtuseks valivad, võivad kannatada ärevushäirete, unehäirete ning teiste psühholoogiliselt koormavate näitajate all. (Kahle, Kennedy 1989, 51)

Soojad suhted teiste inimestega on väärtus, mida valivad olulisimaks peamiselt naised, kes on sõbralikud ning kellel on palju sõpru. Samuti valivad selle väärtuse tähtsaimaks lahutatud mehed, sügavalt usklikud inimesed ning koduperenaised. Nendel inimestel võib esineda õudusunenägusid, kuid neil on toetav perekond. (Kahle, Kennedy 1989, 51)

Saavutusvajaduse valivad tähtsaimaks inimesed, kes on juba palju saavutanud, tihti on need edukad keskeas mehed, kellel on head töökohad ning kõrge sissetulek. Tavaliselt on need inimesed kõrgelt haritud spetsialistid või mänedžerid. (Kahle, Kennedy 1989, 51)

Eneseteostuse valivad olulisimaks peamised noored spetsialistid, kes on tavaliselt võrdlemisi hea haridusega, majanduslikult kindlustatud ning emotsionaalselt stabiilsed. Lisaks on nad terved ning enesekindlad. See grupp inimesi ei soovi, et nende pere esitaks neile ülemääraseid nõudmisi, mis võiksid nende eneseteostust häirida. Sellele grupile inimestele meeldib rohkem filme vaadata kui televiisorit. (Kahle, Kennedy 1989, 51)

Olla hästi austatud on väärtus, mille valivad tavaliselt inimesed, kes on 50-aastased ning nende ametid pole väga prestiižsed, kuid sellegi poolest armastavad nad enda tööd. Nendel inimestel on väike sissetulek ning madal haridustase. Inimesed, kes valivad olla austatud olulisimaks väärtuseks, on tihti õnnetud, pessimistlikud, depressiivsed ja ebatervislikud. Mis puutub vabaajategevustesse, siis meeldib neile keeglit mängida. (Kahle, Kennedy 1989, 51)

Kuuluvustunne on sotsiaalne väärtus, mida valivad olulisimaks peamiselt naised. Kuuluvustunne on kodu ja peresuhteid väärtustavate inimeste jaoks oluline väärtus. Selle grupi esindajad on tavaliselt koduperenaised ja kontoritöötajad. Üldiselt on selle grupi esindajatel vaid keskharidus, kuid sellegipoolest teenivad nad keskmist palka. (Kahle, Kennedy 1989, 51)

Põnevus ja lõbus elu ning selle nautimine pannakse tihti ühte gruppi. Kliše, mis neid inimesi kõige paremini kirjeldaks on: „Peatu ja nuusuta roose.“ Eriti valivad need väärtused tähtsaimaks

noored inimesed, kes hindavad elu. Tihti on need inimesed töötud või töötavad müügi alal. Nad on optimistlikud ning kohanevad hästi. Neile ei meeldi lapsed, religioon ning perekonna rollid. Neile meeldib sport ja meelelahutus. (Kahle, Kennedy 1989, 51)

Antud töö autor on otsustanud uuringu andmeid koguda LOV meetodi abil, sest leiab, et see on Eesti kontekstis kõige sobivam ning samuti on tõestatud, et lühemad elustiili mõõtvad mudelid on sama usaldusväärsed kui nende mahukamad vasted. Lisaks sellele on lühemad mudelid vastajasõbralikumad ning välistavad võimaluse, et vastaja küsimustikule vastates huvi kaotab või küsimustele tõetruult ei vasta.

1.3. Põhjendatud käitumise teooria

Põhjendatud käitumise teooriat tutvustasid Icek Ajzen ja Martin Fishbein 1975. aastal. Põhjendatud käitumise teooria on ennustav mudel, mille tõttu kasutatakse seda paljudes valdkondades, näiteks panganduses, hariduses ja teistes valdkondades, kus on võimalik ennustada inimese käitumist teatud kriteeriumite alusel. On tõestatud, et käitumuslikud kavatsused suudavad ennustada käitumise tõelist elluviimist nii, et kui inimesel on kavatsus teatud tegevust teha, siis ta viib selle suurema tõenäosusega ellu, kui tal pole seda kavatsust. (Mishra *et al.* 2014, 30)

Põhjendatud käitumise teooria kohaselt eelneb käitumisele kavatsus seda teha. Teooria kohaselt peab reaalseks käitumiseks sellele eelneva kavatsus vastavat tegevust teha ning kavatsus teatud tegevust teha on hoiakutest ja subjektiivsest normist mõjutatud. Teooria kohaselt on käitumine vabatahtlik ja käitumist suudab indiviid ise kontrollida. Vastupidiselt käitumisele, on hoiakud mõjutatud indiviidi uskumustest selle käitumise tagajärgedest. Subjektiivne norm on mõjutatud normatiivsetest uskumustest ehk nende inimeste tajutud uskumustest, kes on indiviidi käitumisega seotud või on tema jaoks olulised (Ajzen, Fishbein 1975, 16). Inimeste hoiakud määravad ära uskumused käitumise tagajärgedest. Seega, inimestel, kes usuvad, et teatud tegevuse tagajärjed on positiivsed, on positiivne hoiak teatud tegevuse suhtes, mis suurendab tõenäosust, et seda tegevust ka reaalselt tehakse. Lisaks, kui indiviid usub, et keegi teine või terve grupp inimesi arvab, et indiviid peaks tegutsema, siis see õhutab indiviidi tegutsema (Ajzen, Fishbein 1980, viidatud läbi Liu *et al.* 2017, 444). Põhjendatud käitumise teooria rõhutab hoiakute, subjektiivse normi ja käitumise omavahelist seost (Ajzen, Fishbein 1975).

1.4. Eriala valiku olemus

Eriala valimist on huvitav uurida erinevate aspektide pärast. Esiteks, see on õpilaste jaoks ilmselt elumuutev otsus, mida on paljude õpilaste jaoks raske teha (McDaniels *et al.* 1994, 138). Samuti on eriala valikut tehes võimalik tugineda väga erinevatele allikatele (Galotti *et al.* 2006, 632).

Eriala valikut mõjutavaid põhjuseid ja faktoreid on palju uuritud. Faktorid, mis mõjutavad eriala valikut, on sisemised ning välistes. Välisteks faktoriteks on eriala valikut tehes tulevikus tahetavat tööd iseloomustavad omadused nagu näiteks töökohakindlus, töökohtade olemasolu/tööle saamise võimalus, palk, töökoha prestiiž ning viimaseks eriala raskustase ja töömaht. Ka hiljutised uuringud on välja selgitanud (Mauldin *et al.* 2000, 144), et tööle saamise võimalus antud valdkonnas on eriala valimisel väga oluline faktor. Samuti on uuringud leidnud, et valdkonna palgatase mängib olulist rolli eriala valikul (Berger 1988, 418).

Sisemised tegurid, mis on mõjutatud mingil määral välistest teguriteks, peegeldavad suhtumist, uskumusi, oskusi ja iseloomu. Need on näiteks huvi valdkonna vastu, selle sobivus tudengi jaoks, sellel eriala töötavate inimeste kuvand ning teiste arvamus. Zhang (2017, 449) on öelnud, et kõige tähtsamateks sisemiseks faktoriks, mis eriala valikut mõjutab, on õpilase huvi eriala vastu. Lisaks sellele mängib teisena olulist rolli eriala sobivus ehk kas tudengid usuvad, et saavad valitaval erialal hakkama, on selles head ning kas see on nende jaoks sobiv. On leitud, et õpilased, kes saavad häid tulemusi matemaatikas ja loodusteadustes, valivad enda erialaks tehnilise eriala (Maple, Stage 1991, viidatud läbi Downey *et al.* 2011, 235).

Vastavalt põhjendatud käitumise teooriale (Ajzen, Fishbein 1975), mida on kasutatud ka käesolevas töös, sõltub üliõpilase kavatsus töötada õpituga samas valdkonnas paljuski üliõpilase suhtumisest sellesse erialasse ning samuti subjektiivsest normist ehk nende inimeste uskumustest, kes on üliõpilasele olulised. Seega saab väita, et üliõpilane valib enda eriala ning kavatseb ka sellel alal töötada sõltuvalt tema suhtumisest sellesse erialasse ning teiste arvamusel. See, kuidas üliõpilane teatud erialasse suhtub, sõltub paljudest erinevatest teguritest: huvi eriala vastu, sobivus (vastavus võimetele), palgatase samas valdkonnas, töökohtade olemasolu, töökohakindlus, eriala prestiiž, erialal töötavate inimeste kuvand, eriala raskustase ning töömaht (Downey *et al.* 2011, 233).

Antud töös uuritakse juba eriala valiku teinud ning Tallinna Tehnikaülikoolis õppivaid üliõpilasi, sest eesmärk on hinnata seost Tallinna Tehnikaülikooli üliõpilaste elustiili mõju nende eriala valikule. See kindlustab, et töös ei uurita elustiili mõju alles tehtavale eriala valikule, mis võib ajaga muutuda, vaid juba tehtud otsust.

1.5. Õppimisvõimalused Tallinna Tehnikaülikoolis

Tallinna Tehnikaülikoolis on alates 2018. aastast neli teaduskonda + Eesti Mereakadeemia: majandusteaduskond, loodusteaduskond, inseneriteaduskond, infotehnoloogia teaduskond ning Eesti Mereakadeemia. Bakalaureuseõppes on tudengitel võimalik valida 32 eriala vahel, 12 eriala inseneriteaduskonnast, viis majandusteaduskonnast, kuus eriala infotehnoloogia teaduskonnast, kolm loodusteaduskonnast ning viimaseks kuus eriala Eesti Mereakadeemiast. Tallinna Tehnikaülikooli magistriõppes on võimalik õppida kokku 37 erialal: 15 erialal inseneriteaduskonnas, neljal erialal loodusteaduskonnas, kaheksal erialal majandusteaduskonnas, üheksal erialal infotehnoloogia teaduskonnas ning ühel erialal Eesti Mereakadeemias. Doktoriõppekavasid on Tallinna Tehnikaülikoolis kokku üheksa. (Erialad ... 2018)

2. ELUSTIILI MÕJU ERIALA VALIKULE UURING

Töö teises peatükis kirjeldatakse töös kasutatud meetodit ning esitatakse tulemused. Lisaks sellele esitatakse tulemuste põhjal järeldused.

2.1. Uuringu meetod

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks välja selgitada Tallinna Tehnikaülikoolis õppivate tudengite elustiilid, nende eriala valikut mõjutanud faktorid ning elustiilitegurite mõju eriala valikule. Eesmärgist lähtuvalt on püstitatud järgmised uurimisküsimused:

- Millised on Tallinna Tehnikaülikooli tudengite elustiilid?
- Millised tegurid mõjutasid tudengeid eriala valikul?
- Kuidas mõjutas elustiil tudengite eriala valikut?

Antud töö eesmärgi saavutamiseks ning andmete kogumiseks on kasutatud kvantitatiivset meetodit. Küsimustik koostati Google Forms keskkonnas. Küsimustik oli vastamiseks kättesaadav ajavahemikul 10. detsember – 17. detsember 2018 ehk nädal aega. Töö autor jagas küsimustikku sotsiaalmeedias, eriliselt pandi rõhku Tallinna Tehnikaülikooli tudengeid koondavate sotsiaalmeediagruppide kasutamisel ehk kasutati mugavusvalimit. Samuti palus autor küsimustikule vastata sõpradel ning tuttavatel, kes omakorda küsimustikku edasi jagasid. Küsimustiku koostamisel on kasutatud elustiili hindavat meetodit väärtuste nimekiri LOV (*List of Values*) ning Ajzeni ja Fishbeini põhjendatud käitumise teoorial põhinevat eriala valiku mudelit. Samuti täiendati küsimustikku demograafiliste küsimustega.

Töö põhiosa puudutavad küsimused olid valikvastustega ja diferentsiaalskaalaga, töös kasutati 7-palli skaalat ning samuti 9-palli skaalat. Töös kasutatud skaalad on võetud originaalautorite mudelitest ning antud töö autor ei leidnud, et neid oleks vaja muuta.

Küsimustikule vastas kokku 212 inimest, kellest 142 moodustasid Tallinna Tehnikaülikooli tudengid, teiste ülikoolide tudengite vastuseid empiirilise osa analüüsil ei kasutatud. Ühe Tallinna Tehnikaülikooli tudengi vastus tuli samuti eemaldada, sest andmed ei olnud täielikud.

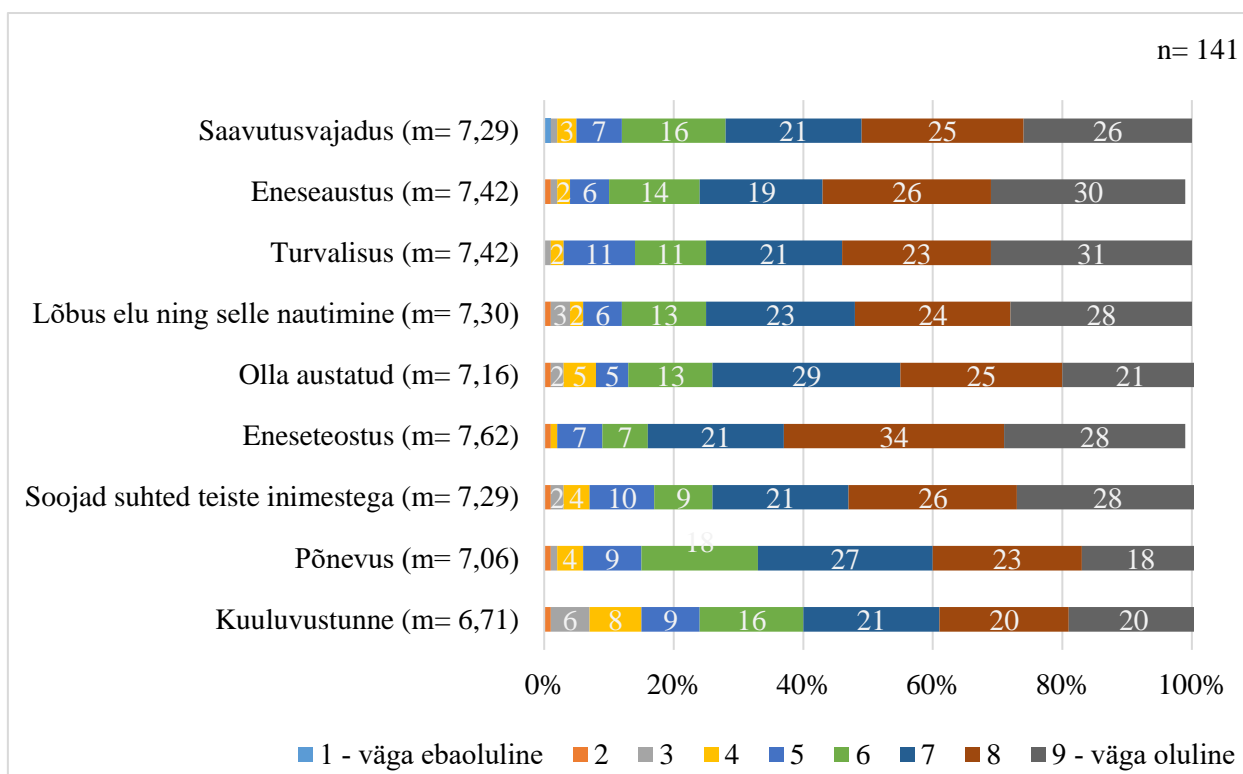
Küsimustikule vastas 81 naist ning 60 meest, naised moodustasid valimist 57% ning mehed 43%. Kõik valimi moodustanud tudengid õpivad Tallinna Tehnikaülikoolis. Vastajad õppisid järgnevatel kõrgharidusastmetel: 6 rakenduskõrgharidusõppes, 95 bakalaureuseõppes, 13 integreeritud erialal, 24 magistris ning 3 tudengit doktoriõppes. Vastanutest 3 õppisid Eesti Mereakadeemias, 19 loodusteaduskonnas, 37 majandusteaduskonnas, 40 inseneriteaduskonnas ning 42 infotehnoloogia teaduskonnas. Kõige nooremad vastajad oli 19-aastased ning kõige vanem tudeng oli 27-aastane. Kõige rohkem vastajaid olid 19-21-aastased, neid oli 76 (54%), 22-24-aastaseid oli 60 (43%) ning 25-27-aastaseid 5 (3%). Vaata lisa 2

Töö tulemusi pole võimalik tulemusi üldistada laiemale sihtrühmale, sest valim ei ole esinduslik Tallinna Tehnikaülikooli tudengite suhtes ning valimi struktuur ei esinda Tallinna Tehnikaülikooli tudengite struktuuri. Saadud vastuseid analüüsiti Exceli programmis, tulemustest tehti visuaalseks kujutamiseks tabelid ning joonised. Statistilistest andmeaanalüüsi meetoditest kasutati keskmiseid, protsentanalüüsi ning regressioonanalüüs, et näha kui suures osas suudab elustiil kirjeldada eriala valikut.

2.2. Uuringu tulemused

2.2.1 Elustiil

Mõistmaks Tallinna Tehnikaülikooli tudengite elustiile ning väärtusi, millest juhindutakse, uuriti, kui tähtsaks peavad tudengid üheksat erinevat väärtust 9-palli skaalal, 1- pole üldse oluline, 9- on väga oluline (Joonis 1).

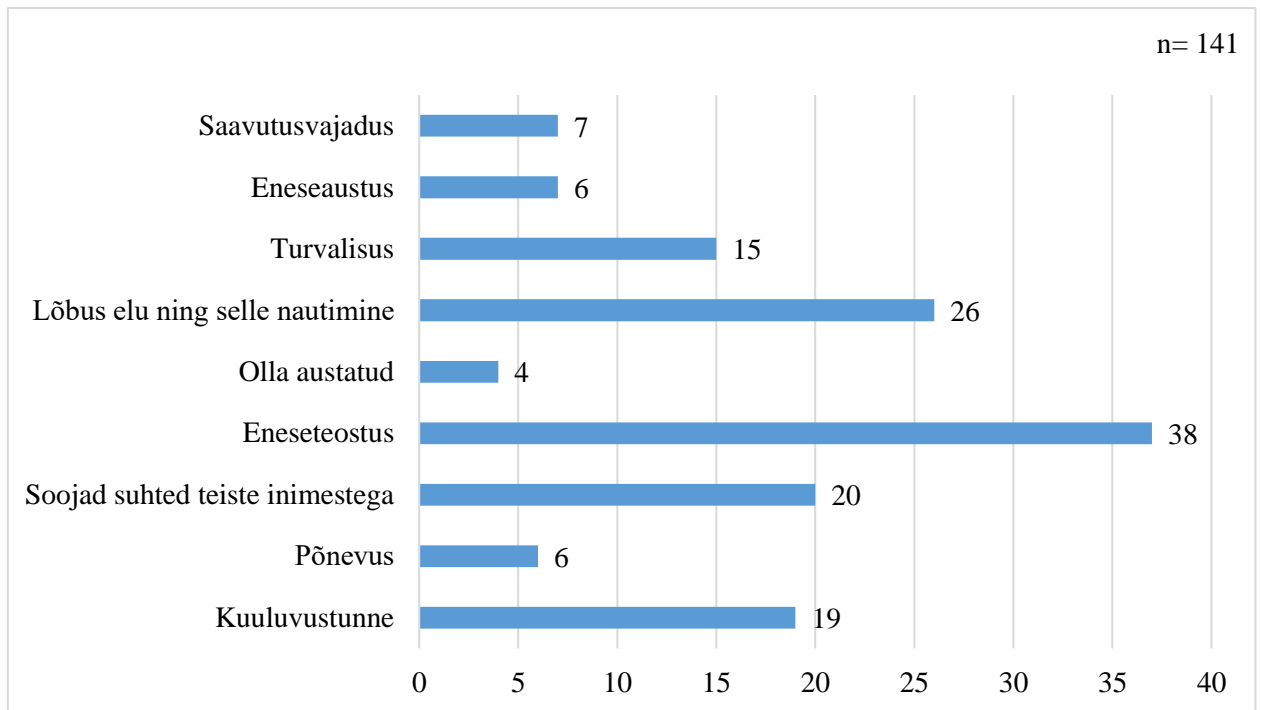


Joonis 1. Tudengite hinnangud väärtuste tähtsuse osas 9-palli skaalal, %. M= aritmeetiline keskmine

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Turvalisust hinnati väga oluliseks, täpsemalt 31% tudengitest hindasid turvalisuse olulisust 9 palliga. Peaaegu sama oluliseks pidasid tudengid ka eneseaustust, 30% tudengitest hindas eneseaustuse olulisust 9 palliga. Lisaks sellele hindasid 28% tudengitest väga oluliseks lõbusat elu ning selle nautimist, eneseteostust ja soojasid suhteid teiste inimestega.

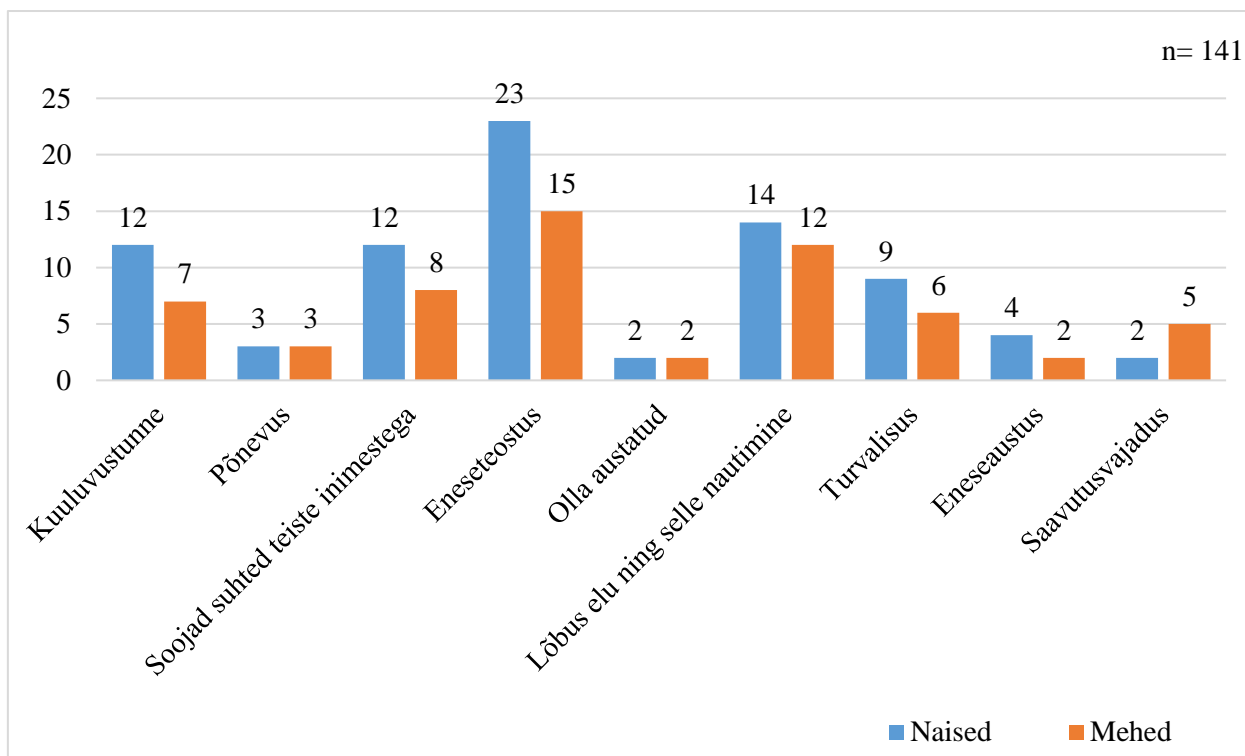
Küsimustiku teises küsimuses pidid tudengid märkima kõige tähtsama väärtuse üheksa väärtuse seast. Nendeks üheksaks väärtuseks olid: saavutusvajadus, eneseaustus, turvalisus, lõbus elu ning selle nautimine, olla austatud, eneseteostus, soojad suhted teiste inimestega, põnevus ning kuuluvustunne (Joonis 2).



Joonis 2. Tudengite kõige tähtsam väärtus, tudengite arv

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

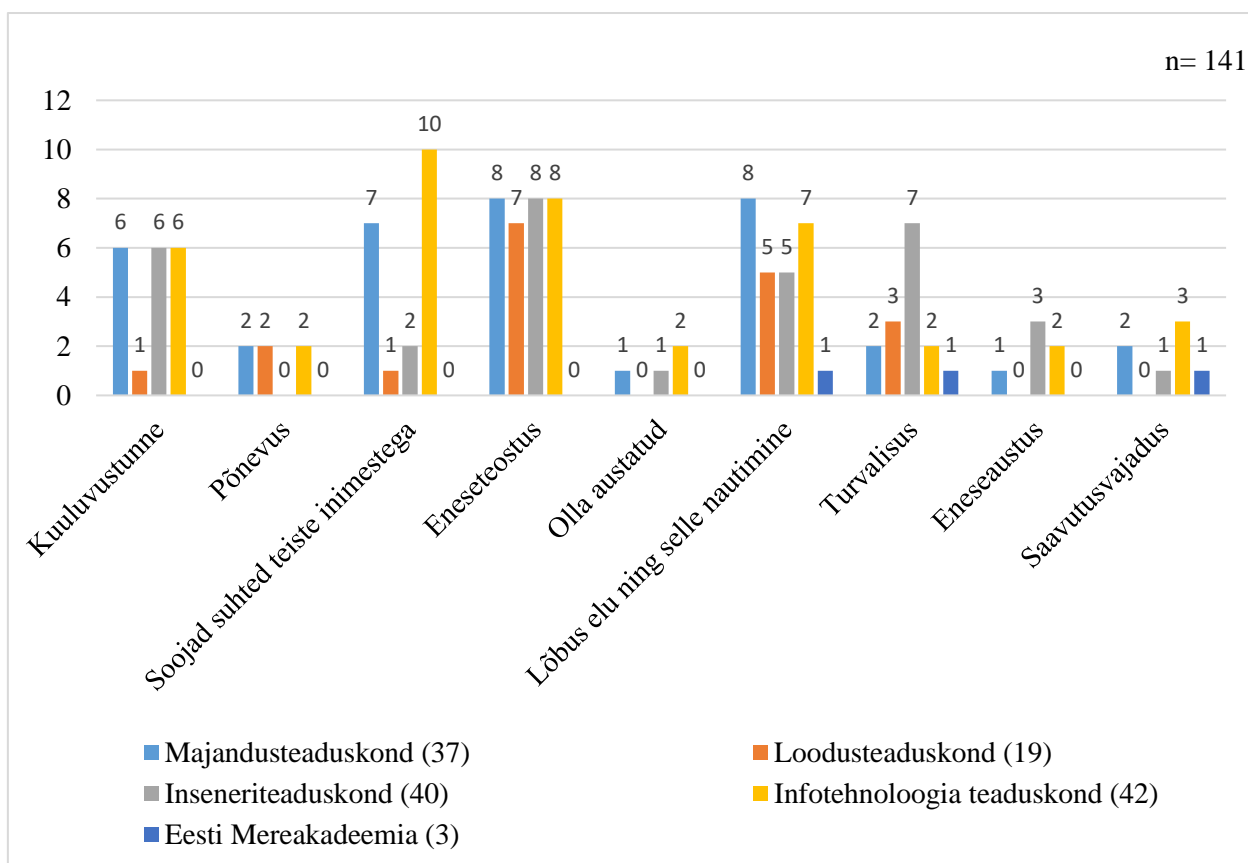
Olla austatud on väärtus, mille valisid kõige vähem tudengeid olulisimaks, nimelt selle valisid 4 tudengit (3%). Põnevuse ja eneseaustuse valisid enda jaoks tähtsaimaks 6 tudengit (4%) ning saavutusvajaduse valisid 7 tudengit (5%). Turvalisuse valisid tähtsaimaks 15 tudengit (11%), kuuluvustunde 19 tudengit (13%) ning soojad suhted teiste inimestega 20 tudengit (14%). Kõige rohkem pidasid tudengid oluliseks lõbusat elu ning selle nautimist ja eneseteostust. Lõbusa elu ning selle nautimise valisid kõige olulisemaks 26 tudengit (18%) ning eneseteostuse 38 tudengit (27%). Võis ka eeldada, et enamik tudengeid valivad tähtsaimaks väärtuseks eneseteostuse, sest ülikooli õppima asumine on üks viis tudengite eneseteostuseks.



Joonis 3. Naiste ja meeste kõige tähtsamad väärtused, tudengite arv

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Kui võrrelda meeste ja naiste tähtsamaid väärtusi (Joonis 3), siis võib täheldada, et vastanud naiste jaoks on kuuluvustunne olulisem kui vastanud meeste jaoks, samuti väärtustavad vastanud naised meestest rohkem soojasid suhteid teiste inimestega. Nimelt valisid 12 naist ja 7 meest kuuluvustunde enda tähtsaimaks väärtuseks ning soojad suhted teiste inimestega 12 naist ja 8 meest. Samuti on näha, et rohkem naisi kui mehi valisid eneseteostuse olulisimaks väärtuseks. Täpsemalt 23 naist ning 15 meest valisid eneseteostuse olulisimaks.

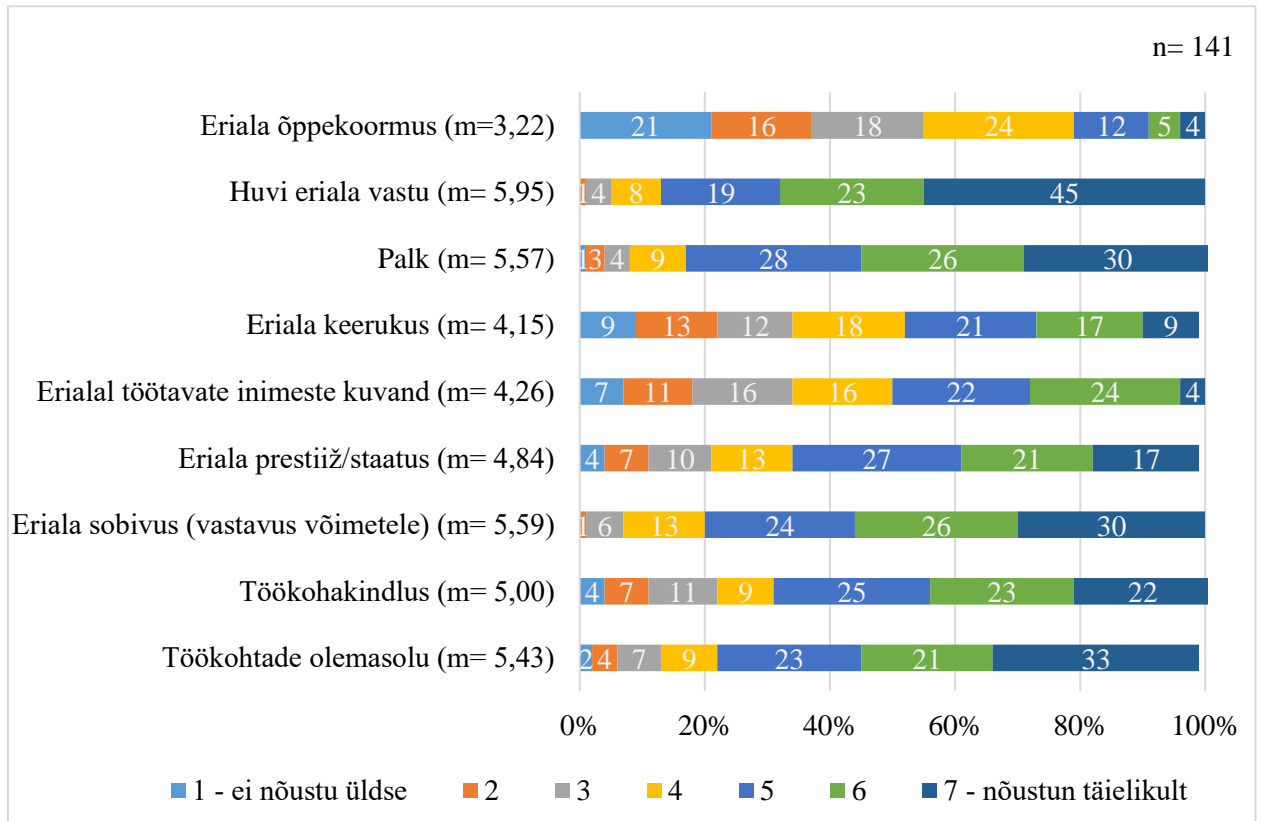


Joonis 4. Tudengite kõige tähtsamad väärtused teaduskondade kaupa, tudengite arv

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Erinevate teaduskondade tudengite tähtsaimates väärtustes saab välja tuua erisusi (Joonis 4). Kõige paremini eristatav väärtus on soojad suhted teiste inimestega, mille valisid majandusteaduskonnast olulisimaks 7 tudengit ning infotehnoloogia teaduskonnast 10 tudengit. Loodusteaduskonnas ning inseneriteaduskonnas valisid selle olulisimaks väärtuseks vastavalt 1 ja 2 tudengit. Samuti saab täheldada, et inseneriteaduskonnast peab teiste teaduskondadega võrreldes rohkem tudengeid olulisimaks turvalisust, nimelt valis selle olulisimaks väärtuseks 7 tudengit, samal ajal kui loodusteaduskonnast valis selle olulisimaks 3 tudengit, majandus -ja infotehnoloogia teaduskonnast 2 tudengit. Kuuluvustunde valis olulisimaks vaid 1 loodusteaduskonna tudeng, samal ajal kui majandus-, inseneri -ja infotehnoloogia teaduskonnast valis selle olulisimaks 6 tudengit. Eesti Mereakadeemiast vastas küsimustikule vaid 3 tudengit, mille tõttu on nende tudengite vastuseid raske teiste teaduskondade tudengite vastustega võrrelda.

2.2.2 Eriala valikut mõjutanud faktorid



Joonis 5. Tudengite hinnangud eriala valikut mõjutanud faktorite tähtsuse osas, %. M= aritmeetiline keskmine

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Samuti soovis töö autor teada, millised faktorid mõjutasid tudengite eriala valikut (Joonis 5). Eriala valikut puudutavas küsimuses pidid tudengid 7-palli skaalal hindama eriala valikut puudutavate faktorite olulisust. Jooniselt peegeldub, et kõige olulisemateks mõjuriteks eriala valikul on tudengite jaoks huvi eriala vastu, selle olulisust hindas 45% tudengitest 7-palliga (aritmeetiline keskmine 5,95). On mõistetav, et tullakse õppima eriala, mille vastu huvi tuntakse, et hiljem samas valdkonnas tööd jätkata ning edukaks saada. 33% tudengitest nõustusid, et töökohtade olemasolu oli eriala valikul tähtis (aritmeetiline keskmine 5,43). Palga olulisust hinnati samuti kõrgelt, nimelt hindasid 39% tudengitest selle olulisust 7-palliga. 21% tudengitest hindasid eriala õppekoormuse olulisust eriala valikul 1-palliga, millel oli ka madalaim aritmeetiline keskmine (3,22).

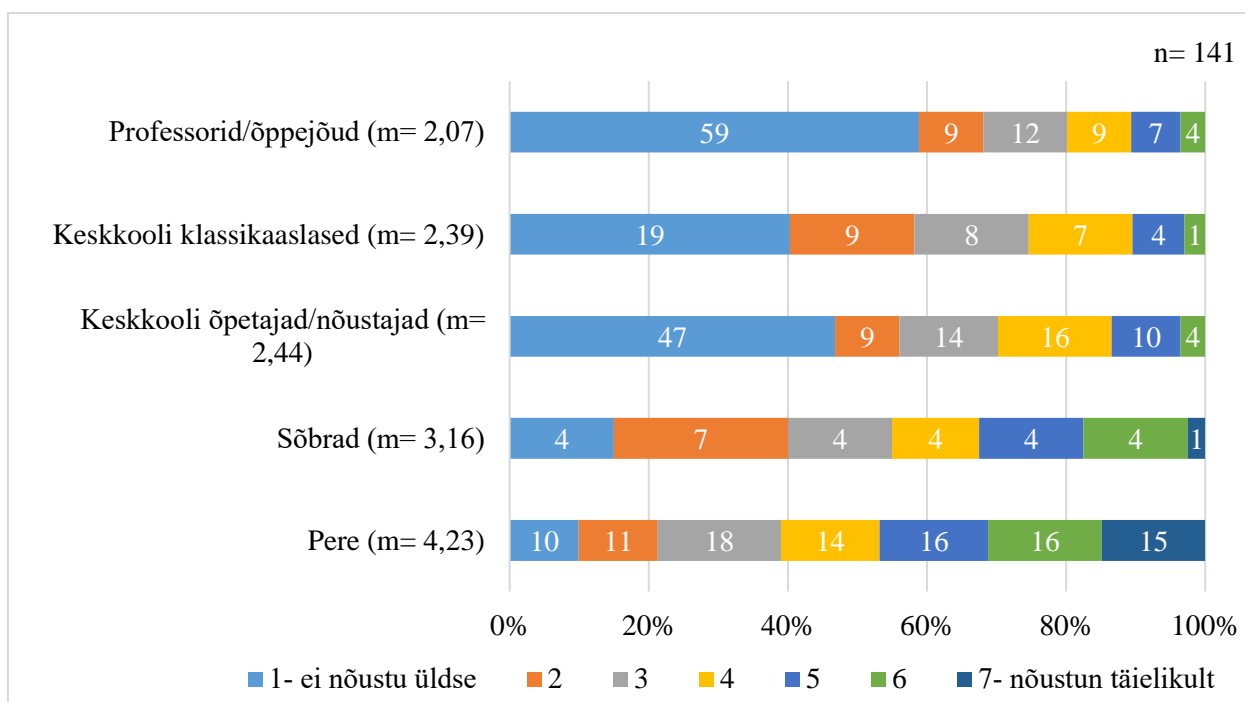
Tabel 1. Eriala valikut mõjutanud faktorite keskmised väärtused 7-palli skaalal teaduskondade kaupa

	TO	TK	ES	EP	ETIK	EK	P	HEV	EÕ
Majandusteaduskond	4,84	4,32	5,68	4,49	4,46	3,35	5,38	5,92	3,51
Loodusteaduskond	5,05	5,11	6,21	4,79	4,32	4,79	4,95	6,37	3,00
Inseneriteaduskond	5,45	5,00	5,48	4,95	4,35	4,38	5,43	5,93	3,28
Infotehnoloogia teaduskond	6,07	5,60	5,38	4,95	4,00	4,52	6,07	5,79	2,98
Eesti Mereakadeemia	6,00	4,67	5,00	6,33	3,33	2,00	7,00	6,33	3,67

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

TO – töökohtade olemasolu; TK – töökohakindlus; ES – eriala sobivus (vastavus võimetele); EP – eriala prestiiž/staatus; ETIK – erialal töötavate inimeste kuvand; EK – eriala keerukus; P – palk; HEV – huvi eriala vastu; EÕ – eriala õppekoormus

Lisaks selgub Tabel 1 tulemustest, et infotehnoloogia teaduskonna tudengeid mõjutas töökohtade olemasolu eriala valikul teiste teaduskondade tudengitest rohkem (aritmeetiline keskmine 6,07). Samuti saab välja tuua asjaolu, et infotehnoloogia teaduskonna (aritmeetiline keskmine 6,07) tudengeid mõjutas eriala valikul teiste teaduskondade tudengitest rohkem palk. Eriala keerukust arvesse võttes osutus majandusteaduskonna tudengite jaoks see faktor vähem oluliseks (aritmeetiline keskmine 3,35) kui teiste teaduskondade tudengite jaoks. Majandusteaduskonnas on sotsiaalteaduste erialad, mida peetakse „pehmeteks“ erialadeks, seega võib vastus olla sellest tingitud, et tavaliselt on nendel erialadel vähem õppeained loodus -ja täppisteadustest.



Joonis 6. Tudengite hinnangud eriala valikut mõjutanud isikute tähtsuse osas, %. M= aritmeetiline keskmine

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Samuti soovis autor välja selgitada subjektiivse normi tähtsust ehk millised inimesed tudengite ümber mõjutasid neid eriala valiku tegemisel. Selleks tuli tudengitel 7-palli skaalal (1- ei nõustu üldse, 7- nõustun täielikult) vastata, kuidas mõjutasid järgmised isikud nende eriala valikut: pere, sõbrad, keskkooli õpetajad/nõustajad, keskkooli klassikaaslased ning viimaseks professorid/õppejõud. Jooniselt 6 on näha, et kõige vähem mõjutasid tudengeid eriala valikul tulevased õppejõud, nimelt hindasid 59% tudengitest õppejõudude mõju tähtsust eriala valikule 1 palliga (aritmeetiline keskmine 2,07). Samuti ei pidanud 47% tudengitest keskkooli õpetajate/nõustajate tähtsust eriala valikul üldse oluliseks (aritmeetiline keskmine 2,39). Küll aga osutasid kõige tähtsamateks mõjutajateks pere (aritmeetiline keskmine 4,23) ning sõbrad (aritmeetiline keskmine 3,16).

2.2.3 Regressioonanalüüs

Järgnevalt esitatakse regressioonanalüüsi tulemused, mille eesmärgiks oli välja selgitada, kui suures osas suudab elustiil selgitada eriala valiku erinevaid muutujaid. Lisaks sellele teostati regressioonanalüüs kõigi väärtuste ning eriala valikut mõjutavate muutujate vahel.

Analüüsis võeti sõltuvateks muutujateks eriala valikut mõjutavad faktorid: töökohtade olemasolu, töökohakindlus, eriala sobivus, eriala prestiiž/staatus, erialal töötavate inimeste kuvand, eriala keerukus, palk, huvi eriala vastu ning viimaseks eriala õppekoormus. Sõltumatuteks teguriteks olid regressioonanalüüsi puhul väärtused: kuuluvustunne, põnevus, soojad suhted teiste inimestega, eneseteostus, olla austatud, lõbus elu ning selle nautimine, turvalisus, eneseaustus ning saavutusvajadus. Järgnevalt on välja toodud regressioonanalüüsi tulemusi koondavad tabelid (Tabel 2, 3, 4, 5).

Tabel 2. Regressioonanalüüsi tulemused

	R ²	Statistiline olulisus F
Töökohtade olemasolu	0,162	0,158
Töökohakindlus	0,111	0,459
Eriala sobivus (vastavus võimetele)	0,333	0,0004
Eriala prestiiž/staatus	0,105	0,512
Eriialal töötavate inimeste kuvand	0,160	0,163
Eriala keerukus	0,300	0,002
Palk	0,110	0,469
Huvi eriala vastu	0,322	0,0007
Eriala õppekoormus	0,085	0,678

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Tabelist 2 on näha, et eelnevad elustiili hindavad väärtused suudavad ära kirjeldada 33,3% ulatuses selle, kas eriala valikul arvestatakse eriala sobivusega (vastavusega võimetele). Selle näitaja statistiline olulisus on 0,0004, mis näitab, et saadud tulemus pole juhuslik. Lisaks eriala sobivusele suudavad elustiilitegurid 30% ulatuses ära kirjeldada eriala keerukusega arvestamise eriala valikul. Selle näitaja statistiline olulisus on 0,002, mis näitab, et 0,2% tõenäosusega on tulemus juhuslik. 32,2% ulatuses suudavad elustiilitegurid ära kirjeldada selle, kas eriala valikul lähtutakse huvist eriala vastu. Saadud tulemus on usaldusväärne, sest selle statistiline olulisus jääb alla 0,05, nimelt osutus selle näitaja statistiliselt olulisuseks 0,0007 ehk 0,07%. Teiste eriala valikut mõjutavate tegurite statistiline olulisus jäi vahemikku 0,158 – 0,678, mida ei saa pidada usaldusväärseteks.

Tabel 3. Regressioonanalüüsi tulemused väärtuste lõikes

	Töökohtade olemasolu		Töökohakindlus		Eriala sobivus (vastavus võimetele)	
	Koefitsient	P-väärtus	Koefitsient	P-väärtus	Koefitsient	P-väärtus
Kuuluvustunne	-0,018	0,902	-0,036	0,819	-0,311	0,007
Põnevus	-0,145	0,376	-0,072	0,685	0,015	0,904
Soojad suhted teiste inimestega	0,004	0,981	-0,131	0,506	-0,078	0,572
Eneseteostus	0,137	0,593	0,031	0,912	0,513	0,011
Olla austatud	-0,409	0,028	-0,145	0,465	-0,053	0,704
Lõbus elu ning selle nautimine	-0,054	0,747	-0,157	0,390	0,042	0,742
Turvalisus	0,254	0,144	0,215	0,253	-0,009	0,947
Eneseaustus	0,079	0,672	0,218	0,284	0,408	0,006
Saavutusvajadus	0,406	0,046	0,249	0,254	-0,083	0,587

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Tabelist 3 on näha, millised elustiilitegurid ning eriala valikut mõjutanud tegurid on omavahel nii positiivses kui ka negatiivses seoses. Statistiliselt oluliseks võib pidada seoseid, mille p-väärtus jääb alla 0,05. Negatiivses seoses -0,311 on omavahel kuuluvustunne ning eriala sobivus (vastavus võimetele), selle seoses p-väärtus on 0,007, mida saab pidada usaldusväärseks ning statistiliselt oluliseks. Positiivses seoses on omavahel eneseteostus ning eriala sobivus, mille koefitsient on 0,513. Selle seose p-väärtuseks osutus 0,011, mida võib pidada usaldusväärseks. Lisaks saab veel välja tuua eneseaustuse ja eriala sobivuse vahelise seoses, mille väärtuseks on 0,408 ja mille p-väärtus on 0,006, mida võib samuti pidada usaldusväärseks.

Tabel 4. Regressioonanalüüsi tulemused väärtuste lõikes (2)

	Eriala prestiiž/staatus		Erialal töötavate inimeste kuvand		Eriala keerukus	
	Koefitsient	P-väärtus	Koefitsient	P-väärtus	Koefitsient	P-väärtus
Kuuluvustunne	-0,013	0,940	-0,076	0,643	0,533	0,003
Põnevus	0,080	0,670	-0,036	0,846	-0,065	0,738
Soojad suhted teiste inimestega	-0,156	0,456	0,196	0,335	-0,778	0,001
Eneseteostus	0,078	0,791	0,282	0,328	0,712	0,021
Olla austatud	0,201	0,342	0,070	0,731	-0,356	0,103
Lõbus elu ning selle nautimine	-0,021	0,914	-0,230	0,226	-0,257	0,200
Turvalisus	-0,193	0,335	-0,217	0,265	0,228	0,267
Eneseaustus	-0,060	0,782	0,069	0,742	0,154	0,489
Saavutusvajadus	0,271	0,243	0,238	0,291	0,165	0,489

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel

Tabelis 4 on toodud kolme eriala valikut mõjutava teguri ning väärtuste vahelised seoses, mis osutusid nii positiivseteks kui ka negatiivseteks. Statistiliselt oluline ning usaldusväärne (p-väärtus 0,003) seos tekkis kuuluvustunde ja eriala keerukus vahel. Nimelt oli nende tegurite vahelise seose koefitsient 0,533 ehk 53,3% ulatuses kirjeldab kuuluvustunne ära eriala keerukuse olulisuse eriala valikul. Negatiivne seos -0,778 esineb elustiiliteguri soojad suhted teiste inimestega ning eriala keerukuse vahel, mille p-väärtuseks on 0,001, mis on usaldusväärne ja statistiliselt oluline. Kolmandaks statistiliseks oluliseks seoseks on eneseteostuse ja eriala keerukus, mille koefitsiendiks on 0,712, mis tähendab, et eneseteostus mõjutab 71,2% ulatuses eriala keerukust eriala valiku tegemisel. Teiste tegurite vahel statistiliselt olulisi tulemusi ei saadud, p-väärtus jäi vahemikku 0,103 – 0,940, mida ei saa pidada usaldusväärseks.

Tabel 5. Regressioonanalüüsi tulemused väärtuste lõikes (3)

	Palk		Huvi eriala vastu		Eriala õppekoormus	
	Koefitsient	P-väärtus	Koefitsient	P-väärtus	Koefitsient	P-väärtus
Kuuluvustunne	-0,084	0,546	-0,254	0,024	0,142	0,444
Põnevus	-0,151	0,335	0,071	0,564	0,153	0,459
Soojad suhted teiste inimestega	-0,098	0,574	0,069	0,615	-0,145	0,529
Eneseteostus	0,071	0,773	0,553	0,006	0,013	0,969
Olla austatud	-0,240	0,174	0,155	0,265	0,102	0,661
Lõbus elu ning selle nautimine	0,108	0,503	-0,176	0,171	-0,198	0,355
Turvalisus	0,037	0,826	0,006	0,961	0,397	0,073
Eneseaustus	0,018	0,919	0,081	0,568	-0,038	0,871
Saavutusvajadus	0,419	0,032	-0,114	0,453	-0,170	0,505

Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel.

Palga, huvi eriala vastu ning eriala õppekoormuse seosed väärtuste vahel on toodud Tabelis 5. Saavutusvajaduse ja palga vahel on positiivne seos, täpsemalt 0,419 ehk 41,9% ulatuses kirjeldab saavutusvajadus ära, kas eriala valikul võetakse arvesse palka või mitte. Antud kahe teguri vaheline p-väärtus on 0,032, mida saab lugeda statistiliselt oluliseks. Samuti esines positiivne seos elustiiliteguri eneseteostuse ning huvi eriala vastu vahel. Eneseteostus kirjeldab 55,3% ulatuses ära, kas tudeng valib eriala lähtuvalt huvist eriala vastu. Seose p-väärtuseks leidis autor 0,006, mida saab pidada usaldusväärseks ning see tähendab, et 0,6% tõenäosusega on tulemus juhuslik. Samuti esines tabelis statistiliselt oluline negatiivne seos kuuluvustunde ja huvi eriala vastu vahel, mille koefitsiendiks sai autor -0,254 ja p-väärtuseks 0,024, mida saab lugeda usaldusväärseks.

2.3. Järeldused ja arutelu

Esmalt sooviti välja selgitada Tallinna Tehnikaülikooli tudengite elustiilid ning väärtused, millest juhindutakse. Selleks tuli tudengitel 9-palli skaalal hinnata üheksa erineva väärtuse tähtsust.

Küsitluse vastuste analüüsimisest selgus, et 31% tudengitest peab väga oluliseks turvalisust ning 30% tudengitest eneseaustust. Eelnimetatud kahte väärtust hindasid tudengid 9-palliga. Autori arvates on turvalisuse olulisus tudengite jaoks loogiline tulemus, arvestades, et 62% tudengitest jääb igakuine netosissetulek 600 euri piiresse. Nagu varasemalt välja toodud väärtuste nimekirja gruppide kirjelduses, siis võivad turvalisuse valida väga oluliseks inimesed, kes ei ole majanduslikult ning psühholoogiliselt väga hästi kindlustatud.

Paludes tudengitel välja valida tähtsaim väärtus, selgus, et kõige rohkem tudengeid valis olulisimaks väärtuseks eneseaustuse. Kuigi väärtuste hindamisel 9-palli skaalal valis kõige rohkem tudengeid väga oluliseks turvalisuse, siis ainult ühe väärtuse valimisel otsustasid tudengid valida eneseaustuse. Autori arvates võib see tuleneda asjaolust, et turvalisus ning teised väärtused on küll tudengite jaoks tähtsad, kuid tähtsaima valimisel mõeldakse otsus kriitilisemalt läbi.

Andmeid analüüsid ilmses erinevus naiste ja meeste olulisimate väärtuste vahel. Nimelt selgus, et naised peavad meestest olulisemaks kuuluvustunnet, soojasid suhteid teiste inimestega ning eneseaustust. Autori arvates võib see tuleneda sellest, et naised on emotsionaalsemad ning võivad selle tõttu meestest rohkem väärtustada sotsiaalseid vajadusi.

Huvitava tulemuse sai analüüsid tähtsaimaid väärtusi teaduskondade lõikes. Selgus, et vastanud majandusteaduskonna ja infotehnoloogia teaduskonna tudengid peavad teiste teaduskondade üliõpilastega võrreldes tähtsamaks soojasid suhteid teiste inimestega. Samas pidasid vastanud inseneriteaduskonna tudengid teistest üliõpilastest olulisemaks turvalisust.

Lisaks selgus, et peaaegu pooled tudengitest nõustusid täielikult, et eriala valikul on oluline faktor huvi eriala vastu, mis on ka loogiline, arvestades, et tavaliselt kavatakse ülikooli lõppedes samal erialal tööd jätkata. Sama tulemust on kinnitanud ka Zhang (2017, 449), kes leidis, et kõige tähtsamaks sisemiseks faktoriks, mis eriala valikut mõjutab, on õpilase huvi eriala vastu. Kolmandik tudengitest olid täiesti nõus, et töökohtade olemasolu oli eriala valikul tähtis. Palga olulisust hinnati samuti kõrgelt, nimelt hindasid 39% tudengitest selle olulisust 7-palliga. Palga ning töökohtade olemasolu olulisus eriala valdkonna valikul on mõistetav, sest ülikooli tulevad tudengid tavaliselt tööturul konkurentsivõimelisuse saavutamiseks, et selle läbi karjääriredelil tõusta. Viiendik tudengitest hindasid eriala õppekoormuse olulisust eriala valikul väga

ebaoluliseks. Autori arvates võib see tuleneda asjaolust, et ülikooli õppima asuvad tudengid pole teadlikud erinevate erialade õppekoormustest ning otsus tehakse pigem huvist eriala vastu.

Teaduskondade võrdluses ilmnes eriala valikut mõjutavate faktorite vahel erinevusi. Nimelt selgus, et infotehnoloogia teaduskonna tudengeid mõjutas töökohtade olemasolu eriala valikul teiste teaduskondade tudengitest rohkem. See võib tuleneda asjaolust, et infotehnoloogia valdkonnas on spetsialistide järgi suur nõudlus, kuid pole piisavalt kompetentseid töötajaid. Samuti saab välja tuua asjaolu, et infotehnoloogia teaduskonna tudengeid mõjutas eriala valikul teiste teaduskondade tudengitest rohkem palk. Autori arvates võib see tuleneda asjaolust, et infotehnoloogia valdkonnas on palgad kõrgemad kui näiteks sotsiaalteaduste valdkonnas ning selle tõttu võib see motiveerida tudengeid infotehnoloogia teaduskonnast erialasid valima. Eriala keerukust arvesse võttes osutus majandusteaduskonna tudengite jaoks see faktor vähem oluliseks kui teiste teaduskondade tudengite jaoks. Majandusteaduskonnas on sotsiaalteaduste erialad, mida peetakse „pehmeteks“ erialadeks, seega võib vastus olla sellest tingitud, et tavaliselt on nendel erialadel vähem õppeained loodus -ja täppisteadustest.

Lisaks sooviti teada, kuidas mõjutasid eriala valikut tudengi pere, sõbrad, keskkooli klassikaaslased, keskkooli õpetajad ning professorid. Kõige vähem mõjutasid tudengeid eriala valikul tulevased õppejõud. Samuti ei pidanud 47% tudengitest keskkooli õpetajate/nõustajate tähtsust eriala valikul üldse oluliseks. See võib autori arvates tuleneda asjaolust, et need inimesed pole tudengile väga lähedased, seega ei küsita ega võeta nende nõu nii suurel määral arvesse. Küll aga osutusid kõige tähtsamateks subjektiivseteks normideks pere ning sõbrad. Sõprade ning pere olulisus eriala valikul on ka loogiline, arvestades, et need on tudengitele tavaliselt kõige lähedasemad inimesed.

Regressioonanalüüsist selgus, et elustiil avaldab osaliselt mõju tudengite eriala valikule. Nimelt suudab elustiil 33,3% ulatuses ära kirjeldada selle, kas eriala valikul arvestatakse eriala sobivusega (vastavusega võimetele). Selle näitaja statistiline olulisus osutus usaldusväärseks. Lisaks eriala sobivusele suudavad elustiilitegurid 30% ulatuses ära kirjeldada eriala keerukusega arvestamise eriala valikul. Selle näitaja statistiline olulisus on 0,002, mis näitab, et 0,2% tõenäosusega on tulemus juhuslik. 32,2% ulatuses suudavad elustiilitegurid ära kirjeldada selle, kas eriala valikul lähtutakse huvist eriala vastu. Saadud tulemus on usaldusväärne, sest selle statistiline olulisus jääb alla 0,05, nimelt osutus selle näitaja statistiliselt olulisuseks 0,0007 ehk 0,07%.

Üheksa väärtuse mõju eriala valikule eraldi vaadeldes selgus, et negatiivses seos $-0,311$ esineb kuuluvustunde ning eriala sobivuse (vastavus võimetele) vahel, mida saab pidada usaldusväärseks ning statistiliselt oluliseks. On arusaadav, et inimesed, kes mõtlevad vähem gruppi kuulumise peale, mõtlevad rohkem sellele, et valitav eriala neile sobiks. Positiivne seos esines eneseteostuse ning eriala sobivuse vahel, nende koefitsient on $0,513$.

Väärtuste ning eriala keerukuse vahel tekkis nii positiivseid kui ka negatiivseid seoseid. Statistiliselt oluline ning usaldusväärne seos on kuuluvustunde ja eriala keerukus vahel. Nimelt kirjeldab $53,3\%$ ulatuses kirjeldab kuuluvustunde ära eriala keerukuse olulisuse eriala valikul. Negatiivne seos $-0,778$ esineb elustiiliteguri soojad suhted teiste inimestega ning eriala keerukuse vahel. Nimelt võivad keerukamate erialade tudengid pühenduda rohkem õppetööle ning vähem ülikoolielu sotsiaalsele poolele. Kolmandaks statistiliselt oluliseks seoseks on eneseteostuse ja eriala keerukuse vahel, mille koefitsiendiks on $0,712$. Autori arvates võivad tudengid end hästi tunda valides keerulisema eriala, mis tudengi võimed proovile paneb.

$41,9\%$ ulatuses kirjeldab saavutusvajadus ära, kas eriala valikul võetakse arvesse palka või mitte. Antud kahe teguri vaheline p-väärtus on $0,032$, mida saab lugeda statistiliselt oluliseks. Autori arvates võib see seos tuleneda asjaolust, et üheks saavutusvajaduse väljundiks on kõrge palga teenimine, mille tõttu võivad saavutusvajadust oluliseks pidavad tudengid valida eriala lähtuvalt valdkonna palgatasemest. Samuti esines positiivne seos ($55,3\%$) elustiiliteguri eneseteostuse ning huvi eriala vastu vahel. Lisaks esines tabelis statistiliselt oluline negatiivne seos kuuluvustunde ja huvi eriala vastu vahel, mille koefitsiendiks sai autor $-0,254$ ja p-väärtuseks $0,024$, mida saab lugeda usaldusväärseks. Nagu ka kuuluvustunde ja eriala sobivuse vahel, on arusaadav, et inimesed, kes mõtlevad vähem gruppi kuulumise peale, arvestavad eriala valikul pigem isiklikku huvi.

KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada Tallinna Tehnikaülikoolis õppivate tudengite elustiilid, nende eriala valikut mõjutanud faktorid ning elustiili mõju eriala valikule. Eesmärgist lähtuvalt püstitati kolm uurimisküsimust. Esiteks sooviti teada, millised on Tallinna Tehnikaülikooli tudengite elustiilid. Järgnevalt sooviti teada saada millised tegurid mõjutasid üliõpilasi eriala valikul. Kolmandaks uuriti, kuidas elustiil mõjutas tudengeid eriala valikul. Eesmärgi saavutamiseks ja andmete kogumiseks kasutati kvantitatiivset meetodit, andmeid analüüsiti Excelis ning analüüsi tulemusel koostati andmeid kirjeldavad joonised ning tabelid. Samuti kasutati käesolevas töös elustiili mõju eriala valikule analüüsimiseks regressioonanalüüsi.

Tulemustest selgub, et peaaegu kolmandik tudengitest peab turvalisust ning eneseaustust väga oluliseks. Samuti selgub, et kõige tähtsama väärtuse valimisel peavad tudengid eneseteostust turvalisusest ning eneseaustusest olulisemaks.

Uurides tudengite eriala valikut mõjutanud faktoreid, selgub, et eriala valikul on tudengite jaoks oluline faktor huvi eriala vastu. Samuti oli 33% tudengitest olid täiesti nõus, et töökohtade olemasolu oli eriala valikul tähtis. Palga olulisust eriala valdkonnas hinnati samuti kõrgelt. Viiesik tudengitest hindas aga eriala õppekoormuse olulisust eriala valikul väga ebaoluliseks.

Elustiil suudab 33,3% ulatuses ära kirjeldada selle, kas eriala valikul arvestatakse eriala sobivusega (vastavusega võimetele). Lisaks eriala sobivusele suudavad elustiilitegurid 30% ulatuses ära kirjeldada eriala keerukusega arvestamise eriala valikul. 32,2% ulatuses suudavad elustiilitegurid ära kirjeldada selle, kas eriala valikul lähtutakse huvist eriala vastu. Analüüsidest erinevate väärtuste mõju eriala valikut mõjutavatele faktoritele eraldi, tekkis nii negatiivseid kui ka positiivseid seoseid. Kõige tugevam positiivne seos esines eneseteotuse ja eriala keerukuse vahel, mitte koefitsiendiks osutus 0,712 ning mille p-väärtusest sai tulemuse usaldusväärseks lugeda.

Kõige tugevam negatiivne seos esines väärtuse soojad suhted teiste inimestega ning eriala keerukuse vahel.

Käesoleva tööga selgitati välja, millised on küsitlusele vastanud tudengite elustiilid, millised faktorid mõjutasid neid eriala valikul ning kuidas elustiil mõjutas nende eriala valikut. Tulevikus võiks läbi viia sarnase uuringu, kuid laiendada valimit nii, et tulemused oleksid esinduslikud ning üle kantavad Tallinna Tehnikaülikooli tudengitele.

SUMMARY

THE EFFECT OF LIFESTYLE ON THE CHOICE OF MAJOR ON THE EXAMPLE OF THE STUDENTS OF TALLINN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Eleri Anni

The aim of this bachelor thesis was to find out how the lifestyle of the students of Tallinn University of Technology affected their choice of major. To reach the goal, three research questions were posed. Firstly, the author wanted to know how the students of Tallinn University of Technology divide based on their lifestyles. Secondly, which factors affected the students' choice of major. Thirdly, how the lifestyles of students of Tallinn University of Technology affected their choice of major. To reach the goal and gather data, a quantitative method was used. Data was analysed in Excel and based on the results, graphs and tables were composed. To assess how lifestyle affected the choice of major, regression analysis was used.

Results show, that for almost a third of the students, security and self-respect is really important. Furthermore, data analysis revealed that when students have to choose the most important value, they choose self-fulfillment over security and self-respect.

As far as the factors affecting the choice of major are considered, the results show that students consider the interest in the major important while choosing one's major. In addition, 33% of the students completely agreed that job availability is an important factor affecting the choice of major. The importance of salary was also highly rated. Even more, fifth on the students thought that the workload of major is not important while making the choice of one's major.

33% of whether students take into account aptitude while choosing the major can be described by lifestyle. In addition to aptitude, lifestyle can describe 30% whether student consider the difficulty

of a major while making their decision. 32,2% whether the choice is based on the interest can be described by lifestyle. While analyzing the impact of different values to the factors affecting the choice of major, positive and negative relationships appeared. The strongest positive relationship appeared between self-fulfillment and the difficulty of major. The coefficient between these two was 0,712 and the p-value was statistically important. The strongest negative relationship appeared between warm relationship with other people and the difficulty of major. The coefficient between these two was -0,778 and p-value 0,001.

This bachelor thesis explored the lifestyles of the students, who responded to the survey, which factors affected their choice of major and how lifestyle affected their choice of major. In the future, it would be good to conduct similar research with a bigger sample to be able to apply the results to the students of Tallinn University of Technology.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Ajzen, I., Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action*. 5th ed. Cincinnati (Ohio): South-Western College Publication.
- Balsamo, M., Lauriola, M., Saggino, A. (2012). Work Values and College Major Choice. – *Learning and Individual Differences*, Vol. 24, 110-116.
- Beatty, S. E., Homer, P. M., Kahle, L. R. (1988). Problems With Vals in International Marketing Research: an Example From an Application of the Empirical Mirror Technique. - *Advances in Consumer Research*, Vol. 15, 375-380.
- Berger, M. C. (1988). Predicted Future Earnings and Choice of College Major. - *Industrial & Labor Relations Review*, Vol. 41, No. 3, 418-429.
- Chaney, D. (1996) Lifestyles. Kättesaadav: <https://hope.rl.talis.com/items/3BBA12A2-2236-D018-B802-420CEE945239.html>, 22. september 2018.
- Dhalla, N. K., Mahatoo, W. H. (1976). Expanding the Scope of Segmentation Research. - *Journal of Marketing*, Vol. 40, No. 2, 34-41.
- Downey, J. P., McGaughey, R., Roach, D. (2011). Attitudes and Influences toward Choosing a Business Major: The Case of Information Systems. - *Journal of Information Technology Education*, Vol. 10, No., 231 – 251.
- Erialad*. Tallinna Tehnikaülikool. Kättesaadav: <https://ttu.ee/sisseastujale/abituriendile/erialad/>, 20. november 2018.
- Galotti, K. M., Ciner, E., Altenbaumer, H. E., Geerts, H. J., Rupp, A., Woulfe, J. (2006). Decision-making styles in a real-life decision: Choosing a college major. - *Personality and Individual Differences*, Vol. 41, No. 4, 629–639.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., Coney, K. A. (2001). *Consumer behavior : building marketing strategy*. 8th ed. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., Coney, K. A. (1989). *Consumer Behavior: Implications For Marketing Strategy*. 4th ed. Boston: Richard D. Irwin, Inc.

- Kahle, L. R., Beatty, S. E., Homer, P. M. (1986). Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values (LOV) and Values and Life Style (VALS). – *Journal of Consumer Research*, Vol. 13, No. 3, 405-409.
- Kahle, R. L., Kennedy, P. (1988). Using the List of Values (LOV) to Understand Consumers. – *Journal of Services Marketing*, Vol. 2, No. 3, 49-56.
- Kaynak, E., Kara, A. (2001). An examination of the relationship among consumer lifestyles, ethnocentrism, knowledge structures, attitudes and behavioral tendencies: a comparative study in two CIS states. – *International Journal of Advertising*, Vol.20, No. 4, 455-482.
- Liu, Y., Segev, S., Villar, M, E. (2017). Comparing two mechanisms for green consumption: cognitive-affect behavior vs theory of reasoned action. *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 34, No. 5, 442-454.
- Loudon, D. L., Bitta, A. J. D. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- Mauldin, S., Crain, J. L., & Mounce, P. H. (2000). The Accounting Principles Instructor's Influence On Students' Decision To Major In Accounting. - *Journal of Education for Business*, Vol. 75, No. 3, 142-148.
- McDaniels, R. M., Carter, J. K., Heinzen, C. J, Candrl, K I., Wieberg, A. M. (1994). Undecided/Undeclared: Working with „Deciding“ Students. – *Journal of Career Development*, Vol. 21, No. 2, 135-139.
- Mishra, D., Akman, I., Mishra, A. (2014). Theory of Reasoned Action for Green Information Technology acceptance. *Computers in Human Behavior*. Vol. 36, 29-40.
- Peter, J. P., Olson, J. C. (1994). *Understanding Consumer Behavior*. 2nd edition. Burr Ridge, Irwin
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. – *Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 1, 33-37.
- Sethna, Z., Blythe, J. (2016). *Consumer Behavior*. 3rd edition. Los Angeles: SAGE.
- Zhang, W. (2007). Why IS: Understanding Undergraduate Students' Intentions to Choose An Information Systems Major. - *Journal of Information Systems Education*, Vol. 18, No 4, 447–458.
- Zhu, D.-S., Lin, C.-T., Ho, C.-T. (2011). Life-Style Orientation and Contents of Websites in Personas Industry. - *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, Vol. 6, No. 4, 627-636.
- Valentine, D. B., Powers, T. L. (2013). Generation Y values and lifestyle segments. - *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 30, No. 7, 597-606.

- Vyncke, P. (2002). Lifestyle Segmentation: From Attitudes, Interests and Opinions, to Values, Aesthetic Styles, Life Visions and Media Preferences. – *European Journal of Communication*, Vol. 17, No. 4, 445–46.
- Wedel, M., Kamakura, W. A. (1998). *Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. 2nd ed. Boston: Kluwer Academic Publishers
- Wells, W. D. (1975). Psychographics: A critical review. - *Journal of Marketing Research*, Vol. 12, 196-213.

LISAD

1. Lisa 1. Uuringu küsimustik valimi vastustega

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli äranduse tudeng ning viin lõputöö raames läbi küsitlust teemal "Elustiili mõju üliõpilaste eriala valikule". Küsitlusele vastamine ei võta kaua aega (umbes 5 minutit), vastused jäävad anonüümseks ning tulemusi kasutatakse üldistatud kujul.

Vastajate vahel loosin välja 2 kinopiletit. Loosis osalemiseks tuleb küsitluse lõppu jätta enda e-posti aadress.

Suur tänu, et leidsid aega küsimustiku täitmiseks!

Kontakt: Eleri Anni, eleri.anni@gmail.com

1. Järgnev nimekiri on asjadest, mida inimesed otsivad või enda elust tahavad. Palun mõtle ja hinda kui tähtsad on järgmised väärtused sinu igapäevaelus. 1 = väga ebaoluline, 9 = väga oluline

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Kuuluvustunne	0%	1%	6%	8%	9%	16%	21%	20%	20%
Põnevus	0%	1%	1%	4%	9%	18%	27%	23%	18%
Soojad suhted teiste inimestega	0%	1%	2%	4%	10%	9%	21%	26%	28%
Eneseteostus	0%	1%	0%	1%	7%	7%	21%	34%	28%
Olla austatud	0%	1%	2%	5%	5%	13%	29%	25%	21%
Lõbus elu ning selle nautimine	0%	1%	3%	2%	6%	13%	23%	24%	28%
Turvalisus	0%	0%	1%	2%	11%	11%	21%	23%	31%
Eneseaustus	0%	1%	1%	2%	6%	14%	19%	26%	30%
Saavutusvajadus	1%	0%	1%	3%	7%	16%	21%	25%	26%

2. Nimekiri on esitatud uuesti. Sel korral palun vali, milline on sinu jaoks kõige tähtsam.

Kuuluvustunne – 14%

Põnevus – 4%

Soojad suhted teiste inimestega – 14%

Eneseteostus – 27%

Olla austatud – 3%

Lõbus elu ning selle nautimine – 18%

Turvalisus – 11%

Eneseaustus - 5%

Saavutusvajadus – 5%

3. Eriala valikul mõjutasid mind järgmised faktorid. 1 – ei nõustu üldse, 7 – nõustun täielikult

	1	2	3	4	5	6	7
Töökohtade olemasolu	2%	4%	7%	9%	23%	21%	33%
Töökohakindlus	4%	7%	11%	9%	25%	23%	22%
Eriala sobivus (vastavus võimetele)	0%	1%	6%	13%	24%	26%	30%
Eriala prestiiž/staatuse	4%	7%	10%	13%	27%	21%	17%
Eriala töötavate inimeste kuvand	7%	11%	16%	16%	22%	24%	4%
Eriala keerukus	9%	13%	12%	18%	21%	17%	9%
Palk	1%	3%	4%	9%	28%	26%	30%
Huvi eriala vastu	0%	1%	4%	8%	19%	23%	45%
Eriala õppekoormus	21%	16%	18%	24%	12%	5%	4%

4. Eriala valikul mõjutasid mind järgmiste isikute arvamused. 1 – ei nõustu üldse, 7 – nõustun täielikult

	1	2	3	4	5	6	7
Pere	10%	11%	18%	14%	16%	16%	15%
Sõbrad	4%	7%	4%	4%	4%	4%	1%
Keskooli õpetajad/nõustajad	47%	9%	14%	16%	10%	4%	0%
Keskooli klassikaaslased	19%	9%	8%	7%	4%	1%	0%
Professorid/õppejõud	59%	9%	12%	9%	7%	4%	0%

5. Sugu

Mees – 43%

Naine – 57%

6. Vanus

19-21 – 54%

22-24 – 43%

25-27 – 3%

7. Suhtestaatus

Üksik – 50%

Hõivatud – 48%

Abielus – 1%

Lahus elav või lahutatud – 1%

8. Isiklik igakuine netosissetulek (eurodes)

... - 300 – 28%

301 – 600 – 34%

601 – 900 – 11%

901 – 1200 – 16%

1201 – 1500 – 8%

1501 – 1800 – 1%

1801 – 2100 – 1%

2100 - ... - 1%

9. Kõrgeim omandatud haridus

Keskharidus – 81%

Rakenduskõrgharidus – 1%

Bakalaureus – 16%

Magister – 2%

10. Praegune ülikool

Tallinna Tehnikaülikool – 100%

11. Hetkel omandatav õppetase

Rakenduskõrgharidus – 4%

Bakalaureus – 67%

Integreeritud – 9%

Magister – 17%

Doktor – 2%

12. Teaduskond

Majandusteaduskond – 26%
Loodusteaduskond – 14%
Inseneriteaduskond – 28%
Infotehnoloogis teaduskond – 30%
Eesti Mereakadeemia – 2%

13. Eriala

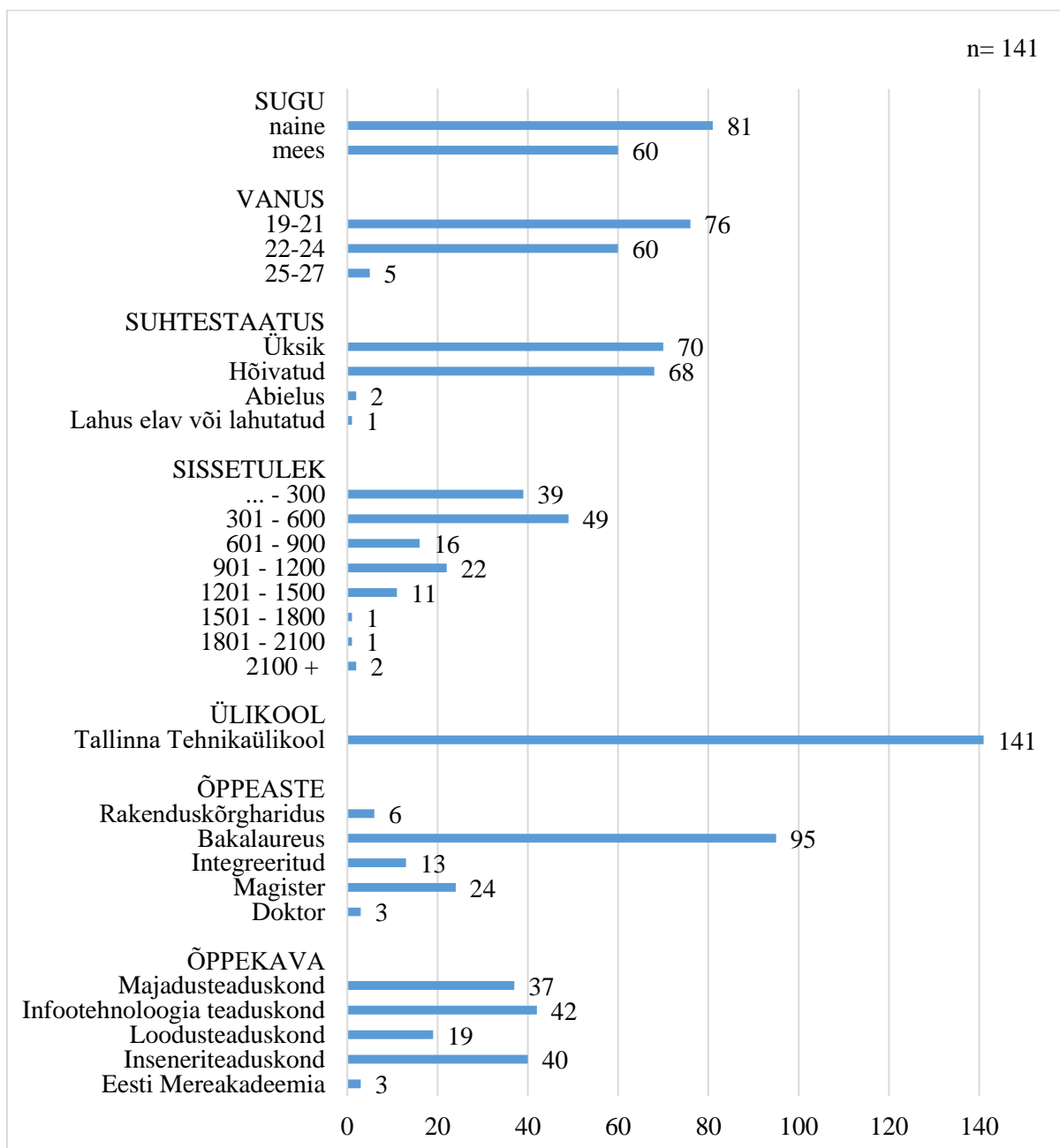
Ärindus – 21 tudengit
Äriinfotehnoloogia – 17 tudengit
Arvutisüsteemid – 10 tudengit
Toidutehnoloogia ja- arendus – 9 tudengit
Informaatika – 8 tudengit
Rakenduslik majandusteadus – 7 tudengi
Mehhatroonika – 7 tudengit
Tootearendus ja robotika – 6 tudengit
IT süsteemide arendus – 6 tudengit
Materjalitehnoloogia – 6 tudengit
Ehitiste projekteerimine ja ehitusjuhtimine – 5 tudengit
Rakenduskeemia ja biotehnoloogia – 4 tudengi
Avalik haldus ja riigiteadused – 4 tudengit
Arhitektuur – 4 tudengit
Tööstus -ja tsiviilehitus – 3 tudengit
Tootearendus ja tootmistehnika – 3 tudengit
Hoonete sisekliima ja veetehnika – 3 tudengit
Juhtimine ja turundus – 2 tudengit
Maastikuarhitektuur – 2 tudengit
Keemia ja geenitehnoloogia – 2 tudengit
Õigusteadus – 1 tudeng
Neurokeemia – 1 tudeng
Tööstusökoloogia – 1 tudeng

Rakendusfüüsika – 1 tudeng
Külmutusseadmed – 1 tudeng
Maapõueressursid – 1 tudeng
Geotehnoloogia – 1 tudeng
Avaliku sektori juhtimine ja innovatsioon – 1 tudeng
Majandusarvestus ja ettevõtluse juhtimine – 1 tudeng
Mereveonduse ja sadamatöö korraldus – 1 tudeng
Integreeritud tehnoloogiad – 1 tudeng
Veeteede haldus ja ohutuse korraldus – 1 tudeng

14. E-posti aadress (kui soovid loosimises osaleda)

.....

2. Lisa 2. Valimi profiil



Allikas: autori koostatud lisa 1 alusel