

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOO

Majandusteaduskond

Alina Otsus

**SISETURUNDUSE ROLL TÖÖTAJATE HEAOLU KUJUNDAMISEL
ETTEVÖTTE STUDIOWORKS OÜ NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Õppekava TABB02/19, peeriala turundus

Juhendaja: Siiri Same, PhD

Tallinn 2023

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele selle koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks.

Töö pikkuseks on 11363 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Alina Otsus

Üliõpilase kood: 2006696TABB

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
LÜHENDITE LOETELU.....	8
1. SISETURUNDUSE JA TÖÖTAJATE HEAOLU TEOREETILISED ALUSED.....	9
1.1. Siseturunduse olemus, roll ettevõttes ja praegused lähenemised	9
1.2. Töötaja heaolu, töörahulolu ja siseturunduse strateegiate omavahelised seosed	12
1.3. Töötajate heaolu integreeritud lähenemine siseturunduses	20
2. UURINGU METOODIKA JA TULEMUSED	26
2.1. Hüpooteesid	26
2.2. Uurimismudel	30
2.3. Valitud muutujate ja küsimuste selgitus	36
2.4. Tulemused	43
2.4.1. Kvantitatiivsed tulemused	43
2.4.2. Kvalitatiivsed tulemused	45
3. TULEMUSTE TÕLGENDAMINE JA ETTEPANEKUD	47
3.1. Tulemuste tõlgendamine	47
3.1.1. Esimese hüpooteesi tulemuste tõlgendamine	47
3.1.2. Teise hüpooteesi tulemuste tõlgendamine	49
3.1.3. Kolmanda hüpooteesi tulemuste tõlgendamine	50
3.2. Praktilised soovitusel ettevõtetele	51
KOKKUVÕTE	54
SUMMARY	57
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	60
LISAD	71
Lisa 1. Kvalitatiivse uuringu ingliskeelsed intervjuud	71
Lisa 2. Kvalitatiivse uuringu eestikeelsed intervjuud.....	73
Lisa 3. Kvantitatiivse uuringu inglisekeelne küsimustik.....	74
Lisa 4. Kvantitatiivse uuringu eestikeelne küsimustik	76
Lisa 5. Kirjeldus uuringu muutujate kohta	79
Lisa 6. Lihtlitsents	81

LÜHIKOKKUVÕTE

Lõputöö käsitleb ettevõtte siseturunduse rolli töötajate heaolule. Uurimisprobleem seisneb selles, et siseturundus ja töötajate heaolu mõjutavad teatavasti kaasatust, kuid sõltumatud uuringud siseturunduse tavarolli kohta töötajate kaasatusele puuduvad.

Töö eesmärk on välja selgitada, kuidas siseturunduse strateegiad mõjutavad teenindussektori organisatsioonide töötajate heaolu ja rahulolu ning teha ettepanekuid ettevõtetele. Selle saavutamiseks keskendutakse kahele peamisele uurimisküsimusele:

1. Milline siseturunduse strateegia teenindussektori organisatsioonides on ettevõtte Studioworks näitel töötajate heaolu ja rahulolu parandamisel tõhusaim?
2. Kuidas siseturundus saab ettevõtte Studioworks näitel edendada töötajate kaasatust, motivatsiooni ja töörahulolu, mis omakorda mõjutavad positiivselt teenindussektori organisatsioonide üldist tulemuslikkust?

Kvantitatiivseid andmeid koguti küsitluse kaudu, mida analüüsiti korrelatsioonanalüüsi abil, et testida hüpoteese ja teha kindlaks alusfaktorid või varjatud muutujaid, mis selgitavad vaadeldavate muutujate vahel olevaid seoseid. Intervjuude kvalitatiivseid andmed analüüsiti teemalise analüüsi abil, et tuvastada osalejate vastustes ühiseid teemasid ja mustreid, mis aitasid leida sügavamad arusaamist. Uurija kasutas esmaste andmete analüüsimiseks juhtumite vahelist lähenemist, mis võimaldas võrrelda muutujate ühiseid jooni ja erinevusi (Khan & VanWynsberghe, 2008). Korrelatsioonanalüüsiga testiti esitatud hüpoteese, keskendudes eelkõige astmelisele seletavale varieeruvusele.

Lõputöö olulisemad tulemused ja järeldused näitavad, et uuritavas ettevõttes Studioworks on tööheaolu heal tasemel, kuid ruumi paranemiseks on, eriti tagasiside andmise ja karjääri võimaluse osas. Autor soovib keskenduda palgaga rahulolu ja töökeskkonna parandamisele, tegeleda ettevõtte töötajate ees seisvate väljakutsetega, tõsta siseturunduse tegevusi, kohandada strateegiad töötajate vajaduste ja murede lahendamiseks ning jälgida ja hinnata siseturunduse strateegiate tõhusust. Tulemused näitavad, et töötajate heaolu väheneb töösuhte pikkuse kasvades, samas kui positiivne töökeskkond ja tõhus siseturundus suurendavad töörahulolu ja heaolu.

Võtmesõnad: siseturundus, tööheaolu, töörahulolu, töötajate kaasatus

SISSEJUHATUS

Töötajate heaolu on igas organisatsioonis oluline edu komponent, kuid töötajate rahulolu mõõtmine ja tõstmine on selle saavutamiseks kriitilise tähtsusega. Selles uurimistöös uuritakse siseturunduse rolli töötajate heaolu edendamisel ja töötajate rahulolu suurendamisel teenindusorganisatsioonides. Antud töös käsitletakse teemavaliku põhjuseid, uurimisprobleemi, eesmärki, uurimisküsimusi ja -ülesandeid, hüpoteese ning struktuuri.

Teema valiku põhjenduseks on asjaolu, et töötajate heaolu tähtsus on kasvav ning töötajate rahulolu ja kaasatuse probleem on organisatsioonides aktuaalne. Töötajate heaolu ja rahulolu tähtsust võib mõista, arvestades nende mõju organisatsioonile. Madal töötajate heaolu ja rahulolu võivad põhjustada vähenenud tööviljakust (Harter *et al.*, 2002), suuremat tööjõu käivet/tootlikkust (Griffeth, 2000), vähenenud pühendumist organisatsioonile (Meyer *et al.*, 2002), halvemat klienditeenindust (Schneider, 2005) ning madalamat organisatsiooni mainet. Sellega seoses on siseturundusel oluline roll töötajate heaolu ja rahulolu parandamisel, aidates neil siduda end organisatsiooni väärtuste ja eesmärkidega (Ahmed & Rafiq, 2003). Siseturunduse tõhusate strateegiatega rakendamine suurendab töötajate motivatsiooni ja toetab organisatsiooni edu ja jätkusuutlikkust. Seega on töötajate heaolu, rahulolu ja siseturunduse küsimuste lahendamine kriitilise tähtsusega.

Uurimisprobleem seisneb selles, et siseturundus ja töötajate heaolu mõjutavad teatavasti kaasatust (Varey, 2001), kuid sõltumatud uuringud siseturunduse tavarolli kohta töötajate kaasatusele puuduvad (Rafiq & Ahmed, 2000). Teenindusorganisatsioonide puhul on siseturunduse roll organisatsioonilise tegevuse tulemuslikkuses vähe uuritud (Keiningham, 2014), mis näitab vajadust täiendavate uuringute järele selles valdkonnas. Uurimistöök aitab tuvastada neid lünki ja pakub täiendavaid võimalusi uurida ja mõista siseturundust ja selle rolli organisatsiooni edus. Töö eesmärk ja tulemused on suunatud ettevõtetele, eriti teenindussektorile, et aidata neil paremini mõista ja rakendada siseturunduse strateegiaid, mis parandaksid töötajate heaolu ja rahulolu.

Uurimistöök keskendub siseturunduse strateegiatega erinevatele aspektidele ning nende mõjule töötajate rahulolule ja healole. Selle saavutamiseks keskendutakse kahele peamisele uurimisküsimusele:

1. Milline siseturunduse strateegia teenindussektori organisatsioonides on ettevõtte Studioworks näitel töötajate heaolu ja rahulolu parandamisel tõhusaim?

2. Kuidas siseturundus saab ettevõtte Studioworks näitel edendada töötajate kaasatust, motivatsiooni ja töörahulolu, mis omakorda mõjutavad positiivselt teenindussektori organisatsioonide üldist tulemuslikkust?

Käesoleva uurimistöö hüpoteesid põhinevad varasematel teadustöödel ja nendega seotud teooriatel ning on järgmised:

1. Töötajate üldine rahulolu ja heaolu on seotud palga rahuloluga ning töökeskkonna ja toetusega.

Seda hüpoteesi toetab uurimus “The impact of healthy workplaces on employee satisfaction, productivity and costs” (Voordt & Jensen, 2023), mis käsitleb tervislike töökohtade mõju töötajate rahulolule, tootlikkusele ja kuludele. Samuti uurimus “Work and Well-being 2021 Survey report” (American Psychological Association, 2021), mis käsitleb erinevate tegurite, nagu madal palk, pikk tööaeg ja karjäärivõimaluste puudumine, mõju töötajate stressitasemele. Veel üks oluline uurimus on “A Multicriteria Approach for Measuring Employee Well-Being” (Dong & Yan, 2022), mis pakub välja, et töötajate heaolu hõlmab nelja mõõdet: töörahulolu, eluga rahulolu, positiivsed emotsioonid ja negatiivsed emotsioonid.

2. Töötajate heaolu väheneb koos töösuhte kestuse pikenemisega.

Seda hüpoteesi toetab uurimus “Employee well-being and engagement” (Bhatt, Bordeaux & Fisher, 2022), mis käsitleb töötajate stressi mõju tõenäosusele, et töötajad otsivad järgmisel aastal uusi töövõimalusi. Samuti uurimus “The impact of healthy workplaces on employee satisfaction, productivity and costs” (Voordt & Jensen, 2023), mis käsitleb tervislike töökohtade mõju töötajate rahulolule, tootlikkusele ja kuludele.

3. Töörahulolu ja töötajate heaolu on positiivselt seotud siseturundusega.

Seda hüpoteesi toetab uurimus “The Relationship Between “Job Satisfaction” and “Job Performance”: A Meta-analysis” (Katebi *et al.*, 2021), mis käsitleb töörahulolu ja töösoorituse vahelist positiivset korrelatsiooni. Samuti uurimus “The effect of internal marketing on job satisfaction in health services: a pilot study in public hospitals in Northern Greece” (Iliopoulos & Priporas, 2011), mis käsitleb siseturunduse mõju töörahulolule Kreeka avalike haiglate töötajate seas. Veel üks oluline uurimus on “The Influence of Internal Marketing and Job Satisfaction on Task Performance and Counterproductive Work Behavior in an Emerging Market during the

COVID-19 Pandemic” (Nemteanu & Dabija, 2021), mis käsitleb siseturunduse ja tööga rahulolu mõju töötulemustele ja ebaproduktiivsele käitumisele tööl pandeemia ajal. Samuti ka uurimus “Employee satisfaction, engagement, and outcomes” (Harter *et.al*, 2002), mis käsitleb positiivset korrelatsiooni töörahulolu ja töötajate kaasamise vahel ning uurib ettevõtte tulemuslikkust.

Uurimisülesanded on:

1. Kirjanduse ülevaade siseturunduse, töötajate heaolu ja rahulolu teemal.
2. Siseturunduse strateegiate ja töötajate heaolu analüüs teenindussektori organisatsioonides, sealhulgas ettevõtte Studioworks näitel.
3. Töötajate heaolu ja rahulolu mõjutavate tegurite väljaselgitamine teenindussektori organisatsioonides.
4. Ettepanekud siseturunduse strateegiate väljatöötamiseks töötajate heaolu ja rahulolu, kaasamise ja motivatsiooni parandamiseks.

Töös kasutatavate uurimismeetodite hulka kuuluvad kvalitatiivne juhtumiuuring ja kvantitatiivne uuring, et analüüsida ettevõttesisesid turundusstrateegiaid, töötajate heaolu ja neid mõjutavaid tegureid teenindussektori organisatsioonides. Uuring keskendub töötajate arvamustele ja hoiakutele töökeskkonna, motivatsiooni, sisekommunikatsiooni, töötajate heaolu, töörahulolu ja töötajate kaasamise teemadel.

Teoreetiline taust hõlmab erinevaid teooriaid ja käsitlusi, mis on seotud töötajate heaolu, rahulolu, motivatsiooni, sisekommunikatsiooni ja töötaja kaasamisega. Metoodikas kirjeldatakse kasutatud uurimismeetodeid, sh enesehinnangu küsimustikku ja isiklike intervjuusid ning nende rakendamist uuringus. Uuringu tulemustes ja analüüsis esitatakse uurimistulemusi ja analüüsitakse saadud andmeid, et selgitada välja töötajate arvamused ja suhtumine uuritavatesse teemadesse. Järeldustes ja soovitusetes esitatakse uuringu järeldused ja soovitusid ettevõtetele, eelkõige teenindussektoris, et parandada töötajate heaolu ja suurendada nende kaasamist siseturunduse strateegiate kaudu.

LÜHENDITE LOETELU

COR mudel - Ressursside kaitse mudel (Conservation of Resources Model)

IMO - Sisemine turuorientatsioon (Internal Market Orientation)

JCM- Töö Omaduste Mudel (Job Characteristics Model)

JD-R mudel - Töö nõudmiste-ressursside mudel (Job Demands-Resources Model)

PERMA mudel - Positiivne emotsioon, Kaasatus, Suhted, Täendus ja Saavutus (Positive Emotion, Engagement, Relationships, Meaning, Accomplishment)

SDT - Enesemääramise Teooria (Self-Determination Theory)

SIPT - Sotsiaalse Informatsiooni Töötlemise Teooria (Social Information Processing Theory)

1. SISETURUNDUSE JA TÖÖTAJATE HEAOLU TEOREETILISED ALUSED

1.1. Siseturunduse olemus, roll ettevõttes ja praegused lähenemised

Tänapäeva kiiresti muutuv asukeskkonnas seisavad ettevõtted silmitsi vajadusega pidevalt kohaneda tehnoloogia, poliitika ja majanduse mõjudega (Javadein *et al.*, 2011). Teenindussektoris konkurentsieelise saavutamiseks on oluline tagada kõrge teenindustase, mis rahuldab klientide ootusi ja loob tugevaid suhteid (Grönroos, 2000, lk 332). Siseturundus on strateegiline lähenemine, mis keskendub töötajate kaasatusele ja heaolule, eesmärgiga suurendada organisatsiooni efektiivsust ning avaldada positiivset mõju ühiskonnale (Berry & Parasuraman, 1992, lk 23; Ahmed & Rafiq, 2002, lk 236).

Siseturundus tuleneb ideest, et töötajad moodustavad sisekliendi turu, millele tuleb rakendada turunduspõhimõtteid enne nende suunamist välistele turundusalgatustele (Varey, 2001). Siseturunduse eesmärk on veenduda, et töötajad mõistavad ettevõtte eesmäärke, omavad vajalikke oskusi ning on motiveeritud klientide vajaduste rahuldamiseks (Berry, 1981, lk 8). See aitab ettevõtetel luua tugevamaid suhteid klientidega, suurendades konkurentsivõimet ja kasvu (Lee & Chen, 2006).

Berry ja Parasuraman esitavad kolm olulist siseturunduse seletust:

1. Kvalifitseeritud Töötajad: Siseturundus keskendub kvalifitseeritud töötajate ligimeelitamisele, arendamisele, motiveerimisele ja hoidmisele nende vajadustele vastavate töötingimuste kaudu (Berry & Parasuraman, 1992). See loob aluse teeninduskvaliteedi tagamiseks.
2. Töötajad Kui Kliendid: Siseturundus on filosoofia, mis käsitleb töötajaid kui kliente (Grönroos 1981, viidatud Kimura 2017, 10). See rõhutab, et rahuldatud ja motiveeritud töötajad on võtmeteguriks kliendikeskse teeninduse saavutamisel.
3. Strateegia Töökohtade Kujundamiseks: Siseturundus on strateegia, mis kujundab töökohti vastavalt inimeste vajadustele (Berry & Parasuraman, 1991, viidatud Kimura 2017, lk 10). See seostub sügavalt organisatsiooni kultuuri ja töötajate rahulolu loomisega.

Teenindussektorile on teeninduskvaliteet kriitilise tähtsusega ja ettevõtted püüavad pakkuda parimaid teenuseid, et parandada turupositsiooni, suurendada klientide rahulolu ja vähendada negatiivset tagasisidet (Berry & Parasuraman, 1992, 25). Siseturundus on võtmeteguriks, kuna see aitab motiveerida töötajaid soovitud viisil tegutsema ja keskenduma klientidele (Karatepe, 2005, viidatud Khodabakhsh & Mashayekhi 2014, 472). Töötajate rahulolu on kriitiline, sest see tagab rahulolevad ja õnnelikud kliendid.

Varey ja Lewis rõhutavad, et siseturundusel on oluline roll organisatsiooni arengus ja muutuste juhtimises (Varey & Lewis, 2000). See aitab luua töökeskkonna, kus töötajad tunnevad end väärtustatuna ja on motiveeritud protsesse parendama, soodustades edukat äritegevust ja pikaajaliste konkurentsieeliste saavutamist (Liao 2009, viidatud Khodabakhsh & Mashayekhi 2014, lk 472). Õigeaegne teave väliskeskkonna muutustest on konkurentsieelis, mille saavutamiseks on vajalik kvaliteetne suhtlus (Varey & Lewis, 2000).

Siseturu orientatsiooni (Internal Market Orientation, IMO) uurimisel on oluline mõista selle mõju teeninduskvaliteedile (Varey & Lewis, 2000). IMO on suunatud töötajate vajadustele ja ootustele, eesmärgiga luua kohandatud turundusprogramme, mis toetavad nende heaolu ja suurendavad kaasatust, motivatsiooni ja rahulolu (Grönroos, 1985). IMO dimensioonid, nagu töötajate kaasamine, koolitus ja areng, sisemine suhtlus, töötajate rahulolu ning infotehnoloogia kasutamine, moodustavad tervikliku raamistikku teeninduskvaliteedi parandamiseks (Fojtik & Varnai 2015).

Jones, Jimenez-Anca, Gudergan, Sadiq, Alam, Huang, Chen, Sarker ja Al-Abri on rõhutanud IMO mõõdetavat mõju teeninduskvaliteedile (Ahmed & Rafiq 2003, lk 449). Töötajate kaasatus, mille eesmärk on aktiivselt osaleda organisatsiooni protsessides ja otsuste tegemisel, on oluline rahulolu tõstmiseks ja teenuse kvaliteedi parandamiseks (Conger & Kanugo, 1998). Koolitus ja areng annavad töötajatele vajalikud oskused ja pädevused, mis on olulised teeninduskvaliteedi tagamiseks (Wheatley, 1987). Sisemine suhtlus mängib võtmerolli, tagades, et töötajad on teadlikud organisatsiooni eesmärkidest ja muudatustest, mis aitab vähendada vastupanu ja kiirendada kohanemist (Grönroos, 1990).

IMO strateegiline rakendamine teenindussektoris nõuab tasakaalustatud lähenemist erinevatel tasanditel. Individuaalne tasand hõlmab töötajate vajadusi ja motivatsiooni, rühmatasand pöörab tähelepanu meeskonnatööle, suhtlusele ja koostööle, organisatsiooni tasand hõlmab kogu ettevõtte kultuuri, struktuuri ja protsesse (Gounaris, 2008).

Mõistmine nende tasandite koostoimest ja vastastikusest mõjust on kriitiline. Näiteks võib individuaalne rahulolu suurendada meeskonnatöö efektiivsust, mis omakorda parandab organisatsiooni teeninduskvaliteeti. Seega on IMO integreeritud strateegiline raamistik, mis nõuab tasakaalustatud lähenemist erinevatel tasanditel, tagades selle tervikliku ja tõhusa rakendamise teenindussektoris (Gounaris, 2008).

Muutuvas ärikeskkonnas on ettevõtetal vaja pidevalt kohanduda väliskeskonna mõjudega (Ahmed & Rafiq, 2003). Siseturundus on dünaamiline strateegia, mis võimaldab organisatsioonidel olla paindlikumad ja kiiremad muutustele reageerimisel (Vasconcelos, 2008). Kommunikatsioon on võtmetegur, kuna see tagab, et töötajad on teadlikud muutustest ja mõistavad nende mõju, vähendades muutuste vastupanu ja soodustades kiiremat kohanemist (Varey & Lewis, 2000).

Siseturunduse edukaks rakendamiseks on vajalik selle integreerimine ettevõtte strateegiasse (Tansuhaj, 1991). See tähendab, et siseturundus ei ole eraldiseisev funktsioon, vaid on tihedalt seotud organisatsiooni eesmärkidega (Farooq *et al.*, 2014). Töötajate kaasamine strateegiliste otsuste tegemisse ja organisatsiooni eesmärkide saavutamisse on kriitiline, lootes luua kultuuri, kus töötajad tunnevad end seotuna ettevõtte eesmärkidega (Rafiq & Ahmed, 2000). See avaldab positiivset mõju nende pühendumusele ja teeninduskvaliteedile.

Siseturundus on teenindussektoris võtmeelement, millel on otsene mõju teeninduskvaliteedile (Sashi, 2012, lk 54). Töötajate kaasamine, koolitus ja areng, sisemine suhtlus ning IMO tasanditel toimiv sünergia on olulised tegurid, mis aitavad luua tervikliku strateegia (Lings, 2004). Muutuvas ärikeskkonnas on siseturundus kiireks kohanemise ja vastupanu vähendamise vahendiks (Varey & Lewis, 2000).

Ettevõtte edu sõltub suuresti selle võimest pakkuda kvaliteetset teenindust ja siseturundus on võti selle saavutamiseks (Lings, 2004). Oluline on mitte ainult mõista siseturunduse kontseptsiooni, vaid ka rakendada seda tõhusalt ettevõtte igapäevapraktikas (Huang & Chen, 2017). Siseturundus ei ole ühekordne sündmus, vaid pidev protsess, mis nõuab juhtimises pidevat tähelepanu ja pühendumist (Sadiq & Alam, 2018). Õigesti rakendatuna võib siseturundus olla teenindussektoris konkurentsieelise allikas ja tagada pikaajalise edu (Smith & Mounter, 2008).

1.2. Töötaja heaolu, töörahulolu ja siseturunduse strateegiate omavahelised seosed

Teenindusettevõtted kuuluvad teenindussektorisse ning nende pakkumiste põhiosa esitatakse klientidele töötajate kaudu (Grönroos, 1981). Kuna inimesed veedavad oluliselt suure osa oma elust tööl, on äärmiselt oluline, et nad tunneksid end seal mugavalt ja rahulolevalt (Virovere et al., 2008). Nagu eelmises peatükis mainitud, mängib töötajate heaolu siseturunduses olulist rolli, kuna see mõjutab otseselt seda, kuidas teenuseid siseturule pakutakse (Rafiq & Ahmed, 2000). Selles kontekstis on oluline, et töötaja tunneks end oma töökeskkonnas ja tööga rahulolevana, kuna rahulolev töötaja on positiivsem, produktiivsem ja motiveeritum (Heskett *et al.*, 1997).

Töötajate poolt osutatavate teenuste kvaliteet on otseselt seotud nende suhtumisega töösse (Zeithaml, et al., 1996). See rõhutab töötajate heaolu ja teeninduskvaliteedi vahelist seost. Rahulolev personal aitab kaasa ettevõtte heale mainele ja lojaalsele kliendibaasile (Harter et al., 2002). Üldiselt on töötajate heaolu suunamine ja pakutavate teenuste kvaliteedi parandamine teenindusettevõtete edukaks arenguks võtmetähtsusega.

Töörahulolu mõõtmiseks on olemas mitmeid meetodeid, sealhulgas küsitlused, intervjuud ja vaatlused (Tansuhaj, 1991). On oluline analüüsida mitte ainult üldist rahulolu taset, vaid ka selle komponente, nagu suhted kolleegidega, töö iseloom ja juhtimisstiil (Thomas & Velthouse, 1990). Uuringutes tuuakse sageli esile seos töörahulolu ja töö tulemuslikkuse vahel, kus rahulolevad töötajad on produktiivsemad ja loovamad (Truxillo, 2012). Lisaks tuleb arvestada organisatsioonikultuuri ja -kliima mõjuga, mis võivad oluliselt mõjutada töörahulolu (Varey, 2001). Toetav töökeskkond, võimalused eneseteostuseks ning aus ja avatud suhtlus on näited teguritest, mis võivad parandada töötajate üldist rahulolu (Tsai & Tang, 2008). Kombineerides välja toodud teoreetilisi aspekte ja praktilisi meetodeid, on võimalik saada põhjalik ülevaade töörahulolu dünaamikast ja selle mõjust organisatsioonile.

Töötajate heaolu olulisust määratletakse sageli indikaatorite abil, mis on seotud positiivsete emotsioonide esinemissagedusega töökeskkonnas (Warr, 1999). Töötajate heaolu hindamiseks on kõige levinum meetod rahulolu mõõtmine (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012). Tööga rahulolu on töötajate heaolu oluline element, kuna rahulolematust töö ja töötingimustega takistab heaolu saavutamist (Spector, 1997). Töörahulolu mõõtmise aluseks on kognitiivne hindamine, kui töötaja võrdleb oma praegust olukorda ideaalse stsenaariumiga, mida ta ette kujutab (Locke, 1969). See

protsess hõlmab ka töötaja töö ja tegevusvaldkonna individuaalset hindamist (Arampatzi & Burger, 2020, lk. 112).

Tööraahulolu määratlemiseks on mitmeid lähenemisi. Filosoof Robert Hoppock tutvustas esmakordselt tööraahulolu mõistet 1935.aastal, kirjeldades seda kui inimese bioloogiliste, emotsionaalsete ja väliste tegurite kombinatsiooni, mis paneb teda väitma, et ta on oma tööga rahul (Cleare & Oriakhi, 2013, lk. 202). Populaarne ja laialt levinud on Locke'i (1969) kontseptsioon, mille kohaselt tööraahulolu peegeldab töötaja meeldivat emotsionaalset seisundit, mis tuleneb tema tegevuse väärtuse hindamisest. Selle lähenemisviisi tulemusena püüavad töötajad saavutada oma tööalaseid eesmärke ja säilitada tööga seotud väärtusi.

Weiss (2002, lk. 175) pakkus laiema määratluse, mille kohaselt on tööraahulolu individuaalne ja inimese suhtumisega seotud nähtus, mis kujutab endast positiivset või negatiivset hinnangut tema tööle või sellega seotud olukorrale. See määratlus rõhutab töötajate isiklike vaadete ja arvamuste arvestamise olulisust nende tööraahulolu hindamisel, mis võib olla eduka tööalase tegevuse saavutamise ja motivatsiooni säilitamise võtmefaktor.

Spectori (1997) lähenemisviis põhines samal mõttel, et tööga rahulolu kajastab indiviidide hoiakuid oma töö ja selle eri tahkude suhtes. Cleare ja Oriakhi (2013, lk. 203) väidavad, et tööga rahulolu on indikaator, mis annab märku töötajate identifitseerimisest oma töö, organisatsiooni eesmärkidega ning usust, et nende panust hinnatakse ja nende heaoluga arvestatakse. See tähendab, et tööraahulolu hindab töötajate entusiasmi ja pühendumust tööalastele ülesannetele.

Võttes arvesse erinevate autorite pakutud määratlusi ja ideid, saab öelda, et tööga rahulolu väljendab töötajate motivatsiooni ja positiivset suhtumist oma töösse (Spector, 1997).

Mõned heaolu-uuringud rõhutavad tervise ja heaolu tervikliku vaatlemise tähtsust, hõlmates mitmeid omavahel seotud aspekte. Seetõttu on välja pakutud erinevaid tervikliku heaolu lähenemisviise ja teooriaid. Heaolu erinevaid aspekte võidakse tõlgendada erinevalt nende subjektiivse olemuse tõttu.

Siiski tunnistatakse heaolu teooriate ja mudelite väljatöötamisel üldiselt, et heaolu on mitmekülgne ja koosneb erinevatest komponentidest. Erinevates teooriates võib heaolu aspektide arv varieeruda 3 kuni 12 vahel. Heaolu analüüsimisel võetakse tavaliselt arvesse järgmisi komponente:

- füüsiline tervis;

- emotsionaalne seisund;
- intellektuaalne tase;
- vaimne areng;
- keskkonnasõbralikkus.

Regulaarsed töötajate küsitlused on tavaline meetod töötajate vajaduste ja ootuste kogumiseks (Church, 2001). Tulemusnäitajate, nagu tootlikkuse ja puudumiste analüüsimine võib samuti paljastada mustreid, mis näitavad töötajate rahulolematust või kaasatuse vähenemist (Becker & Gerhart, 1996). Töötajate segmenteerimine on samuti oluline – töötajate grupeerimine töökoha või osakonna põhjal, et välja töötada konkreetseid strateegiaid, mis suurendavad heaolu (Varey, 2001). See aitab ettevõtetel välja töötada kohandatud strateegiaid töötajate heaolu parandamiseks, samuti lahendada probleeme ennetavalt ja luua toetav töökeskkond (Anseel, 2015).

Selle uuringus kasutab autor sarnast lähenemist siseturu analüüsile, mis kogub ja analüüsib töötajate andmeid, et mõista nende vajadusi ja eelistusi. See lähenemine hõlmab tööriistade kasutamist, nagu töötajate küsitlused (Church, 2001) ja tulemusnäitajad nagu tootlikkus ja selle puudumine, et tuvastada rahulolematuse mustreid. Lisaks on avatud tagasiside kanalite loomine töötajate murede lahendamiseks (Anseel, 2015) ja töötajate segmenteerimine konkreetsete strateegiatega väljatöötamiseks siseturuanalüüsi olulised komponendid.

Siseturu analüüsi andmeid kasutades saaks ettevõtte teha tõenduspõhiseid otsuseid töötajate vajaduste käsitlemiseks, kasutades siseturu analüüsi andmeid (Pfeffer & Sutton, 2006). See lähenemisviis tagab, et ettevõtted tegelevad tõhusalt kõige pakilisemate küsimustega, mis toob kaasa töötajate heaolu paranemise.

Selles alajaotises keskendume erinevate töötaja heaolu mudelite ja siseturunduse strateegiatega vaheliste seoste uurimisele, mis aitavad organisatsioonidel luua positiivset ja toetavat töökeskkonda.

D-R mudel: Töö nõudmiste-ressursside (JD-R) mudel väidab, et kahte tüüpi tegurid mõjutavad töötaja heaolu ja tulemuslikkust: töö nõudmised ja tööressursid. Töönõuded on töö füüsilised, psühholoogilised või sotsiaalsed aspektid, mis nõuavad pingutust, samas kui tööressursid on aspektid, mis aitavad töötajatel saavutada tööeesmärke, vähendavad töönõudmisi ja stimuleerivad

isiklikku kasvu (Bakker & Demerouti, 2007). Nõudmiste ja ressursside tasakaal soodustab töötaja kaasatust, rahulolu ja heaolu.

COR mudel: Ressursside säilitamise teooria (COR) põhineb eeldusel, et inimesed püüavad kaitsta ja säilitada oma ressursse, näiteks aega, energiat ja sotsiaalselt tuge. Stress tekib siis, kui ressursid on ohus, kaotatud või ei taastu piisavalt. Ressursside säilitamine ja suurendamine soodustab heaolu, samas kui ressursside ammendumine viib läbipõlemise ja kaasatuse vähenemiseni (Hobfoll, 1989).

Nõudmise-kontrolli mudel: Nõudmise-kontrolli (või tööstressi) mudel väidab, et töötaja heaolu määrab töö nõudmiste (töökoormus, ajakava) ja töökontrolli (autonoomia, otsuste tegemise volitus) koostoime. Kõrged nõudmised ja madal kontroll põhjustavad tööstressi, mis mõjutab negatiivselt heaolu, samas kui madalad nõudmised ja kõrge kontroll soodustavad töörahulolu ja töötaja heaolu (Karasek, 1979).

JD-R, COR ja nõudmise-kontrolli mudelid: Nende mudelite kattumine (Bakker & Demerouti, 2007; Hobfoll, 1989; Karasek, 1979) tähendab, et siseturunduse strateegiad nagu töö kujundamine ja võimestamine (Hackman & Oldham, 1976), tõhus juhtimine ja organisatsioonikultuur (Schein, 2010) ning töötajate premeerimine ja tunnustamine (Rhoades & Eisenberger, 2002) soodustavad toetavat töökeskkonda, vähendavad tööpinget ning suurendavad heaolu.

PERMA mudel: Seligman (2011, lk 65) rõhutab positiivsete emotsioonide, kaasatuse, suhete, mõtestatud tegevuste ja saavutuste rolli heaolu toetamisel. Nendele elementidele aitavad kaasa töötajate arendamine (Noe, 2017), sisekommunikatsioon ning töötajate premeerimine ja tunnustamine (Brun & Dugas, 2008), luues positiivse töökeskkonna, mis suurendab heaolu.

SDT ja töö iseloomu mudel: Groyberg (2008) ning Hackman ja Oldham (1976) rõhutavad autonoomia, pädevuse, seotuse ja sisemise motivatsiooni tähtsust. Töö kujundamine ja võimestamine (Thomas & Velthouse, 1990), töötajate arendamine (Noe, 2017) ning tõhus juhtimine ja organisatsioonikultuur (Avolio, 2004) toetavad neid tegureid, suurendades rahulolu.

Kuigi sünergiaid on ilmselgelt näha, võivad tekkida ka võimalikud vastuolud. Näiteks võib ainult premeerimisele ja tunnustamisele keskendumine jätta tähelepanuta teised olulised heaolu aspektid nagu autonoomia ning töö- ja eraelu tasakaal (Kosseck, 2012). Lisaks võib intensiivne keskendumine organisatsioonikultuurile ja juhtimisele varjutada töökohtade kujundamise ja individuaalse arengu olulisust (Noe, 2017).

Järelduste tegemiseks on vajalik uurida erinevate heaolu mudelite ja siseturunduse strateegiate vahelisi seoseid, mida toetab teaduslikud tõendid. Holistilise lähenemisviisi kasutamisel, kus kombineeritakse erinevaid heaolumudeleid erinevate sisemiste turundusstrateegiatega, võib luua toetava töökeskkonna, mis soodustab kaasatust, rahulolu ja üldist heaolu.

Uurimuses keskenduti personalijuhtimise ja organisatsioonipsühholoogia rollile siseturunduses. Autor püstitas hüpoteesi, et töötajate rahulolu ja heaolu tase on tihedalt seotud nende rahulolu tasemega palkade, töökeskkonna kvaliteedi ja saadava toetusega; et töötajate heaolu tase väheneb nende töösuhte kestuse pikenemisega ettevõttes; ning et töörahulolu ja töötajate heaolu tase on positiivselt seotud siseturunduse efektiivsusega.

Alljärgnevas tabelis on esitatud peamised ettevõttesisesed turundusstrateegiad, mille mõju töötajate rahulolule ja healule on uuritud. Iga strateegia leiab toetust vastavate uuringutega (vt Tabel 1, lk 17):

Tabel 1. Siseturunduse strateegiad.

Strateegia	Kirjeldus	Uuringud
Tugeva ettevõttekultuuri loomine	Tugev ettevõttekultuur, mis põhineb põhiväärtustel ja põhimõtetel, võib parandada töötajate tajumist oma palga ja töötingimuste suhtes.	Bamidele, R. (2022)
Töötajate kaasatuse suurendamine	Kaasatud töötajad on produktiivsemad ja neil on ka kõrgem töörahulolu tase.	Kelly, E. L. (2021)
Võimaluste pakkumine professionaalseks arenguks	Võimaluste pakkumine professionaalseks arenguks aitab kaasa töötajate rahulolule ja heaolule.	Misiaszek, T. (2021)
Heaoluprogrammide algatamine	Heaoluprogrammid mõjutavad positiivselt töötajate pikaajalist heaolu.	Song, Z. (2020)
Töötingimuste parandamine	Töötingimuste parandamine on seotud töötajate heaolu tasemega.	Kelly, E. L. (2021)
Teadmiste vahetamise soodustamine	Teadmiste vahetamise soodustamine aitab kaasa töötajate rahulolule ja kaasatusele.	Meher, J. R. ja Mishra, R. K. (2022)
Avatud ja läbipaistva suhtluse loomine	Avatud ja läbipaistev suhtlus aitab kaasa töötajate rahulolu ja heaolu tasemele.	Zainab, B., Akbar, W., Siddiqui, F. (2022)
Selgete eesmärkide seadmine töötajatele	Selgete eesmärkide seadmine on seotud siseturunduse efektiivsuse tasemega.	Koob, C. (2021)

Allikas: (Autori koostatud)

Tabelis esitatud uuringud kinnitavad autori hüpoteese ja näitavad siseturunduse olulisust töötajate rahulolu ja heaolu parandamisel. Uuringud toovad esile, et tugev ettevõttekultuur, töötajate

kaasatuse suurendamine, võimaluste pakkumine professionaalseks arenguks, heoluprogrammide algatamine, töötingimuste parandamine, teadmiste vahetamise soodustamine, avatud ja läbipaistva suhtluse loomine ning selgete eesmärkide seadmine töötajatele – kõik need strateegiad võivad parandada töötajate rahulolu ja heaolu. Siiski on oluline meeles pidada, et iga organisatsioon on ainulaadne ja neid strateegiaid tuleb kohandada vastavalt iga organisatsiooni konkreetsele kontekstile ja vajadustele. Autori uurimus annab olulise panuse mõistmisse, kuidas siseturundust saab kasutada töötajate rahulolu ja heaolu parandamiseks.

Kokkuvõttes võib öelda, et töötajate heaolu suurendamiseks otsivad organisatsioonid väärtuslikke teadmisi heaolu mudelite ja sisemise turunduse strateegiate koostoime kohta. Nende mudelite ja strateegiate integreerimisega saavad organisatsioonid luua toetava töökeskkonna. Selles kontekstis on uue toetava töökeskkonna loomine tihedalt seotud organisatsioonikultuuriga, mis aitab kaasa töötajate heaolu ja rahulolu suurendamisele.

Organisatsioonikultuur, mis on määratletud jagatud väärtuste, uskumuste ja normidega, mõjutab töötajate suhtumist ja käitumist töökohal (Schein, 2010). Positiivne kultuur suurendab töötajate heaolu, luues toetava, kaasava mõjuvõimu suurendamise keskkonna (Denison, 1996). Autor käsitleb töötajate heaolu ja siseturunduse omavahelisi seoseid. Käesolevas alapeatükis keskendutakse juhtimis- ja organisatsioonikultuuri mõjule töötajate heaolule, mis on üks peamisi uurimiseesmärke.

Näiteks Google'i avatud, koostööle orienteeritud kultuur on tuntud selle poolest, et see aitab kaasa töötajate heaolule, pakkudes paindlikku tööaega, tasuta toitlustus-, tervise- ja sporditeenuseid (Bock, 2015). Efektivne juhtimine, eriti transformatsiooniline juhtimine, on positiivse organisatsioonikultuuri kujundamisel oluline (Bass & Riggio, 2006). Näiteks Southwest Airlinesi juht Herb Kelleher tõestas, et transformatsiooniline juhtimine, mis keskendub töötajatele, võib aidata luua tugevat organisatsioonikultuuri (Gittell, 2003).

Transformatsioonilise juhtimise ja siseturunduse vaheline seos seisneb nende ühises suunas, et tugevdada töötajate heaolu. Transformatsioonilised juhid, kes näitavad üles inspireerivat motivatsiooni, ideaalset mõju, individualiseeritud tähelepanu ja intellektuaalset stimulatsiooni, aitavad kaasa positiivsele organisatsioonikultuurile ja töötajate heaolule (Bass & Riggio, 2006, lk 67). Siseturundus tugevdab neid jõupingutusi, keskendudes töötajate vajadustele ja ootustele ning luues koostööl põhineva töökeskkonna, mis toetab ühiseid eesmärke (Grönroos, 2000).

Edukad näited transformatsioonilise juhtimise ja siseturunduse koostoimest võivad hõlmata Starbucksit, mis on tuntud oma tugeva organisatsioonikultuuri ja töötajate heaolu eest. Starbucks investeerib oma töötajatesse, pakkudes neile võimalusi hariduse omandamiseks, karjääri arendamiseks ja põhjalikuks koolituseks (Groysberg, 2008). Töötajaid, keda nimetatakse "partneriteks", tunnevad end väärtustatuna ja kaasatuna, mis aitab vähendada töölt lahkumist.

Starbucks'i juht Howard Schultz on transformatsiooniline juht, kes on pühendunud töötajate heaolule ja ettevõtte positiivse kultuuri loomisele. Schultz on rõhutanud, et töötajate rahulolu on Starbucks'i edu alustalaks ja tema juhtimisstiil on olnud oluline töötajate heaolu tagamisel (Koehn, 2005).

Töötajate heaolu on tihedalt seotud positiivse organisatsioonikultuuri, efektiivse juhtimise ja töötajatele suunatud siseturundusstrateegiatega (vt tabel 2). Edukad ettevõtted nagu Google ja Starbucks on tõestanud, et usaldus, õiglus ja avatud kommunikatsioon mängivad olulist rolli töötajate heaolu ja rahulolu tagamisel.

Tabel 2. Organisatsioonikultuuri põhimõte

Aspekt organisatsioonikultuurist	Kirjeldus	Mõju töötajate heaolule
Usaldus	Töötajad usaldavad üksteist ja organisatsiooni	Positiivne mõju heaolule
Õiglus	Võrdne kohtlemine ja ressursside jaotus	
Avatud kommunikatsioon	Aus ja läbipaistev dialoogi soodustamine	

Allikas: (Lings, 2004; Gounaris, 2008; Jones, Jimenez-Anca, & Gudergan, 2020; Sadiq & Alam, 2018; Huang & Chen, 2017; Sarker & Al-Abri, 2015)

Siseturunduse ja transformatsioonilise juhtimise kombineerimine võib aidata luua töökeskkonda, mis suurendab töötajate rahulolu, lojaalsust ja heaolu. Edukate ettevõtete nagu Google'i ja

Starbucks'i näited tõestavad, et töötajate heaolu on tihedalt seotud positiivse organisatsioonikultuuri, efektiivse juhtimise ja töötajatele suunatud siseturundusstrateegiatega.

1.3. Töötajate heaolu integreeritud lähenemine siseturunduses

Töötaja heaolu edendamine on organisatsioonide jaoks oluline ning seda on võimalik saavutada süsteemi kaudu, mis ühendab tasu ja tunnustuse, töö kavandamise ja volitamise töökohtade kujundamise ja mõjuvõimu suurendamise ning töötajate arenguprogrammid. Nende elementide koostoime optimeerib töötajate kaasatust, töörahulolu ja üldist heaolu. Selle integreeritud lähenemise aluseks on järgmised teooriad ja kontseptsioonid: Töö Omaduste Mudel (JCM), Sotsiaalse Informatsiooni Töötlemise Teooria (SIPT) ja Enesemääramise Teooria (SDT).

Esiteks rõhutab JCM (Hackman & Oldham, 1976) oskuste mitmekesisust, töö sidusust, ülesannete tähtsust, autonoomiat ja tagasisidet kui sise- ja välismotivatsiooni peamisi faktoreid. Välised hüved rahuldavad töötajate rahalisi ja sotsiaalseid vajadusi, samas kui sisemised hüved, nagu kiitus ja isikliku kasvu võimalused, suurendavad töörahulolu ja heaolu (vt Tabel 3).

Tabel 3. Töö iseloomu mudel (JCM)

Töö iseloomustus	Kirjeldus	Töötasude ja tunnustamise vaheline seos
Oskuste mitmekesisus	Tööülesanne, mis nõuab erinevaid oskusi ja andeid	Ajend oskuste arendamiseks
Töö ülesande identiteet	Ülesannet iseloomustab see, kas see hõlmab tervikliku, tuvastatava töö lõpetamist	Olulise ülesande märkamise
Ülesande tähtsus	Töö mõju teiste inimeste elule või tööle	Ülesannete tähtsusest teavitamine
Autonoomia	Autonoomia ehk töötaja vabadus ja kaalutusõigus tööülesannete täitmisel	Otsuste langetamisel ja ülesannete täitmisel antud autonoomia ulatus
Tagasiside	Töö iseloomule vastav tagasiside kvaliteet ja sagedus	Tagasisidesüsteemi loomine edenemiseks ja täiustamiseks

Allikas: (Hackman & Oldham, 1976, lk 40)

Teiseks rõhutab SIPT (Salancik & Pfeffer, 1978) sotsiaalsete vihjete rolli töötajate arusaamade ja reaktsioonide mõjutamisel (vt Tabel 4). Selge kommunikatsioon preemiatega ja

tunnustuskriteeriumide kohta edendab õiglust ning vähendab soosimise tajumist, aidates kaasa töötajate heaolule.

Tabel 4. Sotsiaalse teabe töötlemise teooria (SIPT)

Põhiline aspekt	Kirjeldus	Töötasude ja tunnustamise vaheline seos
Sotsiaalsed viited	Informatsioon, millele inimesed tuginevad oma töökeskkonna tõlgendamisel	Selge suhtlus töötasustamise kriteeriumide kohta
Tõlgendus	Kuidas inimesed tõlgendavad sotsiaalseid viiteid	Selgitus tasude saajate valimise protsessi kohta
Reageeringud	Tegevused, mida inimesed teevad sotsiaalsete viidete tõlgendamise põhjal	Avatud arutelude soodustamine õigluse ja tajumiste kohta

Allikas: (Salancik & Pfeffer, 1978, lk 78)

Kolmandaks rõhutab SDT (Deci & Ryan, 1985) autonoomia, pädevuse ja sellega seotud psühholoogiliste vajaduste rahuldamise tähtsust optimaalse heaolu ja motivatsiooni saavutamiseks. Saavutuste tunnustamine suurendab heaolu ja tugevdab töötajate seotust organisatsiooniga (vt Tabel 5, lk 22).

Tabel 5. Enesemääratlemise teooria (Self-Determination Theory)

Psühholoogiline vajadus	Kirjeldus	Töötasude ja tunnustamise vaheline seos
Autonoomia	vajadus kontrollida oma elu ja tegevusi	töötajatele otsustusõiguse andmine
Pädevus	vajadus tunda end tõhusa ja võimeka inimesena oma keskkonnas	töötajate pädevuse tunnustamine ja kinnitamine
Seotus	vajadus tunda end teistega seotuna ja olulisena	töötajate vahel seotuse ja kuuluvuse tunde loomine

Allikas: (Deci & Ryan, 1985)

Preemia- ja tunnustussüsteemid, mis järgivad JCM, SIPT ja SDT põhimõtteid, käsitlevad nii olemuslikke kui ka väliseid motivaatoreid (Hackman & Oldham, 1976; Salancik & Pfeffer, 1978; Deci & Ryan, 1985). Välised hüved, näiteks rahalised stipendiumid, vastavad töötajate rahalistele ja sotsiaalsetele vajadustele, samas kui olemuslikud hüved, nagu kiitus ja isikliku kasvu võimalused, suurendavad tööga rahulolu ja heaolu. Selged premeerimise ja tunnustamise kriteeriumid soodustavad õiglust ja vähendavad soosimise tajumist, mis omakorda aitab kaasa töötajate heaolule (Salancik & Pfeffer, 1978).

Töökoha kujundamine keskendub tööülesannete struktureerimisele ja korraldamisele, et optimeerida töötajate tulemuslikkust, rahulolu ja heaolu (Hackman & Oldham, 1976). JCM rõhutab oskuste mitmekesisuse, töö identiteedi, tööülesannete tähtsuse, autonoomia ja tagasiside olulisust, samas kui SIPT rõhutab sotsiaalsete vihjete rolli töötajate töökeskkonna tajumisel ja sellele reageerimisel (Salancik & Pfeffer, 1978). Neid põhioskusi kombineerides ja pideva suhtlemise tagamisega saavad organisatsioonid suurendada sisemist motivatsiooni ja toetada töötajate heaolu.

Oluline osa töökoha kujundusest hõlmab Hackmani ja Oldhami Job Characteristics Model (1976) põhioskuste kasutuselevõttu. Töötajatel, kes tajuvad oma töös neid töö iseloomulikke tunnuseid,

on suurem motivatsioon, rahulolu ja heaolu (Hackman ja Oldham, 1976; Morgeson & Humphrey, 2006).

Tabel 6. Seos tasude ja tunnustamisega

Töö iseloomustus	Kirjeldus	Töötasude ja tunnustamise vaheline seos
Oskuste mitmekesisus	Töökohtade mitmekülgsus ja nõudmised paljude oskuste ja annete olemasolule.	Suurendab motivatsiooni, kaasatust ja isiklikku kasvu
Ülesande identiteet	Töö tähtsus, millel on määratav mõju teiste inimeste elule või tööle.	Tugevdab vastutustunnet ja saavutustunnet
Ülesande olulisus	Töökoha mõju teiste inimeste elule või tööle	Toetab eesmärkide ja tähenduse leidmist töös
Autonoomia	Töötajal on tööülesannete täitmisel vabadus ja otsustusõigus.	Edendab töörahulolu ja enesekontrolli tunnet
Tagasiside	Tagasiside töötulemuste selguse ja vahetu taseme kohta	Võimaldab parandamist ja tugevdab positiivset esitust

Allikas: (Hackman & Oldham, 1976; Salancik & Pfeffer, 1978; Morgeson & Humphrey, 2006)

SDT & Spreitzeri (1997) psühholoogilise mõjuvõimu toetamine annab töötajatele volitused, ressursid ja toetuse, et nad saaksid teha otsuseid ja anda oma panus töösse. Psühholoogiliste vajaduste täitmine autonoomia, pädevuse ja sellega seonduva järele viib optimaalse heaolu ja motivatsioonini (Deci & Ryan, 1985). Võimestatud töötajatel on suurem töörahulolu, organisatsiooniline pühendumus ja üldine heaolu (Spreitzer, 1997).

Tabel 7. Iseotsustamise teooria psühholoogiline mõju töötaja heaolule

Psühholoogiline vajadus	Kirjeldus	Mõju töötaja heaolule
Autonoomia	Vajadus tunnetada kontrolli oma elu ja tegude üle	Parandab tööga rahulolu ja kontrollitunnet
Pädevus	Vajadus olla oma keskkonnas efektiivne ja võimekas	Suurendab enesehinnangut ja kindlustunnet töötulemustes
Seotus	Vajadus tunda end seotuna ja olulisena teistega.	Edendab ühtekuuluvustunnet ja sotsiaalseid tuge

Allikas: (Hackman & Oldham, 1976; Salancik & Pfeffer, 1978; Morgeson & Humphrey, 2006; Spreitzer, 1997; Deci & Ryan, 1985)

Töötajate arenguprogrammid on seotud töökoha kujundamise ja mõjuvõimu suurendamisega ning mõjutavad oluliselt töötajate heaolu, suurendades oskusi, soodustades karjäärivõimalusi, suurendades motivatsiooni, rikastades töökogemusi ning tugevdades organisatsioonisisest pühendumust (Noe, 2017; Tharenou, 2007; Locke & Latham, 2006; Hackman & Oldham, 1976; Kuvaas & Dysvik, 2009). Töötajate arenguprogrammide mõju töötajate heaolule saab uurida järgmiste aspektide kaudu:

1. Oskuste täiendamine: programmid arendavad uusi oskusi, suurendades töörahulolu (Noe, 2017).
2. Karjääri areng: kasvuvõimalused soodustavad töötajate lojaalsust, heaolu ja säilitamist (Tharenou, 2007).
3. Suurenenud motivatsioon: selged eesmärgid ja tagasiside parandavad heaolu ja kaasatust (Locke & Latham, 2006).
4. Töö rikastamine: autonoomia ja tähenduslik töö suurendavad heaolu (Hackman ja Oldham, 1976).

Organisatsiooniline pühendumus: arenguprogrammid soodustavad pühendumust, parandades heaolu (Kuvaas & Dysvik, 2009). Need tegurid aitavad kaasa, kuna töötajad, kes tunnevad end väärtustatuna, pädevana ja kaasatuna, kaotavad väiksema tõenäosusega huvi või otsivad võimalusi mujalt. Töö kujundamine, töö iseloomu mudel ja sotsiaalse teabe töötlemise teooria Töödisain tähendab tööülesannete struktureerimise ja korraldamise protsessi, et optimeerida töötajate töötulemuslikkust, rahulolu ja heaolu (Hackman & Oldham, 1976).

Kõnealused tegurid aitavad suurendada heaolu, kuna töötajad, kes tunnevad end hinnatuna, kompetentsetena ja kaasatutena, harvemini loobuvad tööst või otsivad uusi võimalusi mujalt. Töö kujundamine, töö iseloomu mudel ja sotsiaalse teabe töötlemise teooria Töödisain viitab tööülesannete struktureerimise ja organiseerimise protsessile, et optimeerida töötaja tulemuslikkust, rahulolu ja heaolu (Hackman & Oldham, 1976).

Tabel 8. Töö kujundamiste aspektide kokkuvõtte

Töö kujundamise aspekt	Töö kujundamise muutujad	Vastav mudel
Oskuste täiustamine	Oskuslikkus	Töö iseloomu mudel (Job Characteristics Model, JCM)
Karjääri areng	Ülesande identiteet	
Töö rikastamine	Tööülesande tähtsus	
Suurenenud motivatsioon	Autonoomia	Ise Otsustamisteooria (Self-Determination Theory, SDT)
Organisatsiooni pühendumus	Seotus teistega	

Allikas: (Hackman & Oldham, 1976).

Lõppkokkuvõttes, integreerides JCM, SIPT ja SDT põhimõtetele põhinevad tasustamis- ja tunnustussüsteemid töökoha kujundamise, võimestamise ja töötajate arenguprogrammidega, saavad organisatsioonid luua töötajate heaolu toetava keskkonna. Selle integreeritud lähenemisviisi (vt Tabel 8) abil edendatakse töötaja heaolu, käsitledes sisemist ja välist motivatsiooni, edendades õiglust, tugevdades organisatsioonilist pühendumust, pakkudes tulemusjuhtimist ning toetades töötajate hoidmist ja ligitõmbamist.

2. UURINGU METOODIKA JA TULEMUSED

2.1. Hüpoteesid

Antud uurimustöö eesmärk on uurida töörahulolu ja töötajate heaolu mõjutavaid tegureid, et saada parem arusaam sellest, kuidas organisatsioonid saavad parandada töötajate heaolu ja töörahulolu taset. Selleks keskendume järgmistele hüpoteesidele:

H1: Käesolev uuring uurib, kas töötajate üldine rahulolu ja heaolu on seotud palga rahulolu, töökeskkonna ning juhtkonna ja organisatsiooni poolt pakutava toetusega. Eeldatakse, et need tegurid mõjutavad töötajate rahulolu ja heaolu taset positiivselt.

H2: Uurimuses käsitletakse ka töösuhte kestuse mõju töötajate heaolule. Hüpoteesiks on, et töötajate heaolu väheneb koos töösuhte kestuse pikenemisega, mis võib viidata töötajate kohanemisele töökeskkonnas või muutustele organisatsiooni töötingimustes.

H3: Kolmas hüpotees keskendub siseturunduse rollile töötajate töörahulolu ja heaolu parandamisel. Eeldatakse, et töörahulolu ja töötajate heaolu on positiivselt seotud siseturundusega, mis tähendab, et siseturunduse tõhus kasutamine organisatsioonides võib aidata kaasa töötajate rahulolu ja heaolu suurenemisele.

Uurimistöö metoodika käsitleb neid hüpoteese süvitsi, kasutades erinevaid andmekogumis- ja analüüsimeetodeid, et saada tõendus põhine arusaam töörahulolu ja töötajate heaolu mõjutavatest teguritest ning nende seostest palgaga rahulolu, töökeskkonna, toetuse ja siseturundusega.

Hüpotees 1: Töötajate üldine rahulolu ja heaolu on seotud palgarahuloluga ning ettevõtte poolt pakutava töökeskkonna ja toega.

Antud uurimistöös vaadeldakse töötajate rahulolu, heaolu ja töötasu seost, töökeskkonna kvaliteeti ja organisatsioonilist tuge. Töötasu on oluline tegur, mis mõjutab töötajate rahulolu ja heaolu (Pfeffer & Langton, 1993). Töökeskkond hõlmab nii füüsilist kui ka psühholoogilist tuge, mis aitab töötajatel oma tööga toime tulla ja suurendab tööga rahulolu (De Menezes, 2012; Gajendran & Harrison, 2007).

Palgaga rahulolu ja töötajate heaolu on omavahel seotud, kuna töötasu peegeldab nende panust organisatsiooni ja väärtust tööturul (Pfeffer & Langton, 1993). Kvaliteetne töökeskkond aitab luua positiivse tööõhkkonna, mis omakorda suurendab töötajate rahulolu ja heaolutunnet (De Menezes, 2012). Organisatsiooniline toetus hõlmab selliseid meetmeid nagu töötajate arenguprogrammid, töökeskkonna parandamine ja paindlikud töötingimused, mis kõik mõjutavad töötajate rahulolu ja heaolu positiivselt (Gajendran & Harrison, 2007).

Tänapäevaste tööturutrendide ja väljakutsete kontekstis on töötajate rahulolu ja heaolu seotud ka kaugtöö ja paindliku tööajaga, mis aitavad parandada töö- ja eraelu tasakaalu ning suurendavad töötajate rahulolu ja heaolu (Gajendran & Harrison, 2007). Samuti on oluline organisatsioonilise toetuse roll töötajate rahulolu ja heaolu suurendamisel, kuna toetavad meetmed aitavad töötajatel kohaneda muutuvate töötingimustega ja arendada oma oskusi (De Menezes, 2012).

Uurimistulemused näitavad, et töötajate rahulolu ja heaolu on tihedalt seotud palgaga rahulolu, töökeskkonna kvaliteedi ja organisatsioonilise toetusega (Pfeffer & Langton, 1993; De Menezes, 2012; Gajendran & Harrison, 2007). See seos on eriti oluline teenindusettevõtete jaoks, kus töötajate rahulolu ja heaolu mõjutavad otseselt klienditeeninduse kvaliteeti ja organisatsiooni mainet (Heskett, 1994; Tsaur & Lin, 2004). Töötajate rahulolu ja heaolu parandamine võib suurendada klientide rahulolu, kliendilojaalsust ja ettevõtte tulemuslikkust (Heskett, 1994).

Teenindusettevõtete töötajad, kes on oma tööga rahul ja tunnevad end heaolus, on tõenäolisemalt motiveeritud pakkuma kvaliteetset klienditeenindust, mis omakorda loob positiivse kliendikogemuse (Tsaur & Lin, 2004). Töötajate rahulolu ja heaolu tagamine on seega oluline strateegiline eesmärk teenindusettevõtete jaoks, et säilitada konkurentsieelis ja tagada pikaajaline edu (Heskett, 1994).

Hüpotees 2: Töötajate heaolu väheneb koos töösuhte kestuse pikenemisega.

Käesolev uurimus käsitleb töösuhte kestuse mõju töötajate heaolule. Töösuhte kestuse pikenemine võib põhjustada töötajate heaolu erinevaid tagajärgi, sealhulgas motivatsiooni langust, tööalase läbipõlemise suurenemist ja meeskonna suhete halvenemist (Schaufeli & Taris, 2014; Cavanaugh, 2000).

Töötajate tööstaaži kasvades suureneb ka tööalase läbipõlemise tõenäosus, mis avaldub emotsionaalse kurnatuse, depersonaliseerumise ja isiklike saavutuste langusena (Maslach, 2001). Tööalane läbipõlemine mõjutab negatiivselt töötajate heaolu, tulemuslikkust ja lojaalsust organisatsioonile (Wright & Cropanzano, 1998; Schaufeli & Taris, 2014).

Lisaks võib töösuhte kestuse pikenemisega väheneda töötajate motivatsioon uudsustunde vähenemise ja tööhuvi kaotamise tõttu (Kooij, 2010). See võib viia tootlikkuse languseni, töö kvaliteedi halvenemiseni ja lõpuks töötajate heaolu vähenemiseni (Van der Heijden, 2009).

Samuti tasub märkida, et töötajate tööstaaži pikenemisega võivad tekkida kolleegidega konfliktid ja põlvkondade vaheline arusaamatus, mis mõjutab samuti töötajate heaolu negatiivselt (Zacher, 2014; Truxillo, 2012).

Antud peatükk käsitleb andmete kogumise meetodeid, uurimismudeleid ja valimi valimise meetodeid, mida kasutati käesolevas uuringus. Samuti selgitatakse valitud meetodite põhjendusi. Uuring hõlmas mitut etappi, alustades teadusajakirjade, akadeemiliste artiklite ja raamatute põhjalikust ülevaatest, et saada uuringu aluseks vajalik teoreetiline taust.

Esmane andmete kogumine toimus intervjuude ja veebipõhiste küsitluste abil. Kokku koguti viis intervjuud ja 102 küsitlusvastus, mis saadi inimestelt, kes olid peamiselt seotud ettevõttega Studioworks ja töötasid erinevatel ametikohtadel, nagu mängujuht, vahetuse juht, jälgimise spetsialist ja IT-spetsialist jne. Küsimused valiti hoolikalt, et suunata vastajaid sisukamate vastuste poole.

Lõpuks analüüsiti kogutud andmed ning tehti asjakohased võrdlused. Uurimistulemused esitati ja toetati olemasoleva kirjandusega.

Käesolevas jaotises kirjeldatakse peamisi uurimismeetodeid, kvalitatiivseid ja kvantitatiivseid. Kuigi meetodiline triangulatsioon (Bekhet & Zauszniewski, 2012) võib neid meetodeid kombineerida, käsitletakse neid eraldi selguse ja ressursipiirangute tõttu.

Hüpotees 3: Tööraahulolu ja töötajate heaolu on positiivselt seotud siseturundusega.

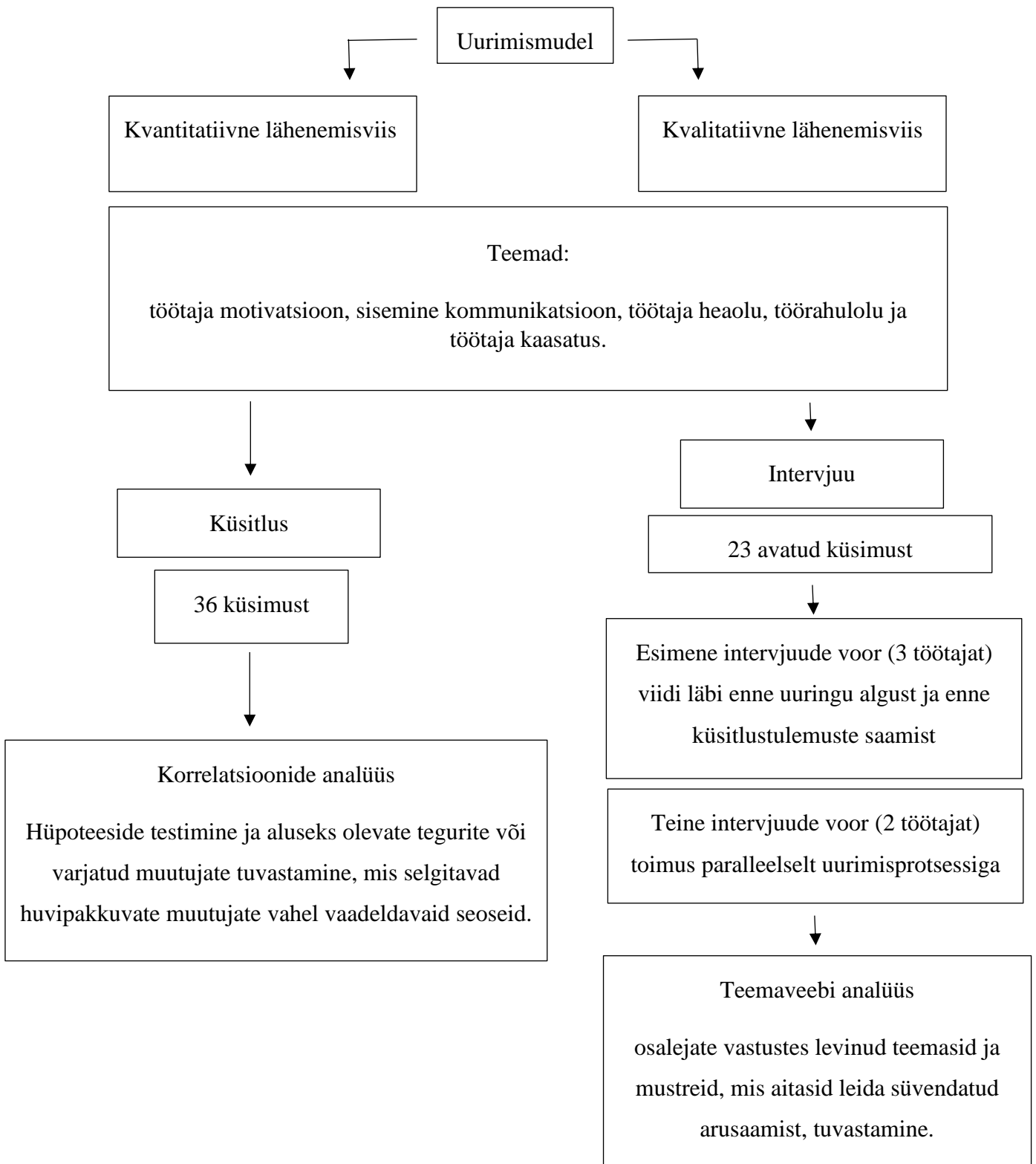
Käesolevas uuringus uuritakse siseturunduse mõju töötajate töörahulolule ja heolule. Siseturundus tähendab organisatsiooni töötajatele suunatud turundustegevusi, mille eesmärk on parandada töötajate motivatsiooni, lojaalsust ja töörahulolu (Berry, 1981; Grönroos, 2000).

Siseturunduse strateegiad, nagu töötajate tunnustamine, koolitus ja areng, töökeskkonna parandamine ja töötajate kaasamine otsustusprotsessi, on seotud suurema töörahulolu ja heoluga (Ahmed & Rafiq, 2003; Varey, 2001). Lisaks mõjutavad ettevõttesisesed turundustavad, nagu töötajate väärtustamine ja nende kaasamine, positiivselt töötajate heaolu (Tsai & Tang, 2008).

Siseturundustegevuse tulemusena tunnevad töötajad end rohkem väärtustatuna, mis omakorda suurendab töörahulolu, lojaalsust ja töötajate heaolu (Papasolomou & Vrontis, 2006; Rafiq & Ahmed, 2000). Samuti aitab siseturundus parandada töötajate tööalaseid hoiakuid ja käitumist, mis suurendab tööga rahulolu ja heaolu (Papasolomou & Vrontis, 2006).

Eelmised uuringud on näidanud, et siseturundustegevused on olulised töörahulolu ja töötajate heaolu parandamiseks, eriti teenindussektoris, kus töötajate rahulolu ja heaolu mõjutavad otseselt klienditeeninduse kvaliteeti ja organisatsiooni mainet (Bansal, 2001; Yoon, 2001).

2.2. Uurimismudel



Joonis 1. Uurimismudel.

Allikas: (Autori koostatud)

Käesolev uurimus keskendub andmete kogumismeetoditele, uurimismudelitele ja valimivõtumeetoditele, mis aitavad süvendada arusaamist konkreetsest nähtusest. Uuringu eesmärk on saavutada põhjalikum mõistmine nii kvalitatiivsete kui ka kvantitatiivsete lähenemisviiside abil, uurides töötajate heaolu, sisemise turunduse strateegiate rakendamise potentsiaali ning nende tegevuste mõjusid.

Valitud uurimismeetodid võimaldavad uurida erinevaid aspekte ja saada erinevat tüüpi teavet, uurides erinevaid tahke organisatsiooni toimimisest. Uurimistöös kasutatavad valimitüübid hõlmavad tõenäosuslikku ja mittetõenäosuslikku valimit. Tõenäosuslik valim tagab osalejatele võrdse valikuvõimaluse, samas kui mittetõenäosuslik valim keskendub väiksematele, teadlikele gruppidele, suurendades samal ajal valimiviga ja asendades statistilise aluse eelduste ja võrreldavuse kvantitatiivse uurimismeetodiga.

Kuigi kogutud viie intervjuu ja 102 küsitluse vastus ei pruugi esindada kogu populatsiooni, on eesmärgipärane valimine kvaliteetsete andmete jaoks oluline (Tongco, 2007). Osalejad valiti välja erinevatelt huvipakkumatelt aladelt ning intervjuujuhend koos kohandatavate küsimustega võeti kasutusele vastavalt vastajate teadmistele. Kvantitatiivne komponent hõlmab küsitlusandmete analüüsimist hüpoteeside testimiseks, samal ajal kui kvalitatiivne komponent hõlmab poolstruktureeritud intervjuude läbiviimist.

Selle uuringu jaoks töötati välja enesehinnanguline küsimustik, mis põhines sise- ja organisatsioonikäitumise uuringutel. See sisaldas selliseid konstruktsioone nagu töötajate motivatsioon, sisekommunikatsioon, töötajate heaolu, töörahulolu ja töötajate kaasatus. Küsitluses esitati 36 küsimust (vt Lisa 2) ning 23 isiklikku intervjuuküsimust (vt Lisa 1), et käsitleda kõiki eesmärke.

Kolm intervjuud viidi läbi enne uuringu algust ja enne küsitlustulemuste saamist, samal ajal kui veel kaks intervjuud toimusid paralleelselt uurimisprotsessiga. Esimene intervjuude voor hõlmas kolme töötajat, samas kui teises voorus intervjueriti kahte töötajat.

Selle lähenemise eesmärk võib olla erinevatel etappidel töötajate arvamuste ja tajumiste kogumine, et paremini mõista nende hoiakuid ja seisukohti uuritavate teemade suhtes. Esimene intervjuu aitab teadlastel saada ülevaadet töötajate seisukohtadest enne uuringu algust, samas kui teine intervjuu annab võimaluse võrrelda ja analüüsida, kuidas töötajate arvamused võivad muutuda

uurimisprotsessi käigus. See aitab saada sügavamaid teadmisi ja mõista töötajate rahulolu, motivatsiooni ja heaolu mõjutavaid tegureid.

Intervjuu juhised kohaldati vastavalt intervjuueeritava taustale, et sobitada nende osalus. Süvitsi minevate teadmiste saamiseks kasutati avatud küsimusi. Inglise keeles läbiviidud intervjuud kestsid umbes 30 minutit ja need salvestati intervjuueeritava nõusolekul.

Enesehinnanguline küsitlus koostati Google'i vormide abil, et see oleks lihtsalt juurdepääsetav ja jagatav.

Kvantitatiivseid andmeid koguti küsitluse kaudu ja analüüsiti korrelatsioonianalüüsi abil, et testida hüpoteese ja tuvastada alusfaktorid või varjatud muutujaid, mis selgitavad huvipakkuvate vaatlusaluste vahel täheldatud seoseid.

Korrelatsioonianalüüsis testiti pakutud hüpoteese, keskendudes eelkõige astmelisele selgitavale variatsioonile. Cronbachi alfa koefitsienti kasutati konstruktsiooni sisemise järjepidevuse hindamiseks juhul, kui teatud muutujad toetavad konstruktsiooni.

Enamik muutujaid ei ole normaaljaotusega, seega kasutati andmeanalüüsiks mitteparameetrilisi meetodeid, nagu Spearmani ja Kendalli korrelatsioon, mis annavad usaldusväärsemaid tulemusi (Field, 2009). Need meetodid on tundlikud normaalsuse eelduse rikkumise suhtes ja sobivad erineva mõõtmiskaalaga andmete analüüsimiseks (Pallant, 2010).

Kokkuvõttes valiti Spearmani korrelatsioon selle paindlikkuse ja kehtivuse tõttu mittestandardsete ja erinevate mõõtmisandmete analüüsimisel. Muutujate hindamiseks kasutati erinevat tüüpi mõõteskaalasid, nagu 1–10, 1–5 ja binaarseid skaalasid (jah/ei), mõjutamata korrelatsioonianalüüsi tulemusi (Field, 2009). (Vt. tabel 9)

Intervjuude kvalitatiivseid andmeid analüüsiti teemalise analüüsi abil, et tuvastada osalejate vastustes ühised teemad ja mustrid, mis aitasid leida sügavamaid teadmisi.

Temaatiline veebianalüüs on kvalitatiivne andmeanalüüsi meetod, mis võimaldab tuvastada, analüüsida ja tõlgendada tekstimaterjalides esinevad teemasid või mustreid, (Braun & Clarke, 2006). Selles uurimuses kasutati temaatilist veebianalüüsi, et töödelda ja analüüsida Studioworks'i

töötajatelt poolstruktureeritud intervjuudest saadud andmeid, mis on seotud uuritava teemaga – siseturunduse roll töötajate heaolu ja rahulolu suurendamisel.

Temaatilise veebianalüüsi läbiviimiseks kasutati Braun ja Clarke (2006) poolt soovitatud samme:

1. Intervjuude transkribeerimine ja andmetega hoolikas tutvumine:
 - Kogutud intervjuude teksti hoolikas läbivaatus.
2. Algsete koodide genereerimine:
 - Koodide loomine, mis kajastavad huvipakkuvaid andmepunkte.
3. Potentsiaalsete teemade otsimine:
 - Erinevate koodide ja andmete ühendavate potentsiaalsete teemade leidmine.
4. Teemade kontroll ja läbivaatus:
 - Teemade kontrollimine, arvestades kogu andmekomplekti ja uurimisküsimusi.
5. Lõplike teemade ja alateemade määratlemine:
 - Lõplike teemade ja alateemade kindlaksmääramine, nende nimetamine ja kirjeldamine.
6. Analüütilise aruande koostamine:
 - Aruande koostamine, mis näitab teemasid ja nende seost andmete ja teooriaga.

Temaatilise veebianalüüsi tulemusena eraldati viis peamist teemat, mis on seotud siseturundusega ja töötajate heaoluga Studioworks'i ettevõttes: sisemine suhtlus, motivatsioon ja tunnustamine, õpe ja areng, organisatsioonikultuur ja väärtused, tagasiside ja karjäärivõimalused. Neid teemasid ja nende alateemasid kirjeldatakse ja analüüsitakse üksikasjalikumalt järgmistes jaotistes.

Teema 1: Töörahulolu ja töötajate motivatsioon

See teema kajastab seda, kuidas töötajad hindavad oma tööd ja mis neid motiveerib või demotiveerib. Mõned punktid, mis on selle teemaga seotud:

- kõrge palk ja pidev kasv
- avatud suhtlus ja arvamuse avaldamine
- arvamuste väärtustamine ja positiivne suhtlemine kolleegidega
- tootlikkuse seos stressitasemega

- töö- ja eraelu tasakaalu olulisus
- tasakaalu rikkumine öiste vahetustega
- motivatsioonipraktikad, nagu meeskonna koosolekud, üritused ja boonused
- rahulolematuse väljendamine boonussüsteemi ja vea arvestusega
- soov graafiku parema paindlikkuse ja puhkuse planeerimisel parema toetuse järele
- entusiasmi vähenemine aja jooksul
- raske töö eest palgatõusu ootus

Väljavõte intervjuu tekstist:

Mulle meeldib, et saan head palka ja et mul on võimalus selles ettevõttes kasvada. Ma tunnen, et minu arvamus on oluline ja et ma saan vabalt väljendada oma ideid. Ma hindan ka seda, et mul on head suhted kolleegidega, me suhtleme sageli ja toetame üksteist. Aga ma ei ole rahul boonussüsteemiga, sest see ei arvesta erinevust erinevate vigade vahel. Ma tahaksin ka, et graafik oleks paindlikum ja et ettevõtte toetaks meid paremini puhkuse planeerimisel.

Teema 2: Sisemise suhtluse kvaliteet ja ettevõtte visiooni teadlikkus

See teema kajastab seda, kuidas töötajad suhtlevad kolleegide ja juhtkonnaga, samuti seda, kui hästi nad teavad ja jagavad ettevõtte eesmärgi ja strateegiaid. Mõned punktid, mis on seotud selle teemaga, on:

- sagedane suhtlemine vaheaegadel ja lõuna ajal
- regulaarne suhtlemine kolleegidega tööaegadel
- kord kuus kohtumised sõpradega väljaspool tööd
- kättesaadavus Timsi suhtlusplatvormi kaudu regulaarne otse suhtlemine meeskonna juhiga
- Microsoft Teamsi kasutamine efektiivseks suhtlemiseks
- piiratud teadlikkus üldistest eesmärkidest ja strateegiatest ettevõttes
- mõnikord segadus otsustusprotsesside üle
- kvaliteetse teenuse prioriteet
- tööstrateegiate kommunikatsioon Timsi kaudu
- avatud suhtlemine meeskonna juhiga aitab mõistmist
- sisemise turunduse olulisuse tunnustamine ettevõttes
- siseturunduse kui otsustava teguri tajumine, mis hoiab paljusid töötajaid huvitatuna
- ettevõtte väärtuste tunnustamine: suhtlus, lahendustele orienteeritus ja meeskonnatöö
- ettevõtte pühendumuse hindamine ökoloogilisusele ja mittetoksilisusele

- ettevõtte prioriteedi tajumine: säästmine ja kasumi maksimeerimine

Väljavõte intervjuu tekstist:

Ma suhtlen kolleegidega iga päev, me räägime vaheaegadel ja lõuna ajal, samuti töö ajal. Me kohtume ka mõnikord väljaspool tööd, et suhelda ja lõbutseda. Ma saan lihtsalt ühendust võtta meeskonna juhiga Timsi või Microsoft Teamsi kaudu, kui mul on küsimusi või probleeme. Ma ei tea palju ettevõtte eesmärkidest ja strateegiatest üldiselt, aga ma tean, et minu töö seisneb selles, et pakkuda klientidele kvaliteetset teenust. Ma arvan, et sisemine turundus on ettevõttele väga oluline, sest see aitab töötajatel tunda end osana millestki suuremast ja jääda huvitatuks.

Teema 3: Töötajate heaolu ja töötingimused

See teema kajastab seda, kuidas töötajad hindavad oma heaolu ja töötingimusi, samuti seda, milliseid algatusi tehakse nende parandamiseks. Mõned punktid, mis on seotud selle teemaga, on:

- positiivne hinnang töötingimustele
- mugav kontorikeskkond mugavustega
- kiire lahendamine tekkinud probleemidele
- igakuine sporditoetus Stebby platvormi kaudu
- jõupingutused temperatuuri probleemide lahendamiseks kontoris
- regulaarsed üritused ja maiustused aitavad kaasa positiivsele tööõhkkonnale
- üldine rahulolu töö ja töökorraldusega
- stress ebastabiilsete graafikute ja öiste vahetuste ajal vähendab rahulolu
- soov stabiilse töögraafiku ja püsivate vahetuste järele
- stressi vähendamine läbi ennustatavate töötingimuste

Väljavõte intervjuu tekstist:

Ma olen rahul töötingimustega, kontor on mugav ja seal on kõik vajalik olemas. Kui tekivad mõned probleemid, siis need lahendatakse kiiresti. Ma hindan ka seda, et ettevõtte annab meile igakuise sporditoetuse ja korraldab erinevaid üritusi ja ostab maiustusi. See loob hea õhkkonna kollektiivis.

Temaatilise veebianalüüs paljastas viis peamist teemat, mis puudutasid siseturundust ja töötajate heaolu ettevõttes Studioworks. Esiletõsteti töörahulolu ja motivatsiooni faktoreid, sisemise suhtluse kvaliteeti ning teadlikkust ettevõtte visioonist. Samuti käsitleti töötajate heaolu ja

töötingimusi, tuues esile olulisi algatusi nende parandamiseks. Need teemad annavad sügavama arusaama töötajate kogemustest ning võimaldavad välja tuua praktilisi soovitusi ettevõttele.

2.3. Valitud muutujate ja küsimuste selgitus

Selles jaotises käsitletakse uurimuse jaoks valitud muutujaid ja nende tähendust. Töötaja heaolu on oluline näitaja, mis aitab mõista töötajate üldist tervist ja õnnetunnet töökohal. See hõlmab töökeskkonna ohutust, töö psühholoogilist mõju ja sobivate tingimuste loomist tööeesmärkide saavutamiseks. Uurides neid tegureid, on võimalik hinnata, kui hästi organisatsioon töötajaid toetab ja kuidas see mõjutab nende üldist rahulolu ja tootlikkust.

Siseturundus on ettevõtte visiooni, eesmärkide ja väärtuste teavitamise ja tutvustamise protsess töötajatele. Muutuja sisaldab tagasiside sagedust, suhtlust, arusaamise selgust ja kommunikatsiooni tõhusust. Siseturunduse uurimine aitab hinnata, kui hästi ettevõtte töötajaid kaasab ja motiveerib, mis omakorda mõjutab nende rahulolu ja tootlikkust.

Tööraahulolu on oluline tegur töötajate rahulolu ja heaolu hindamisel seoses nende töö ja töökohaga. See muutuja keskendub töö hindamisele, üldisele tööraahulolule ja rahulolule töövõimalustega. Tööga rahulolu analüüs võib anda sisendi töötajate hoidmise, tulemuslikkuse ja organisatsiooni üldise edukuse kohta.

Palgaga rahulolu on kriitiline aspekt töötajate rahulolu ja motivatsiooni mõistmisel, mis mõjutab nende pühendumust tööle ja organisatsioonile. Selle muutuja abil saavad organisatsioonid mõista rahaliste hüvede rolli töötajate hoidmisel ja motiveerimisel, mis aitab kaasa üldisele rahulolule ja töötajate säilitamisele.

Ettevõtte missioon ja suhted keskenduvad sellele, kuidas töötajad tajuvad ettevõtte missiooni ja sisemisi suhted töökohal. Need tegurid võivad märkimisväärselt mõjutada töötajate rahulolu, motivatsiooni ja üldist pühendumust organisatsioonile. Lähedase sõbra või usaldusisiku olemasolu töökohal võib positiivselt mõjutada töötaja heaolu ja rahulolu.

Töökeskkonna ja toetuse muutuja hõlmab erinevaid töökoha aspekte, mis võivad mõjutada töötajate tajumist tööst. Töökeskkonna tegurite analüüs võib aidata tuvastada töökeskkonna

parandamist vajavaid valdkondi, mis võivad suurendada töötajate rahulolu ja tulemuslikkust. Näiteks ootuste selgus, vahendite ja seadmete piisavus, võimalused isiklike tugevuste kasutamiseks, tunnustamine ja isikliku arengu julgustamine on kõik töökeskkonna olulised aspektid.

Töö tulemuslikkuse hindamise ja võimaluste muutuja keskendub tagasisidele ja arenguvõimalustele, mis võivad mõjutada töötaja kaasamist ja motivatsiooni. Uurides tagasiside sagedust töö edenemise ja õppimisvõimaluste kohta, saavad organisatsioonid hinnata, kui hästi toetatakse töötajate arengut ja kasvu. See omakorda aitab kaasa üldisele rahulolule ja töötajate säilitamisele.

Tabelis on esitatud muutujad, alammuutujad, skaala, keskmised ja standardhälbed erinevate töötajate heaolu, siseturunduse, töörahulolu, ettevõtte missiooni ja suhete, töökeskkonna ja toe ning töö tulemuslikkuse hindamise ja võimaluste kategooriate kohta. Kuna tabel on väga suur, on see lisatud lisana (vt Lisa 5).

Muutujaid (konstrukte) on mõõdetud erinevatel skaaladel. Enamik muutujaid on mõõdetud 1-10-punktilisel skaalal, mis näitab töötajate tajumist erinevate aspektide kohta. Samas on palgaga rahulolu mõõdetud 1-5-punktilisel skaalal. Mõned muutujad on mõõdetud "jah/ei" skaalal, näidates, kas teatud tingimused on töötaja jaoks olemas või mitte.

Lisaks keskmistele on tabelis esitatud ka standardhälbed, mis näitavad kõrvalekaldeid keskmistest. Need annavad ülevaate muutujate jaotusest ja aitavad hinnata andmete dispersiooni.

Kogu selle informatsiooni abil saame paremini mõista uuringu valimi erinevate aspektide keskmisi väärtusi ning hinnata nende muutujate jaotust ja variatsiooni. Tabel 9 kirjeldab uuringu valimi profiili, kus osales 102 töötajat. Nende keskmine tööstaaž on 14,36 kuud, standardhälve on 10,42 kuud. Minimaalne töösuhte pikkus on umbes üks kuu, samas kui maksimaalne on 48 kuud.

Andmete mood on 18 kuud, mis näitab, et see on vastajate seas kõige levinum töösuhte pikkus. Valimis osalevate töötajate seas on 21,6% mehi (N = 22) ja 78,4% naisi (N = 80). Vanusejaotus näitab, et 1,96% töötajatest on alla 20-aastased (N = 2), 74,51% on vanuses 20-24 (N = 76), 20,59% on vanuses 25-29 (N = 21) ja 2,94% on vanuses 30-39 (N = 3). Haridustaseme lõikes on 4,9% töötajatest põhiharidusega (N = 4), 50% keskharidusega (N = 51), 17,6% kutseharidusega (N =

18) ja 28,4% kõrgharidusega (N = 29). Perekonnaseisu poolest on valimis 13,9% abielus töötajaid (N = 14), 51,5% vallalisi (N = 52), 1% lahutatud (N = 1) ja 33,7% suhtes olevaid töötajaid (N = 34). Hõivatuse aspektist töötab 46,1% valimi töötajatest täistööajaga (N = 47) ja 53,9% osalise tööajaga (N = 55). Sellest tulenevalt on uuringus käsitletud töötajate grupp esinduslik ja mitmekesine, mis võimaldab saada laiapõhjalisi tulemusi töötajate heaolu ja siseturunduse seoste kohta.

Tabel 9. Valimi kirjeldav statistika (N=102)

Omadused	Kategooria	N	%
Sugu	Mehed	22	21.6%
	Naised	80	78.4%
Vanus	Vähem kui 20 aastat	2	1.96%
Haridus	20-24 aastat	76	74.51%
	25-29 aastat	21	20.59%
	30-39 aastat	3	2.94%
Perekonnaseis	Põhiharidus	4	4.9%
	Keskkooliharidus	51	50%
	Kutseharidus	18	17.6%
	Kõrgharidus	29	28,4%
Töösuhtestatus	Abielus	14	13,9%
	Vallaline	52	51,5%
	Lahutatud	1	1%
	Suhtes	34	33,7%
Hõivatus	Täistööaeg	47	46,1%
	Osaline tööaeg	55	53,9%

Allikas: (Autori koostatud)

Kokkuvõttes valiti kõik need muutujad uuringusse, kuna need esindavad töötajate rahulolu, motivatsiooni ja heaolu olulisi aspekte kliendi sisemisest orientatsioonist lähtuvalt. Analüüsides neid tegureid saavad organisatsioonid väärtuslikke teadmisi oma tööjõu kohta, teha kindlaks valdkonnad, mida tuleks parendada, ja töötada välja strateegiad töötajate üldise rahulolu ja tulemuslikkuse suurendamiseks.

Selleks, et uurida töötajate arusaamu ja kogemusi ettevõttesisesest turundusest ja heaolust ettevõttes, kasutati süvaintervjuu meetodit, et saada üksikasjalikku ja põhjalikku teavet vastajate arvamuste, tunnete, motivatsioonide, ootuste, probleemide ja vajaduste kohta. Intervjuu koosnes 22 küsimusest, mis olid välja töötatud kolme peamise uurimishüpoteesi ümber:

Iga intervjuu küsimus oli suunatud ühe või mitme uurimishüpoteesi kontrollimiseks, samuti lisateabe väljaselgitamiseks töötajate olukorra, probleemide, vajaduste ja ootuste kohta. Allpool on toodud iga küsimuse üksikasjalik kirjeldus ja selle seos uurimishüpoteesidega:

1. Kuidas hindate oma rahulolu palgaga, töökeskkonnaga ja ettevõttepoolse toetusega?

See küsimus aitab hinnata töötajate heaolu taset nende materiaalse, sotsiaalse ja psühholoogilise heaolu seisukohast. See aitab kontrollida hüpoteesi 1 ja osaliselt hüpoteesi 2.

2. Mis te arvate, kuidas teie tööstaaž ettevõttes mõjutab teie heaolu ja tööga rahulolu?

See küsimus aitab uurida sisekommunikatsiooni mõju töötajate heaolule nende enda arvamuse ja hinnangu kaudu. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

3. Kuidas tajute ettevõtte siseturundust? Kuidas see mõjutab teie tööga rahulolu ja heaolu?

See küsimus aitab uurida, kuidas töötajad tajuvad ettevõtte siseturundust ja selle mõju nende rahulolule ja heaolule. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

4. Kui rahul te olete oma praeguse rolli ja kohustustega? Kui suures ulatuses tunnete, et panustate oma töösse maksimaalselt jõudu ja entusiasmi?

See küsimus aitab hinnata töötajate rahulolu oma praeguste rollide ja kohustuste osas ning nende tööle pühendumise taset. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

5. Kuidas saate hakkama tööstressi ja koormusega? Kas olete märganud, et aja jooksul teie võime nendega toime tulla halveneb?

See küsimus aitab uurida, kuidas töötajad stressi ja koormustega toime tulevad ning kas nad on märganud nende võimekuse langust aja jooksul. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

6. Mis te arvate, mida ettevõtte saaks teha teie tööga rahulolu ja heaolu parandamiseks?

See küsimus aitab tuvastada töötajate vajadusi ja nende ootusi ettevõttelt ning pakkuda soovitusi sisemise turunduse parandamiseks ja töötajate heaolu suurendamiseks. See aitab kontrollida hüpoteesi 3 ja annab praktilisi soovitusi ettevõttele.

7. Kas olete märganud kolleege, kes teie arvates on "quiet quitters"? Kui jah, siis millised tegurid teie arvates võivad selgitada nende käitumist?

See küsimus aitab uurida "quiet quitting" nähtust, kus töötajad ei väljenda oma rahulolematust ega kavatsust lahkuda, kuid vähendavad järk-järgult oma produktiivsust ja pühendumist. See aitab tuvastada selle nähtuse põhjuseid ja tagajärgi ning võimalikke ennetamise või vähendamise viise. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja annab praktilisi soovitusi ettevõttele.

8. Millised tööaspektid pakuvad teile rahulolu?

See küsimus aitab hinnata, millised aspektid töötajate töös neid rahuldavad, sealhulgas sisu, tingimused, suhted, tulemused jne. See aitab kontrollida hüpoteesi 1 ja osaliselt hüpoteesi 2.

9. Kuidas hindate oma tootlikkust tööol?

See küsimus aitab hinnata töötajate tootlikkuse taset ja sellega seotud tegureid. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

10. Millised ettevõtte tööaspektid/ töö tavad võiksid teie motivatsiooni tõsta?

See küsimus aitab tuvastada, millised ettevõtte tavade muudatused võiksid suurendada töötajate motivatsiooni. See aitab kontrollida hüpoteesi 3 ja annab praktilisi soovitusi ettevõttele.

11. Kui tihti suhtlete kolleegidega?

See küsimus aitab hinnata töötajate sisemise suhtluse tihedust ja selle mõju koostööle, teabe jagamisele, koolitusele ja arendusele, probleemide lahendamisele ja konfliktidele, usalduse loomisele ja toetusele. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

12. Kuidas hindate koostoime kvaliteeti ettevõtte juhtkonnaga?

See küsimus aitab hinnata töötajate suhtlust juhtkonnaga ja selle mõju nende motivatsioonile, tunnustamisele, tagasisidele, karjäärivõimalustele, osalemisele otsustusprotsessides, lojaalsusele ja kuuluvusele. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

13. Kas on mingeid sisemisi suhtlusvahendeid, mida te kasutate?

See küsimus aitab tuvastada, milliseid sisekommunikatsiooni vahendeid töötajad kasutavad ja kuidas nad hindavad nende tõhusust, kättesaadavust, mugavust, usaldusväärsust ja turvalisust. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

14. Kuidas hindate oma teadmisi ettevõtte eesmärkide ja strateegiatega?

See küsimus aitab hinnata töötajate teadlikkust ettevõtte eesmärkidest ja strateegiatest ning nende vastavust nende enda eesmärkidele ja strateegiatele. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

15. Millised on teie arvates ettevõtte prioriteedid?

See küsimus aitab tuvastada, milliseid prioriteete ja väärtusi töötajad ettevõttele omistavad ning kuidas need vastavad või on vastuolus nende enda prioriteetide ja väärtustega. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

16. Milliseid meetmeid ettevõtte rakendab oma eesmärkide ja strateegiate paremaks mõistmiseks?

See küsimus aitab tuvastada, milliseid meetmeid ja sisekommunikatsiooni tavasid Studioworks rakendab, et suurendada töötajate teadlikkust ja kaasatust ettevõtte eesmärkidesse ja strateegiatesse, ning kuidas töötajad hindavad nende tõhusust, kasulikkust, piisavust ja õigeaegsust. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

17. Kuidas hindate töötingimusi (ohutus, töökoha mugavus)?

See küsimus aitab hinnata töötajate heaolu taset füüsilise ja emotsionaalse heaolu seisukohast. See aitab kontrollida hüpoteesi 1 ja osaliselt hüpoteesi 2.

18. Kas ettevõttel on töötajate tervise eest hoolitsemiseks toimiv poliitika (näiteks füüsilise vormi programmid)?

See küsimus aitab tuvastada, milliseid meetmeid ja sisekommunikatsiooni tavasid Studioworks rakendab töötajate tervise ja heaolu eest hoolitsemiseks, ning kuidas töötajad hindavad nende

tõhusust, kasulikkust, kättesaadavust ja atraktiivsust. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

19. Milliseid meetmeid rakendatakse tööõhkkonna parandamiseks?

See küsimus aitab tuvastada, milliseid meetmeid ja sisekommunikatsiooni tavaid Studioworks rakendab tööõhkkonna parandamiseks ja töötajate rahulolu ja heaolu suurendamiseks, ning kuidas töötajad hindavad nende tõhusust, kasulikkust, piisavust ja õigeaegsust. See aitab kontrollida hüpoteesi 2 ja osaliselt hüpoteesi 3.

20. Kuidas hindate oma tööga rahulolu taset?

See küsimus aitab hinnata töötajate rahulolu oma tööga üldiselt ja tuvastada tegureid, mis seda suurendavad või vähendavad. See aitab kontrollida hüpoteesi 1 ja osaliselt hüpoteesi 2.

21. Mida saaks teie töös parandada, et olla veelgi rahulolevam?

See küsimus aitab tuvastada töötajate vajadusi ja ootusi oma töö suhtes ning pakkuda soovitusi tingimuste, sisu, suhete, tulemuste jne parandamiseks. See aitab kontrollida hüpoteesi 3 ja annab praktilisi soovitusi ettevõttele.

22. Kas on mingeid töö aspekte, mis põhjustavad rahulolematust?

See küsimus aitab tuvastada tööaspekte, mis põhjustavad töötajates rahulolematust või frustratsiooni, ning nende põhjuseid ja tagajärgi. See aitab kontrollida hüpoteesi 1 ja osaliselt hüpoteesi 2.

Intervjuude küsimused aitavad uurida töötajate heaolu, töörahulolu ja motivatsiooni erinevaid aspekte. Küsimused on suunatud konkreetsete uurimishüpoteeside kontrollimisele, mis võimaldab saada sügavamalt arusaamist töötajate vajadustest, ootustest ja probleemidest. Küsimuste analüüs aitab tuvastada töötajate heaolu ja töörahulolu mõjutavaid tegureid.

Tulemused aitavad uurimisel paremini mõista töötajate vajadusi ja ootusi. See võimaldab uurijatel tuvastada töötajate heaolu, töörahulolu ja motivatsiooni mõjutavaid tegureid. Lisaks aitab see kindlaks teha, millised muudatused võiksid suurendada töötajate motivatsiooni. See teave on oluline, kuna see võib aidata välja töötada tõhusaid strateegiaid töötajate heaolu ja töörahulolu parandamiseks ning töötajate voolavuse vähendamiseks. Samuti võib see aidata uurijatel paremini mõista “quiet quitting” nähtust ja leida võimalikke viise selle ennetamiseks või vähendamiseks.

Seega, see teave aitab mitte ainult parandada tavaid, vaid ka edendada teaduslikku arusaamist töötajate heaolu ja töörahulolu kohta.

2.4. Tulemused

2.4.1. Kvantitatiivsed tulemused

Uurija on läbi viinud analüüsi, kasutades muutujaid, et testida seoseid erinevate tegurite vahel, mis mõjutavad töötajate rahulolu, heaolu ja üldist töökogemust. Korrelatsioonanalüüs aitab autoril määrata ja kvantifitseerida üksikute muutujate paaride vahelise seose tugevust ja suunda. See meetod pakkus tõendeid konkreetsete hüpoteeside kohta ja võimaldas määrata, millised muutujad on omavahel oluliselt seotud. Analüüsis juhinduti kolmest põhilisest hüpoteesist, mis tekkisid vastava kirjanduse läbivaatamisel ja muutujate vaheliste võimalike seoste mõistmisel. Hüpoteese testiti vastavate muutujate ja nende pindalamuutujate korrelatsioonide uurimisel. Esitatud korrelatsioonitabelid näitavad analüüsi tulemusi, kus on välja toodud muutujate vaheliste seoste tugevus ja suund.

Hüpotees 1: Üldine töötajate rahulolu ja heaolu on seotud palga rahuloluga ning töökeskkonna ja toetusega.

Tabel 10. Korrelatsioonitabel hüpoteesi 1 jaoks.

Muutujad	ρ	p (2-tailed)
Töötaja heaolu ja palgaga rahulolu	0.43	<.001
Töötaja heaolu ja töökeskkond ja tugi	0.26	.009
Töörahulolu ja palgaga rahulolu	0.55	<.001
Töörahulolu ja töökeskkond ja tugi	0.33	.001

Allikas: (Autori koostatud)

Hüpotees 1: Autor eeldas, et üldine töötaja rahulolu ja heaolu on seotud palgaga rahulolu ning töökeskkonna ja toetusega. Analüüs näitas olulisi positiivseid korrelatsioone töötaja heaolu ja nii palga rahulolu kui ka töökeskkonna ja toetuse vahel. Sarnaselt oli ka töörahulolu positiivselt seotud nii palga rahulolu kui ka töökeskkonna ja toetusega. Need leiud kattuvad varasemate uuringutega, mis viitavad, et palgaga rahulolu ja toetava töökeskkonna omamine on töötaja heaolu ja üldise töörahulolu säilitamiseks oluline (nt Lambert, 2001; Rhoades & Eisenberger, 2002).

Hüpotees 2: Töötajate heaolu väheneb koos töösuhte kestuse pikenemisega.

Tabel 11. Korrelatsioonitabel hüpoteesi 2 jaoks.

Muutujad	ρ	p (2-tailed)
Staaž ja töötajate heaolu	-0.31	.002

Allikas: (Autori koostatud)

Hüpotees 2: Autor pakkus hüpoteesiks, et töötaja heaolu väheneb koos teenistusaja pikenemisega. Analüüs näitas olulist negatiivset seost teenistusaja ja töötaja heaolu vahel. See tulemus näitab, et mida rohkem aega töötajad organisatsioonis veedavad, seda tõenäolisemalt nende heaolu väheneb. See on kooskõlas varasemate uuringutega, mis näitavad, et kauem organisatsioonis töötanud töötajad võivad olla vastuvõtlikumad läbipõlemisele ja töörahulolu vähenemisele (nt Lee & Ashforth, 1996; Maslach, 2001).

Hüpotees 3: Töörahulolu ja töötajate heaolu on positiivselt seotud siseturundusega.

Tabel 12. Korrelatsioonitabel hüpoteesi 3 jaoks.

Muutujad	ρ	p (2-tailed)
Siseturundus ja töörahulolu	0.5	<.001
Töötajate heaolu ja siseturundus	0.49	<.001

Allikas: (Autori koostatud)

Hüpotees 3: Autor eeldas, et töörahololu ja töötaja heaolu oleksid positiivselt seotud siseturundusega. Analüüs näitas olulisi positiivseid seoseid siseturunduse ja nii töörahololu kui ka töötaja heaolu vahel. Need leiud viitavad sellele, et tõhusad siseturunduse strateegiad võivad suurendada töötajate rahulolu ja heaolu, parandades kommunikatsiooni, viies töötajad kooskõlla ettevõtte eesmärkidega ning soodustades ühtekuuluvustunnet (nt Lings & Greenley, 2005; Gounaris, 2008).

ρ on Spearmani korrelatsioonikordaja, mis näitab lineaarset seost kahe muutuja vahel. ρ väärtus võib ulatuda -1 kuni 1. Ning 1 või -1 lähedane väärtus näitab tugevat korrelatsiooni, samas kui 0 lähedane väärtus näitab puuduvat või nõrka korrelatsiooni. Positiivne ρ väärtus näitab muutujate vahel otsest korrelatsiooni (kui üks muutuja suureneb, suureneb ka teine), samas kui negatiivne ρ väärtus näitab pöördkorrelatsiooni (kui üks muutuja suureneb, teine väheneb).

p (2-tail) on kahepoolne p-väärtus, mida kasutatakse korrelatsiooni statistilise tähenduslikkuse testimiseks. P-väärtus esindab tõenäosust, et saadud tulemused võivad olla juhuslikud, kui nullhüpotees (korrelatsiooni puudumine) on tõene. Tavaliselt võrreldakse p-väärtust olulisustasemega (nt 0,05 või 0,01), et määrata, kas korrelatsioon on statistiliselt oluline. Kui p-väärtus on väiksem kui olulisuse tase, siis korrelatsiooni peetakse statistiliselt oluliseks ja teadlane võib tagasi lükata nullhüpoteesi. Selles uuringus on kõik p-väärtused väiksemad kui 0,05, mis näitab kõigi kolme hüpoteesi muutuja vahelise korrelatsiooni statistilist olulisust.

2.4.2. Kvalitatiivsed tulemused

Intervjuudest kerkisid esile järgmised ühised teemad (vt Lisa 1):

- Töörahololu ja töötaja heaolu: Osalejad rõhutasid tööandja tunnustuse ja toetuse tähtsust, mis aitavad kaasa nende rahulolule ja healole. Nad soovitasid paremat suhtlemist, võimalusi kasvamiseks ja arenguks ning positiivset töökeskkonda, et parandada nende töörahololu ja heaolu.
- Töökeskkond ja tugi: Intervjuudest kerkis esile toetava töökeskkonna olulisus, sealhulgas selged ootused, piisavad ressursid ja võimalused oma tugevuste rakendamiseks tööl.

- Siseturundus: Osalejad rõhutasid tõhusa sisemise turunduse algatuste tähtsust, mis aitavad neil paremini mõista ettevõtte eesmärke ja strateegiaid, mis omakorda mõjutab nende töörahulolu ja heaolu.
- Tööstaaž ja töökogemus: Mõned osalejad märkisid, et pikema tööstaažiga on neil välja kujunenud parimad strateegiad stressi ja töökoormusega toimetulekuks, kuid mainisid ka, et nende heaolu võib väheneda töö rutiinsuse või kasvuvõimaluste puudumise tõttu.
- Stressi ja töökoormusega toimetulek: Intervjuudest jagati erinevaid strateegiaid stressi ja töökoormusega toimetulekuks, nagu kolleegide toetuse otsimine, keskendumine isiklikule arengule ning tervisliku töö- ja eraelu tasakaalu säilitamine.

Intervjuude käigus tõusid esile olulised teemad. Osalejad rõhutasid töörahulolu ja heaolu, toonitades tööandja tunnustuse, suhtluse ja positiivse töökeskkonna tähtsust. Samuti tõsteti esile toetava töökeskkonna ja tõhusa siseturunduse olulisust. Osalejad jagasid kogemusi, kuidas pikem tööstaaž mõjutab stressi ja toimetulekustrateegiaid ning rõhutasid tervisliku töö- ja eraelu tasakaalu tähtsust. Leitud teemad annavad ülevaate töötajate vajadustest, pakkudes alust edasiste parandusmeetmete kaalumiseks.

3. TULEMUSTE TÕLGENDAMINE JA ETTEPANEKUD

3.1. Tulemuste tõlgendamine

Kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete tulemuste tõlgendamiseks ja sünteesimiseks on oluline eraldi käsitleda iga hüpoteesi või uurimisküsimust.

3.1.1. Esimese hüpoteesi tulemuste tõlgendamine

Hüpotees 1: Üldine töötajate rahulolu ja heaolu on seotud palga rahuloluga ning töökeskkonna ja toetusega.

Vaadeldud seoste võimalikud põhjused:

- Töötajad, kes on oma palgaga rahul, võivad tunda end väärtustatuna, mis toob kaasa üldise rahulolu ja heaolu suurenemise.
- Toetav ja positiivne töökeskkond võimaldab töötajatel paremini toime tulla tööstressiga ja tunda end rohkem tööga seotuna, mis omakorda suurendab rahulolu ja heaolu.

Kvantitatiivsed tulemused:

- Töötaja heaolu on positiivses korrelatsioonis palgarahuloluga ($\rho = 0.43$, $p < .001$) ning töökeskkonna ja toetusega ($\rho = 0.26$, $p = .009$).
- Tööga rahulolu on positiivses korrelatsioonis palgarahulolu mõjuga ($\rho = 0.55$, $p < .001$) ning töökeskkonna ja toetusega ($\rho = 0.33$, $p = .001$).

Kvalitatiivsed tulemused:

- Palk ja karjäärivõimalused: Töötajaid motiveerib konkurentsivõimeline palk ja karjäärivõimalused.
- Töö- ja eraelu tasakaal ning stressimaandamine: Tervislik töö- ja eraelu tasakaal on töötajate heaolu seisukohalt oluline. Liigne töökoormus, stress ja väsimus võivad negatiivselt mõjutada tootlikkust ja rahulolu. Töötajad hindavad vaba aega ja võimalust nädalavahetustel töölt eemal olla.
- Kommunikatsioon ja koostöö: Tõhus suhtlemine kolleegide ja juhtkonnaga on töötajate rahulolu seisukohalt oluline. Samuti väärtustavad töötajad ettevõtte eesmärkide ja strateegia mõistmist ning mürgise atmosfääri puudumist.
- Töötingimused ja toetus: Mugav, turvaline ja toetav töökeskkond on töötajate heaolu ja rahulolu seisukohalt oluline. See hõlmab probleemide, nagu kontori temperatuuri, lahendamist ja võimaluste pakkumist füüsiliseks tegevuseks.
- Paindlikkus ja juhtimise reageerimisvõime: Töötajad hindavad paindlikke graafikuid ja juhtkonna kiiret reageerimist nende küsimustele või muredele. Samuti soovivad töötajad rohkem tähelepanu pöörata töötajate tagasisidele ja paremat arusaamist töötajate panusest.
- Tööstaaž ja töökoormus: Tööstaaž võib suurendada kindlustunnet, kuid töötajad ootavad ettevõttes liikudes palgatõusu. Töökoormus peaks olema töötajate vahel õiglaselt jagatud ning palk peaks kajastama töökoormust.
- Sotsiaalne suhtlus ja ettevõtte kultuur: Sõbralik ja toetav ettevõttekultuur, kus on võimalused sotsiaalseks suhtlemiseks ja meeskonnatööks, on oluline töötajate rahulolu ja heaolu jaoks.

Tõlgendamine ja süntees: Kvantitatiivse analüüsi positiivseid korrelatsioone toetavad kvalitatiivsed leiud. Mõlemad analüüsid viitavad sellele, et palgaga rahulolu ja töökeskkonna ning toetuse parandamine võib suurendada üldist töötajate rahulolu ja heaolu.

3.1.2. Teise hüpoteesi tulemuste tõlgendamine

Hüpotees 2: Töötajate heaolu väheneb koos töösuhte kestuse suurenemisega.

Potentsiaalsed põhjused täheldatud suhetele: Mida kauem töötajad ettevõttes töötavad, seda suuremaks võivad muutuda nende tööalased nõudmised ja vastutus, mis võib põhjustada suuremat stressitaset ja vähendada töötajate heaolu. Pikaajased töötajad võivad aja jooksul muutuda vähem entusiastlikeks oma töö suhtes, mis võib mõjutada negatiivselt nende heaolu.

Kvantitatiivsed tulemused:

Tööstaaž korreleerub negatiivselt töötaja heaoluga ($\rho = -0,31$, $p = .002$).

Kvalitatiivsed tulemused:

- Töö- ja eraelu tasakaal on häiritud: Pikaajastel töötajatel võivad kogeda suurimat stressi ja läbipõlemist töö- ja eraelu tasakaalu häirimise tõttu, eriti öövahetuste või ebakorrapärase töögraafikute korral. Stabiilne töögraafik ja parem töö- ja eraelu tasakaal võivad pikaajaste töötajate heaolu parandada.
- Suur vastutus ja töökoormus: Tööstaaži suurenemisega võib kaasneda suurem vastutus ja töökoormus, mis omakorda võib põhjustada suuremat survet ja läbipõlemist. Ehkki töötajad võivad oma töös muutuda efektiivsemaks, võib ebaproportsionaalne palgatõus vähendada motivatsiooni ja töörahulolu.
- Soov paindlikkuse ja ennustatavuse järele: Pikaajased töötajad võivad soovida oma töögraafikutes rohkem stabiilsust ja prognoositavust, mis võib mõjutada nende heaolu. Kui töötajad püsivad ettevõttes pikemat aega, võivad nad soovida oma töökorraldustes rohkem paindlikkust, et tasakaalustada oma töö- ja isiklikku elu.
- Ekstreemne tasu suurenenud vastutuse eest: Kui töötajad arenevad ettevõttes ja võtavad endale rohkem vastutust, ei pruugi nad saada proportsionaalset palgatõusu, mis võib vähendada motivatsiooni ja töörahulolu. Palga ebavõrdsus võib avaldada töötajatele demotiveerivat mõju, kahjustades nende heaolu.

- Kõrged personali volavusmäärad: Tööstaaži ja töötaja heaolu negatiivne korrelatsioon võib kaasa tuua suurema volavuse ettevõttes, kuna töötajad võivad ajapikku muutuda vähem motiveerituks ja seotuks oma tööga.

Tulemuste tõlgendamine ja süntees: Kvantitatiivse analüüsi leitud negatiivset korrelatsiooni toetavad ka kvalitatiivsed leiud. Mõlemad analüüsid näitavad, et töötajate kogemuste kasvades organisatsioonis väheneb nende heaolu, rõhutades vajadust sekkumiste järele, mis on suunatud erineva kogemustasemega töötajatele.

3.1.3. Kolmanda hüpoteesi tulemuste tõlgendamine

Hüpotees 3: Tööraahulolu ja töötajate heaolu on positiivselt seotud siseturundusega.

Täheldatud seoste potentsiaalsed põhjused:

- Tõhusad siseturunduse tavad, nagu selged kommunikatsioonistrateegiad ja eesmärkidest teavitamine, aitavad töötajatel mõista oma rolli organisatsioonis, mis võib suurendada nende tööraahulolu ja heaolu taset.
- Siseturunduse algatused, mis soodustavad töötajate kaasamist ja tunnustamist, võivad tugevdada ühtekuuluvustunnet ning suurendada rahulolu ja heaolu taset.

Kvantitatiivsed tulemused:

Siseturundus on positiivses korrelatsioonis tööraahuloluga ($\rho = 0,5$, $p < 0,001$) ja töötajate healuga ($\rho = 0,49$, $p < 0,001$).

Kvalitatiivsed tulemused:

- Avatud kommunikatsioon ja tagasiside: Töötajad hindavad avatud suhtlust ja võimalust väljendada oma arvamust. Ettevõtte, mis seavad esikohale suhtlemise ja julgustavad töötajaid tagasisidet andma, loovad positiivse töökeskkonna, mis suurendab tööraahulolu ja heaolu.
- Tunnustamine ja preemiad: Töötajad väärtustavad töö eest tunnustamist ning tasusid preemiate ja muude hüvede kujul. Tõhusad siseturu turundusstrateegiad, mis rõhutavad tunnustamist ja hüvesid, parandavad tööraahulolu ja töötaja heaolu.

- Toetav ettevõttekultuur: Toetav ettevõttekultuur, mis väärtustab meeskonnatööd, lahendustele orienteeritud lähenemist ja mürgivaba õhkkonda, aitab kaasa töötajate heaolule ja töörahulolule. Ettevõtted, kes investeerivad positiivse töökultuuri loomisesse, omavad tõenäolisemalt rahulolevaid ja kaasatud töötajaid.
- Töötingimused ja füüsiline keskkond: Töötajad hindavad puhtaid, mugavaid ja ohutuid töötingimusi. Ettevõtted, kes pakuvad positiivset füüsilist töökeskkonda koos töötajate tervist ja heaolu edendavate vahendite ja tegevustega, näevad tõenäoliselt suuremat töörahulolu.
- Paindlikkus ning töö- ja eraelu tasakaal: Töötajad hindavad paindlikku tööaega, õiglast tasu ning võimalusi karjääri kasvuks. Ettevõtted, mis tegelevad nende vajadustega, suurendavad veelgi töörahulolu ja töötaja heaolu.
- Töötajate murede lahendamine: Töötajatel võivad siiski olla mured või valdkonnad, kus nende arvates on vaja parandusi, näiteks vahetundide suurendamine või juhtide parem tasustamine. Nende murede lahendamine võib samuti kaasa aidata töörahulolu ja töötaja heaolu suurendamisele.

Tulemuste tõlgendamine ja süntees: Kvantitatiivse analüüsi positiivsed korrelatsioonid on kinnitatud kvalitatiivsete leidudega. Mõlemad analüüsid viitavad sellele, et tõhusad siseturunduse tavad suurendavad töörahulolu ja töötaja heaolu taset.

3.2. Praktilised soovitusel ettevõtetel

Selle osa eesmärk on aidata organisatsioonidel parandada töötajate heaolu ja töörahulolu, pakkudes praktilisi soovitusi ja strateegiaid, mida rakendada.

Alljärgneval soovitusel on suunatud järgmiste valdkondade täiustamisele:

- Keskendumine palgarahulolule ja töökeskkonnale: Uuringu tulemused näitavad, et töötajate üldine rahulolu ja heaolu on seotud palgarahuloluga ning töökeskkonna ja toetusega. Organisatsioonid peaksid tagama, et nad pakuvad töötajatele

konkurentsivõimelist palka ja hüvesid, regulaarselt kontrollides ja kohandades kompensatsioonipakette vastavalt tööstusharu standarditele ja individuaalsetele töötulemustele. Lisaks peaksid organisatsioonid investeerima positiivse, turvalise ja toetava töökeskkonna loomisse, kontoritingimustega seotud mistahes murede lahendamisse ning töötajatele stressi maandamiseks ning töö- ja eraelu tasakaalu saavutamiseks vahendite pakkumisse.

- Tegelemine organisatsioonis kauaaegsete töötajate ees seisvate väljakutsetega: Tulemused näitavad, et töötajate heaolu väheneb tööstaaži suurenedes. Selle suundumuse parandamiseks peaksid organisatsioonid pakkuma pikaajalistele töötajatele karjäärivõimalusi, koolitust ja ametialast arengut. Lisaks peaksid ettevõtted regulaarselt üle vaatama töötajate töökoormuse ja vastutuse, tagades nende juhtimise ja jaotamise. Paindlikkuse pakkumine töögraafikutes ja töökorraldustes ning suurenema vastutuse tunnustamine ja tasustamine võivad aidata parandada kogenud töötajate heaolu.
- Siseturundustegevuse tugevdamine: Positiivne seos töö rahulolu, töötajate heaolu ja sisemise turunduse vahel rõhutab organisatsioonide vajadust töötada välja ja rakendada tõhusaid siseturunduse strateegiaid. Need strateegiad peaksid hõlmama ettevõtte eesmärkide ja strateegiate selget tutvustamist, töötajate regulaarset tagasisidet, hea töö tunnustamist ja premeerimist ning positiivse ettevõttekultuuri edendamist. Rakendades PERMA mudelit, saavad organisatsioonid keskenduda positiivsetele emotsioonidele, kaasatusele, suhetele, tähendusele ja saavutustele, et parandada töötajate heaolu ja rahulolu tööga.
- Töötajate vajaduste ja murede lahendamiseks strateegiate kohandamine: Organisatsioonid peaksid regulaarselt läbi viima töötajate uuringuid ja hindamisi, et tuvastada valdkonnad, mida töökeskkond, toetus ja tööga rahulolu parandavad. See teave võib olla aluseks sihipäraste sisemiste turundusstrateegiate väljatöötamisele, mis aitavad lahendada töötajate konkreetseid muresid, luues positiivse töökeskkonna ja parandades töötajate heaolu.
- Siseturunduse strateegiate tõhususe jälgimine ja hindamine: organisatsioonid peaksid regulaarselt hindama oma sisemiste turundusstrateegiate tõhusust töötajate heaolu seisukohast. Seda on võimalik saavutada pideva andmete kogumise, analüüsimise ja valdkonna parimate tavade ja näitajate võrdlemise kaudu. Organisatsioonid saavad oma siseturundustrateegiate jõupingutusi pidevalt jälgides ja kohandades tagada, et nad edendavad tõhusalt töötajate heaolu ja vähendavad tööjõu voolavust.

Kokkuvõttes peaksid organisatsioonid keskenduma palga hindamise, töökeskkonna ja toe parandamisele, lahendama kauaaegsete töötajate ees seisvaid ainulaadseid väljakutseid ning tugevdama siseturunduse jõupingutusi töötajate heaolu edendamiseks. Neid soovitusi rakendades saavad organisatsioonid luua positiivsema ja toetavama töökeskkonna, mis toob kaasa töötajate parema rahulolu, heaolu ja säilimise.

KOKKUVÕTE

Käesoleva töö eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas siseturunduse strateegiad mõjutavad teenindussektori organisatsioonide töötajate heaolu ja rahulolu ning teha ettepanekuid ettevõtetele. Põhjaliku kirjanduse ülevaate, kvantitatiivse analüüsi ja kvalitatiivse uurimuse kaudu püüti mõista töötajate rahulolu ja heaolu aluseks olevaid tegureid ning tuvastada strateegiaid, mis aitaksid edendada positiivset töökeskkonda.

Uuringu peamised tulemused, sealhulgas hüpoteeside testimise tulemused, võib kokku võtta järgmiselt:

Hüpotees 1: Töötajate üldise rahulolu ja heaolu ning palgaga rahulolu ja töökeskkonna ja toe vahel leiti oluline positiivne korrelatsioon.

Hüpotees 2: Töötajate heaolu ja staaži vahel leiti oluline negatiivne korrelatsioon, mis näitab, et suurenenud staažiga kaasneb heaolu vähenemine.

Hüpotees 3: Tööga rahulolu ja töötajate heaolu vahel leiti siseturundusega positiivne korrelatsioon.

Lähtudes autori leidudest pakuti järgmised järeldused ja soovitused:

- Ettevõtte peaks seadma esikohale õiglase kompensatsiooni ning tagama, et töötajate heaolu ja rahulolu suurendamiseks tegeletaks palgarahuloluga.
- Toetava töökeskkonna loomine on töötajate heaolu ja rahulolu edendamiseks hädavajalik. Organisatsioonid peaksid investeerima positiivse töökultuuri loomisse, avatud suhtlusesse ja meeskonnatöö algatustesse.
- Siseturundusstrateegiate ja kommunikatsiooni kohandamine töötajate eelistuste ja vajadustega võib avaldada positiivset mõju töörahulolule ja healole.

- Ettevõtted peaksid pöörama tähelepanu tööstaaži võimalikule negatiivsele mõjule töötajate heolule ning töötama välja erineva kogemustasemega töötajatele suunatud sekkumisi.

Käesoleva uuringu tulemused ja soovitused on praktilise tähtsusega organisatsioonidele, kes soovivad parandada oma siseturunduse strateegiaid ja edendada töötajate heaolu. Pakutud strateegiate rakendamisel saavad ettevõtted luua positiivsema töökeskkonna. Lisaks võivad tulemused olla kasulikud akadeemilises kontekstis, pakkudes alust edasisteks uuringuteks siseturunduse ja töötajate heaolu vaheliste seoste kohta. Võimalike edasiste uurimissuundade hulka kuuluvad erinevate majandusharude ja geograafiliste piirkondade võrdlev analüüs, et mõista, kuidas kultuur ja majandus mõjutavad siseturunduse ja töötajate heaolu seoseid. Samuti võiks tulevikus uurida siseturunduse ja töötajate heaolu vahelisi seoseid erinevate demograafiliste tegurite, näiteks vanuse, soo ja haridustaseme järgi.

Kokkuvõttes on see uurimus andnud väärtuslikke teadmisi töötajate rahulolu, heaolu ja sisekommunikatsiooni tavade vahelistest seostest. Peamised leiud näitavad, et töötajate üldine rahulolu ja heaolu on seotud palgarahuloluga ning töökeskkonna ja toetusega. Lisaks väheneb töötajate heaolu staaži suurenedes, rõhutades vajadust sihipäraste sekkumiste järele, et lahendada kauaaegsete töötajate ees seisvaid ainulaadseid probleeme. Uurimus leidis positiivse seose töörahulolu, töötajate heaolu ja sisekommunikatsiooni vahel, rõhutades tõhusate sisekommunikatsiooni strateegiate olulisust positiivse töökeskkonna ja töötajate heaolu edendamisel.

Need leiud panustavad valdkonda, toetudes olemasolevatele teooriatele, nagu sisekommunikatsiooni kesksed kontseptsioonid (IM), sisekommunikatsioon ettevõttes (IMO), sotsiaalne vahetusteooria (SET), sidusrühmade teooria, töö iseloomu mudel (JCM), sotsiaalse info töötlemise teooria (SIPT), enesemääramise teooria (SDT), töö nõudmiste-ressursside (JD-R) mudel, kommunikatsiooni kohandamise teooria (CAT), transformatsiooniline juhtimine ja PERMA mudel. Uurimuse tulemused annavad organisatsioonidele praktilisi soovitusi töötajate heaolu edendamisele suunatud sisekommunikatsiooni strateegiate arendamiseks ja rakendamiseks.

Potentsiaalsed tulevikusuunad selles valdkonnas hõlmavad:

- Erineva suurusega siseturunduse algatuste mõju uurimine töötajate heaolule, rahulolule ja hoidmisele, mis võimaldab üksikasjalikumat mõista, millised strateegiad on kõige tõhusamad.
- Erinevate demograafiliste tegurite nagu vanus, sugu ja kultuuriline taust, mõju uurimine siseturunduse, töötajate heaolu ja töörahulolu seoste.
- Organisatsiooni juhtimisstiilide rolli ja nende mõju uurimine siseturunduse strateegiate tõhususele ja töötajate heaolule.
- Siseturunduse sekkumiste pikaajalise mõju uurimine töötajate heaolu määradele, andes ülevaate selliste strateegiate jätkusuutlikkusest.
- Rahvusvaheliste ja tööstusharudevaheliste võrdluste läbiviimine, et uurida, kas selle uuringu tulemused kehtivad teistes kontekstides ja oludes.

Jätkates nende tulevikusuundade uurimist, saavad teadlased jätkata siseturunduse, töötajate heaolu ja rahulolu keeruliste suhete mõistmist, mis lõppkokkuvõttes võib anda teadmisi tõhusamate strateegiate väljatöötamiseks positiivsete töökeskkondade ja töötajate säilitamiseks.

Kokkuvõttes uuriti ettevõttesisese turunduse ja töötajate heaolu seost ettevõtte Studioworks kontekstis. Uurimistulemused aitavad täiendada olemasolevat kirjandust, pakkudes empiirilist tõendusmaterjali ettevõttesiseste turundustavade positiivsest mõjust töötajate rahulolule ja heaolule. Lisaks pakub uuring uusi teadmisi töötajate heaolu mõjutavatest teguritest ning nende leidude praktilistest mõjudest organisatsioonidele, kes soovivad töötajate heaolu parandada tõhusate siseturunduse strateegiate abil. Selle uuringu piirangud hõlmavad võimalikke eelarvamusi, tulemuste üldistatavust, ristlõike kujundust, piiratud kontrolli segavate muutujate üle ning kvantitatiivsete andmete kasutamist. Uuring annab siiski panuse töötajate rahulolu, heaolu ja siseturundustavade vaheliste seoste mõistmiseks ning tulemused pakuvad praktilisi soovitusi organisatsioonidele. Tulevased uuringud peaksid neid piiranguid arvesse võtma ja hõlmama põhjalikke kvalitatiivseid meetodeid, nagu intervjuud või fookusgrupid, ning kontrolli segavate muutujate mõju üle, et saada paremaid tulemusi ja tugevamaid tõendeid.

SUMMARY

IMPACT OF INTERNAL MARKETING ON THE WELL-BEING OF EMPLOYEES IN THE EXAMPLE OF STUDIOWORKS OÜ

Alina Otsus

Employee well-being is a critical component of success in any organization, and measuring and improving job satisfaction is essential for achieving it. This research focuses on the role of internal marketing in promoting employee well-being and increasing job satisfaction in service organizations, using Studioworks as a case study. The importance of employee well-being is growing, and the issue of employee satisfaction and engagement is relevant in organizations. Low employee well-being and satisfaction can lead to decreased productivity, higher staff turnover, reduced commitment, poorer customer service, and a lower organization reputation.

The research problem lies in the fact that although the impact of internal marketing and employee well-being on commitment is known, there are no independent studies on the effect of internal marketing practices on employee commitment. Additionally, the impact of internal marketing on organizational outcomes in service organizations has been under-researched. This study aims to determine how internal marketing strategies and their implementation methods affect employee well-being and satisfaction in service sector organizations, using Studioworks as an example. The research focuses on the various aspects of internal marketing strategies and their impact on employee satisfaction and well-being levels.

The research questions are:

1. Which internal marketing strategies are most effective in improving employee well-being and satisfaction in service sector organizations, using Studioworks as an example?
2. How can internal marketing promote employee engagement, motivation, and job satisfaction, which in turn positively affect the overall performance of service sector organizations, using Studioworks as an example?

The research tasks include conducting a literature review on internal marketing, employee well-being, and satisfaction; analyzing internal marketing strategies and employee well-being in service sector organizations, including Studioworks; identifying factors affecting employee well-being and satisfaction in service sector organizations; and making recommendations for developing internal marketing strategies that improve employee well-being and satisfaction, increase engagement and motivation.

The hypotheses of this study are based on previous research and related theories:

1. Overall employee satisfaction and well-being are associated with satisfaction with salary, work environment, and support.
2. Employee well-being decreases as the duration of the employment relationship increases.
3. Job satisfaction and employee well-being are positively related to internal marketing.

The research methods used in this study include a qualitative case study and a quantitative survey to analyze internal marketing strategies, employee well-being, and the factors affecting them in service sector organizations, specifically Studioworks. The research subject is employees' opinions and attitudes on work environment, motivation, internal communication, employee well-being, job satisfaction, and employee engagement.

The theoretical background addresses various theories and concepts related to employee well-being, satisfaction, motivation, internal communication, and employee engagement. These theories provide a foundation for understanding the relationship between internal marketing, employee well-being, and organizational outcomes. The literature review also highlights the gaps in existing research, indicating the need for further investigation in this area.

The results and analysis section presents the research findings and analyzes the obtained data to determine employees' opinions and attitudes on the investigated topics, specifically at Studioworks. The analysis includes an exploration of the effectiveness of various internal marketing strategies in promoting employee well-being and satisfaction, as well as the identification of factors influencing employee well-being and satisfaction in service sector organizations.

The conclusions and recommendations section provides the research conclusions and suggestions for companies, especially the service sector, to improve employee well-being and increase their involvement through internal marketing strategies. This section offers practical recommendations for implementing effective internal marketing strategies that enhance employee well-being, satisfaction, engagement, and motivation, ultimately contributing to improved organizational performance.

By conducting this research, the study aims to contribute to the existing knowledge on internal marketing, employee well-being, and satisfaction in service sector organizations. The findings and recommendations can help organizations, particularly those in the service sector, better understand and implement internal marketing strategies that enhance employee well-being and satisfaction, leading to increased employee engagement, motivation, and overall organizational performance. Furthermore, this study addresses the gaps in previous research, offering valuable insights for future studies in this area, which can ultimately lead to the development of more effective internal marketing practices and improved employee well-being in organizations.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

Ahmed, P. K., Rafiq, M. (2002). Internal marketing issues and challenges. *European Journal of Marketing*, 36(9/10), 907-1012.

Ahmed, P. K., Rafiq, M. (2003). Internal marketing issues and challenges. *European Journal of Marketing*, 37(9), 1177-1186.

Anseel, F. (2015). *Employee well-being: A top priority for managers (1st ed.)*. Oxford University Press.

Arampatzi, E., Burger, M. (2020). The role of positive expectations for resilience to adverse events: Subjective well-being before, during, and after the Greek bailout referendum. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 6(2), 96-106

Avolio, B. J. (2004). *Transformational leadership and organizational culture*. In J. Greenberg (Ed.), *Organizational behavior: The state of the science* (2nd ed). Erlbaum.

American Psychological Association. (2021). *Work and Well-being 2021 Survey report*.

American Psychological Association. Kättesaadav: <https://www.apa.org/pubs/reports/work-well-being/compounding-pressure-2021.html>, 20. detsember 2023.

Bakker, A. B., Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328.

Bansal, H. S. (2001). Comparing the impact of positive and negative word of mouth on visitor decision to attend a service. *Journal of Business Research*, 54(1), 11-24.

Bass, B. M., Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership*. 2nd ed. Psychology Press.

Becker, B. E., Gerhart, B. (1996). The impact of human resource management on organizational performance: Progress and prospects. *Academy of Management Journal*, 39(4), 779-801.

- Bekhet, A. K., Zauszniewski, J. A. (2012). Methodological triangulation: An approach to understanding data. *Nurse Researcher*, 20(2), 40-43.
- Berry, L. L. (1981). The employee as a customer. *Journal of Retail Banking*, 3(1), 33-40.
- Berry, L. L., Parasuraman, A. (1992). Marketing Services: Competing Through Quality. *Journal of Marketing*.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Bock, L. (2015). *Work rules!: Insights from inside Google that will transform how you live and lead*. Twelve.
- Brun, J.-P., Dugas, N. (2008). An analysis of employee recognition: Perspectives on human resources practices. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(4), 716–730.
- Bhatt, J., Bordeaux, C., Fisher, J. (2022, 13 March). Employee well-being and engagement. *Deloitte Insights*, 1-14. Kasutatud 19. detsember 2023.
<https://www2.deloitte.com/xe/en/insights/topics/talent/employee-wellbeing.html>
- Bamidele, R. (2022, 15 December). Creating a strong corporate culture. *Deloitte Insights*, 1-12. Kasutatud 19. detsember 2023 <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends/2020/creating-a-culture-of-belonging.html>
- Cavanaugh, M. A. (2000). The relationship between leader-member exchange and performance ratings: The role of task interdependence and team commitment. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 756-762.
- Church, A. H. (2001). *Employee surveys in management: Theories, tools, and practical applications*. John Wiley & Sons.

Cleare, P. S., Oriakhi, D. E. (2013). *Job satisfaction and work performance. In Work and quality of life: Ethical practices in organizations.* Springer.

Conger, J. A., Kanungo, R. N. (1998). *Charismatic Leadership in Organizations.* London: Sage Publications.

De Menezes, L. M. (2012). Perceptions of organizational climate and job satisfaction: A multidimensional assessment. *Employee Relations*, 34(2), 150-168.

Deci, E. L., Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior.* Springer Science & Business Media.

Denison, D. R. (1996). What is the difference between organizational culture and organizational climate? A native's point of view on a decade of paradigm wars. *Academy of Management Review*, 21(3), 619-654.

Dong, J., Yan, S. (2022). A Multicriteria Approach for Measuring Employee Well-Being. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-14.

Iliopoulos, E., Priporas, C.-V. (2011). The effect of internal marketing on job satisfaction in health services: a pilot study in public hospitals in Northern Greece. *BMC Health Services Research*, 11, 261.

Farooq, S., Khan, M. A., Jan, F. A. (2014). Impact of internal marketing on employee satisfaction and performance: Empirical evidence from Pakistan. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 8(1), 211-225.

Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS.* Sage.

Fojtik, A., Varnai, M. (2015). The role of employee communication in achieving the company's business goals. *Procedia Economics and Finance*, 26, 398-404.

- Gajendran, R. S., Harrison, D. A. (2007). The good, the bad, and the unknown about telecommuting: Meta-analysis of psychological mediators and individual consequences. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1524-1541.
- Gittel, J.H. (2003). *The Southwest Airlines Way*. New York: McGraw-Hill.
- Gounaris, S. (2008). The notion of internal market orientation and employee job satisfaction: Some preliminary evidence. *Journal of Services Marketing*, 22(5), 438-449.
- Griffeth, R. W. (2000). *Turnover: An important HR metric*. In J. W. Boudreau & P. M. Wright (Eds.), *Readings and cases in the management of new technology: An HR perspective*. Oxford University Press.
- Grönroos, C. (1981). *Internal Marketing - An Integral Part of Marketing Theory*. In W. D. Perreault Jr. (Ed.), *Advances in Consumer Research* (Vol. 8). Association for Consumer Research.
- Grönroos, C. (1985). *Internal marketing—Theory and practice*. In Berry, L. L., Shostack, G. L., Upah, G. D. (Eds.), *Emerging perspectives on services marketing*. American Marketing Association.
- Grönroos, C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. John Wiley & Sons.
- Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexington Books.
- Groysberg, B. (2008, 1. januar). Starbucks Coffee Company. Harvard Business School Case, 1k. 1-30.
- Hackman, J. R., Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250-279.

Harter, J. K., Schmidt, F. L., Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268-279.

Heskett, J. L. (1994, märts-aprill). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, lk. 164-174.

Heskett, J. L., Sasser, W. E., Schlesinger, L. A. (1997). *The Service Profit Chain*. Free Press.

Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524.

Huang, L., Chen, C. (2017). Applying a strategic framework to achieve internal marketing: A case study of a Taiwanese high-tech firm. *The Service Industries Journal*, 37(5-6), 296-316.

Javadein, S. R., Shojaie, S., Soosay, C. (2011). The effect of internal marketing on organizational commitment among Iranian employees. *Business Strategy Series*, 12(6), 335-346.

Jones, P., Jimenez-Anca, J., Gudergan, S. (2020). Internal Market Orientation (IMO) and service quality outcomes: The role of employee engagement, satisfaction, and commitment. *Journal of Service Theory and Practice*, 30(1), 68-88.

Judge, T. A., Kammeyer-Mueller, J. D. (2012). Job attitudes. *Annual Review of Psychology*, 63, 341-367.

Karasek, R. A. (1979). Job demands, job decision latitude, and mental strain: Implications for job redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285-308.

Keiningham, T. L. (2014). Why loyal employees are worth more than loyal customers. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 75–81.

Khan, Z., VanWynsberghe, R. (2008). The challenges of insider research in educational institutions: Wielding a double-edged sword and resolving delicate dilemmas. *Journal of Research Practice*, 4(1), Article D3.

Khodabakhsh, F., Mashayekhi, B. (2014). The impact of internal marketing on employees' job satisfaction and turnover intention in the hotel industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 468-472.

Kimura, T. (2017). *Internal Marketing: Another Approach to Marketing for Growth*. 1st ed. London: Routledge.

Koehn, N. F. (2005, 14. veebruar). Howard Schultz and Starbucks Coffee Company. *Harvard Business School Case*, lk. 1-26.

Kooij, D. T. (2010). How work and family can facilitate each other: Distinct types of work-family facilitation and outcomes for women and men. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15(3), 271-286.

Kossek, E. E. (2012). Implementing a reduced workweek in the United States: Work-family benefits and trade-offs. *Community, Work & Family*, 15(2), 177-199.

Kuvaas, B., Dysvik, A. (2009). Perceived investment in employee development, intrinsic motivation and work performance. *Human Resource Management Journal*, 19(3), 217-236.

Katebi, A., HajiZadeh, M. H., Bordbar, A., Salehi, A. M. (2021). The Relationship Between “Job Satisfaction” and “Job Performance”: A Meta-analysis. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 22(2), 137-156.

Kelly, E. L. (2021). Increasing employee engagement and discretionary effort: The impact of leadership factors and national culture. *Development and Learning in Organizations*, 35(5), 25-27.

Koob, C. (2021). Setting clear goals for employees. European Parliament Think Tank website.
Lambert, E. G. (2001). Perceptions of workplace discrimination: The role of gender, race, age, and criminal history. *Sociological Inquiry*, 71(3), 383-410.

- Lee, D. S., Chen, J. S. (2006). Employee participation in decision making, psychological ownership and knowledge sharing: Mediating role of organizational commitment in Taiwanese high-tech organizations. *Journal of World Business*, 41(3), 263-277.
- Lee, R. T., Ashforth, B. E. (1996). A meta-analytic examination of the correlates of the three dimensions of job burnout. *Journal of Applied Psychology*, 81(2), 123-133.
- Lings, I. N. (2004). Internal market orientation: Construct and consequences. *Journal of Business Research*, 57(4), 405-413.
- Lings, I., Greenley, G. E. (2005). Measuring internal market orientation. *Journal of Service Research*, 7(3), 290-305.
- Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction? *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336.
- Locke, E. A., Latham, G. P. (2006). New directions in goal-setting theory. *Current Directions in Psychological Science*, 15(5), 265-268.
- Maslach, C. (2001). What have we learned about burnout and health? *Psychology & Health*, 16(5), 607-611.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20–52.
- Morgeson, F. P., Humphrey, S. E. (2006). The Work Design Questionnaire (WDQ): Developing and validating a comprehensive measure for assessing job design and the nature of work. *Journal of Applied Psychology*, 91(6), 1321-1339.
- Misiaszek, T. (2021). *Providing opportunities for professional development*. In G. W. Misiaszek (Ed.), *Ecopedagogy: Critical environmental teaching for planetary justice and global sustainable development* (pp. 205-223). Bloomsbury Academic.

- Meher, J. R., Mishra, R. K. (2022). Encouraging knowledge sharing. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 52(2), 205-223.
- Noe, R. A. (2017). *Employee Training and Development*. McGraw-Hill Education.
- Nemteanu, M.-S., Dabija, D.-C. (2021). The Influence of Internal Marketing and Job Satisfaction on Task Performance and Counterproductive Work Behavior in an Emerging Market during the COVID-19 Pandemic. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18(7), 3670-3690.
- Pallant, J. (2010). *SPSS Survival Manual: A Step-by-Step Guide to Data Analysis Using SPSS*. McGraw-Hill Education.
- Papasolomou, I., Vrontis, D. (2006). Building corporate branding through internal marketing: The case of the UK retail bank industry. *Journal of Product & Brand Management*, 15(1), 37-47.
- Pfeffer, J., Langton, N. (1993). The effect of wage dispersion on satisfaction, productivity, and working collaboratively: Evidence from college and university faculty. *Administrative Science Quarterly*, 38(3), 382-407.
- Pfeffer, J., Sutton, R. I. (2006). Evidence-based management. *Harvard Business Review*, 84(1), 62-74.
- Rafiq, M., Ahmed, P. (2000). Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, 14(6), 449-462.
- Rhoades, L., Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Sadiq, M., Alam, S. (2018). An exploration of internal marketing in the banking sector: A case of Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(5), 971-988.
- Salancik, G. R., Pfeffer, J. (1978). A social information processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 23(2), 224-253.

Sarker, S. A., Al-Abri, A. S. (2015). The impact of internal marketing on employee job satisfaction: A study from Bangladesh. *European Business Review*, 27(1), 2-21.

Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. *Management Decision*, 50(2), 253-272.

Schaufeli, W. B., Taris, T. W. (2014). *A critical review of the job demands-resources model: Implications for improving work and health*. In G. F. Bauer & O. Hämmig (Eds.), *Bridging Occupational, Organizational and Public Health: A Transdisciplinary Approach*. Dordrecht: Springer

Schein, E.H. (2010). *Organizational Culture and Leadership*. 4th ed. San Francisco: Jossey-Bass.

Schneider, B. (2005). The psychological life of organizations. *Personnel Psychology*, 58(4), 963–996.

Seligman, M. E. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-Being*. Free Press.

Smith, P. C., & Mounter, C. (2008). *Psychological well-being and health: The effects of employment*. In C. L. Cooper, J. Campbell Quick, & M. J. Schabracq (Eds.), *International Handbook of Work and Health Psychology* (2nd ed., pp. 355-372). Chichester: Wiley.

Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*. SAGE Publications.

Spreitzer, G. M. (1997). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.

Song, Z., & Baicker, K. (2019). Workplace Wellness Programs and Health Outcomes—Reply. *JAMA*, 322(9), 893-894.

- Tansuhaj, P. (1991). Empowerment: An approach to increasing salesperson job satisfaction and organizational commitment. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 11(3), 1-9.
- Tharenou, P. (2007). Does career success differ between male and female managers? *International Journal of Human Resource Management*, 18(2), 206-224.
- Thomas, K. W., Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An “interpretive” model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.
- Tongco, M. D. C. (2007). Purposive sampling as a tool for informant selection. *Ethnobotany Research & Applications*, 5, 147-158.
- Truxillo, D. M. (2012). Generational differences in work-related attitudes: A meta-analysis. *Journal of Business and Psychology*, 27(4), 375-394.
- Tsai, Y., Tang, T. I. (2008). Employee participation, control, and organizational commitment: Evidence from a Taiwanese high-tech company. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(9), 1631-1645.
- Tsaur, S. H., Lin, Y. C. (2004). Promoting service quality in tourist hotels: The role of HRM practices and service behavior. *Tourism Management*, 25(4), 471-481.
- Van der Heijden, B. I. (2009). Age effects on the employability–career success relationship. *Journal of Managerial Psychology*, 24(4), 403-417.
- Varey, R. J. (2001). Internal communication: A neglected dimension of marketing management. *Journal of Marketing Management*, 17(3-4), 275-293.
- Varey, R.J. Lewis, B.R. (2000). *Internal Marketing: Directions for Management*. 1st ed. London: Routledge.

- Vasconcelos, A. F. (2008). Internal marketing as an approach for increasing employees' motivation and satisfaction. *Management Research: Journal of the Ibero Academy of Management*, 6(3), 1257-1270. Emerald Group Publishing Limited.
- Virovere, A., Alas, R., Liigand, J. (2008). *Organisatsioonikäitumine*. Külim.
- Voordt, T., & Jensen, P. A. (2023). The impact of healthy workplaces on employee satisfaction, productivity and costs. *Journal of Corporate Real Estate*, 25(1), 29-49.
- Warr, P. (1999). *Well-being and the workplace*. In D. Kahneman, E. Diener, & N. Schwarz (Eds.), *Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology* (pp. 392-412). Russell Sage Foundation.
- Weiss, H. M. (2002). Deconstructing job satisfaction: Separating evaluations, beliefs and affective experiences. *Human Resource Management Review*, 12(2), 173-194.
- Wheatley, M. (1987). *Leadership and the New Science: Learning about Organization from an Orderly Universe* (1st ed.). San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Wright, T. A., Cropanzano, R. (1998). Emotional exhaustion as a predictor of job performance and voluntary turnover. *Journal of Applied Psychology*, 83(3), 486-493.
- Yoon, S. J. (2001). *The antecedents and consequences of service quality in the hospitality industry: A study of upscale restaurants in the United States*. Dissertation Abstracts International, 62(4), 1319A. (Doctoral dissertation). Cornell University.
- Zacher, H. (2014). Work characteristics and occupational well-being: The role of age. *Frontiers in Psychology*, 5, 1341.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zainab, B., Akbar, W., Siddiqui, F. (2022). Building open and transparent communication. *Leadership & Organization Development Journal*, 43(1), 1-18.

LISAD

Lisa 1. Kvalitatiivse uuringu ingliskeelsed intervjuud

Intervjuu 1:

1. How do you evaluate your satisfaction with your salary, work environment, and support from the company?
2. In your opinion, how does your work experience at the company affect your well-being and job satisfaction?
3. How do you perceive internal marketing in the company? How does this affect your job satisfaction and well-being?
4. How satisfied are you with your current role and responsibilities? To what extent do you feel that you are putting maximum effort and enthusiasm into your work?
5. How do you cope with work stress and workload? Have you noticed that your ability to cope with them deteriorates over time?
6. In your opinion, what could the company do to improve your job satisfaction and well-being?
7. Have you noticed colleagues who, in your opinion, are quiet quitters? If so, what factors do you think might explain their behavior?

Intervjuu 2:

1. What aspects of your work bring you satisfaction?
2. How do you evaluate your productivity at work?
3. What practices in the company's work could increase your motivation?
4. How often do you communicate with colleagues?
5. How do you evaluate the quality of interaction with the company's management?
6. Are there any internal communication tools that you use?
7. How do you evaluate your familiarity with the company's goals and strategies?
8. What, in your opinion, are the company's priorities?
9. What measures does the company take to help you better understand its goals and strategies?
10. How do you evaluate working conditions (safety, comfort of the workplace)?

11. Does the company have a policy for taking care of employees' health (such as physical fitness programs)?
12. What measures are taken to improve the working atmosphere?
13. How do you evaluate your level of job satisfaction?
14. What can be improved in your work to make you more satisfied?
15. Are there any aspects of your work that cause dissatisfaction?

Allikas: Autori koostatud

Lisa 2. Kvalitatiivse uuringu eestikeelsed intervjuud

Intervjuu 1:

1. Kuidas hindate oma rahulolu palgaga, töökeskkonnaga ja ettevõttepoolse toetusega?
2. Mis te arvate, kuidas teie tööstaja ettevõttes mõjutab teie heaolu ja tööga rahulolu?
3. Kuidas tajute ettevõtte siseturundust? Kuidas see mõjutab teie tööga rahulolu ja heaolu?
4. Kui rahul olete oma praeguse rolli ja kohustustega? Kui suures ulatuses tunnete, et panustate oma töösse maksimaalselt jõudu ja entusiasmi?
5. Kuidas saate hakkama tööstressi ja koormustega? Kas olete märganud, et aja jooksul teie võime nendega toime tulla halveneb?
6. Mis te arvate, mida ettevõtte saaks teha teie tööga rahulolu ja heaolu parandamiseks?
7. Kas olete märganud kolleege, kes teie arvates on "quiet quitters"? Kui jah, siis millised tegurid teie arvates võivad selgitada nende käitumist?

Intervjuu 2:

1. Millised tööaspektid pakuvad teile rahulolu?
2. Kuidas hindate oma tootlikkust tööl?
3. Millised ettevõtte tööaspektid/ töö tavad võiksid teie motivatsiooni tõsta?
4. Kui tihti suhtlete kolleegidega?
5. Kuidas hindate koostoime kvaliteeti ettevõtte juhtkonnaga?
6. Kas on mingeid sisemisi suhtlusvahendeid, mida te kasutate?
7. Kuidas hindate oma teadmisi ettevõtte eesmärkide ja strateegiatega?
8. Millised on teie arvates ettevõtte prioriteedid?
9. Milliseid meetmeid ettevõtte rakendab oma eesmärkide ja strateegiate paremaks mõistmiseks?
10. Kuidas hindate töötingimusi (ohutus, töökoha mugavus)?
11. Kas ettevõttel on töötajate tervise eest hoolitsemiseks toimiv poliitika (näiteks füüsilise vormi programmid)?
12. Milliseid meetmeid rakendatakse tööõhkkonna parandamiseks?
13. Kuidas hindate oma töörahulolu taset?
14. Mida saaks teie töös parandada, et olla veelgi rahulolevam?
15. Kas on mingeid töö aspekte, mis põhjustavad rahulolematust?

Transkribeeritud intervjuud on nahtaval lingil

<https://drive.google.com/drive/folders/1yWdNCzqnkxQHHog745mtwrxflTmWokv5?usp=sharing>

Lisa 3. Kvantitatiivse uuringu inglisekeelne küsimustik

1. Your gender:

- Male
- Female
- Other

2. Your age:

3. Your education:

- Elementary
- Secondary
- Vocational
- Higher

4. Your marital status:

- Married
- Single
- Divorced
- Widowed

5. How satisfied are you with your salary at your current job?

- Very satisfied
- Somewhat satisfied
- Neutral
- Somewhat dissatisfied
- Very dissatisfied

6. Your employment status at your current job:

- Full-time
- Part-time
- Temporary
- Freelance

On a scale of 1 to 10:

7. How often do you receive feedback from your managers on how your work helps the company achieve its goals?
8. How often do you receive information from management about current company projects?
9. Do you feel that you have a clear understanding of how your work is related to the company's goals?
10. Do you think that your company communicates the importance of service quality for the company's success well?
11. How do you evaluate the health and safety of your work environment?
12. How do you evaluate the impact of your work on your psychological state?
13. Do you believe that your company provides suitable conditions for you to achieve your work goals?
14. Overall, how do you evaluate your job?
15. Do you feel satisfied with your job?
16. Do you feel satisfied with the opportunities provided to you during the work process?
17. What position do you hold in the company:
18. How many hours per week do you usually work, including overtime:
19. How long have you been working for this company:
20. How often do you experience stress at work?
21. Do you think the company supports a healthy work-life balance?
22. How often do you communicate with your immediate supervisor?
23. How often do you communicate with other employees outside of the work process?
24. How would you rate the overall level of employee satisfaction in your company?

Allikas: Autori koostatud

Lisa 4. Kvantitatiivse uuringu eestikeelne küsimustik

1. Teie sugu:

- Mees
- Naine
- Muu

2. Teie vanus:

3. Teie haridus:

- Põhiharidus
- Keskkool
- Kutseharidus
- Kõrgharidus

4. Teie perekonnaseis:

- Abielus
- Vallaline
- Lahutatud
- Lesk

5. Kui rahul olete oma praeguse töökoha palgaga?

- Väga rahul
- Pigem rahul
- Neutraalne
- Pigem rahulolematu

- Väga rahulolematu

6. Teie töösuhte liik praegusel töökohal:

- Täistööaeg
- Osalise tööajaga
- Ajutine
- Vabakutseline

1-10 skaala (7-25 küsimustele):

7. Kui tihti saate oma juhtidelt tagasisidet selle kohta, kuidas teie töö aitab ettevõttel oma eesmärged saavutada?
8. Kui tihti saate juhtkonnalt teavet praeguste ettevõtte projektide kohta?
9. Kas tunnete, et teil on selge arusaam sellest, kuidas teie töö on seotud ettevõtte eesmärkidega?
10. Kas arvate, et teie ettevõtte kommunikatsioon teenuse kvaliteedi olulisust ettevõtte edu saavutamisel hästi?
11. Kuidas hindate oma töökeskkonna tervise ja ohutuse tagamist?
12. Kuidas hindate oma töö mõju oma vaimsele seisundile?
13. Kas usute, et teie ettevõtte pakub teile sobivaid tingimusi oma tööeesmärkide saavutamiseks?
14. Kuidas hindate üldiselt oma tööd?
15. Kas tunnete end oma tööga rahulolevana?
16. Kas tunnete end rahulolevana võimalustega, mida teile tööprotsessi jooksul pakutakse?
17. Millist ametikohta te ettevõttes omate:
18. Kui palju tunde nädalas te tavaliselt töötate, sealhulgas ületunnitöö:

19. Kui kaua olete selle ettevõtte heaks töötanud:
20. Kui tihti kogete tööl stressi?
21. Kas arvate, et ettevõtte toetab tervislikku töö- ja eraelu tasakaalu?
22. Kui tihti suhtlete oma otsese ülemusega?
23. Kui tihti suhtlete tööprotsessi väliselt teiste töötajatega?
24. Kuidas hindaksite oma ettevõttes töötajate üldist rahulolu taset?

Allikas: Autori koostatud

Lisa 5. Kirjeldus uuringu muutujate kohta

Muutujad	Skaala	Keskmine	SD
<i>Alammuutujad</i>			
Töötaja heaolu		6.81	1.31
<i>Töökeskkonna tervise ja ohutuse hindamine</i>		7.8	1.62
<i>Töö mõju psühholoogilisele seisundile hindamine</i>	1-10	5.6	1.34
<i>Sobivate tingimuste tagamine töö eesmärkide saavutamiseks.</i>		7	1.04
Siseturundus		7.2	1.4
<i>Tagasiside sagedus tööpanuse kohta ettevõtte eesmärkide saavutamisel</i>		7.03	2.02
<i>Teave sagedus praeguste ettevõtte projektide kohta juhtkonnalt</i>	1-10	6.78	2.1
<i>Töö seose selgus ettevõtte eesmärkidega</i>		7.08	2.1
<i>Ettevõtte kommunikatsiooni efektiivsus teenuse kvaliteedi tähtsusest edu saavutamisel</i>		7.89	1.76
Töörahulolu		7	1.37
Töö hindamise tajumine	1-10	7.13	1.42
Töö rahulolu tajumine		6.72	1.77
Rahulolu töövõimalustega		7.16	1.63
Palga rahulolu	1-5	3.43	0.93
Ettevõtte missioon ja suhted		0.67	0.3

Parim sõber töökohal	Jah/Ei	0.48	0.5
Kaastöötajate pühendumus kvaliteetsele tööle		0.82	0.38
Töökeskkond ja tugi		0,79	0,19
Töö ootuste selgus		1	0
Tööks vajalike materjalide ja varustuse adekvaatsus		1	0
Võimalus rakendada tööl isiklike tugevusi	Jah/Ei	0.79	0.41
Hea töö tunnustamise sagedus		0.57	0.5
Isiku arengu julgustamine tööl		0.84	0.37
Töökoha arvamuse väärtuse tajumine		0.54	0.5
Töö tulemuslikkuse hindamine ja võimalused		0.83	0.3
Töö edusammude tagasiside sagedus	Jah/Ei	0,81	0,39
Õppimis- ja kasvuvõimalused viimase aasta jooksul tööl		0,85	0,36

Allikas: (Autori koostatud)

Lisa 6. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina , Alina Otsus

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Siseturunduse roll töötajate heaolu kujundamisel ettevõtte Studioworks OÜ näitel, mille juhendaja on Siiri Same,

1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

19.12.2023