

LÜHIKOKKUVÕTE

TÖÖTAJA VÄÄRTUSPAKKUMINE ABB AS EESTI NÄITEL

Merili Muru

Ettevõtluskeskkond Eestis on muutumas ning ettevõtted seisavad silmitsi mitmete väljakutsetega: tööealise elanikkonna vähenemine, töötajate muutunud ootused, generatsioonide vahelised erinevused ja suurenenud konkurents töötajate pärast. Seega on seoses demograafiliste muutustega ühiskonnas muutumas tööjõuturg ja potentsiaalsete töötajate baas. Need muutused mõjutavad ka ettevõtteid ning seega tuleb ühendada personalijuhtimis-, turundus- ja kommunikatsioonialased teadmised, et kujundada selline töötajaid innustav väärtuspakkumine, mis tagaks organisatsioonile nii praeguste kui potentsiaalsete töötajate silmis eelistatuma tööandja staatuse.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli kaardistada ABB AS töötajate seas üldised ning generatsioonide vahelised ootused töötaja väärtuspakkumisele selleks, et teha ettepanekuid töötaja väärtuspakkumise koostamiseks. Antud uuring on aluseks järgmistele uuringutele, mida kavatakse ettevõttes ABB AS läbi viia seoses töötaja väärtuspakkumisega. Autor püstitas eesmärgi saavutamiseks järgmised uurimisküsimused:

1. Millistest komponentidest peaks ABB AS Eesti töötajate arvates koosnema töötajat innustav väärtuspakkumine?
2. Millised on generatsioonide vahelised erinevused ja sarnasused töötaja väärtuspakkumise kontekstis?

ABB on juhtiv energeetika- ja automaatikavaldkonnas tegutsev rahvusvaheline ettevõtte. ABB AS loodi 31. detsembril 1991. aastal ning ettevõtte on Eestis tegutsenud üle 25 aasta. Selle aja jooksul on ettevõtte tegevus kasvanud proportsionaalselt Eesti majanduse üldise arenguga ning omandanud kindla koha Eesti tööstus- ja majandusmaastikul.

Uuringu läbi viimisel kasutas autor kvantitatiivset uurimisviisi. Uuringu läbiviimisel toetus autor Corporate Leadership Council poolt loodud teoreetilisele töötaja

väärtuspakkumise raamistikule, mis koosneb 38st TVP komponendist. Üldiste seisukohtade teada saamiseks koostas töö autor ankeetküsimustiku. Küsimustikku lisati autori poolt juurde erinevaid väiteid, mille kaudu selgitati välja, milliseid komponente peavad ABB AS Eesti töötajad oluliseks töötaja väärtuspakkumises. Uuringus osales 260 ABB AS töötajat.

Uuringu tulemusel selgus, milliseid töötaja väärtuspakkumise komponente peavad ABB AS töötajad väga oluliseks. Lisaks selgus, et võrreldes X- ja Y- generatsioonide, siis tasu ja hüvitiste, organisatsiooni, inimeste ja töötingimuste kategooria komponentide olulisuse hinnangul erinevust generatsioonide vahel ei esinenud. Analüüsi tulemusena selgus, et esineb erinevus arengu- ja karjäärivõimaluste kategooria komponentide olulisuse hinnangul.

Toetudes uuringu tulemustele tegi autor ettevõtte ABB AS juhtkonnale ettepanekud töötajat innustava väärtuspakkumise koostamiseks.