

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Sotsiaalteaduskond

Tööstuspsühholoogia instituut

Silvia Uus

**Y-GENERATSIOONI INDIVIDUAALSED VÄÄRTUSED, TÖÖVÄÄRTUSED JA
KARJÄÄRIEESMÄRKIDE SELGUS**

Magistritöö

Juhendaja: Velli Parts, MSc

Tallinn 2016

Deklareerin, et käesolev magistritöö,
mis on minu iseseisva töö tulemus,
on esitatud Tallinna Tehnikaülikooli
magistrikraadi taotlemiseks ja selle alusel
ei ole varem taotletud akadeemilist kraadi.

Autor Silvia Uus

“ “ 2016

Töö vastab kehtivatele nõuetele

Juhendaja Velli Parts, MSc

“ “ 2016

Kaitsmisele lubatud “ “ 2016

Personalitöö ja -arenduse magistritööde kaitsmiskomisjoni esimees professor Mare Teichmann

LÜHIKOKKUVÕTE

Y-GENERATSIOONI INDIVIDUAALSED VÄÄRTUSED, TÖÖVÄÄRTUSED JA KARJÄÄRIEESMÄRKIDE SELGUS

Silvia Uus

Iga järgnev generatsioon väärtustab eelnevast midagi uut ja hindab ümber ühiskonnas harjumuspäraseks saanud tavad ja kombed. Probleemid saavad alguse siis, kui erinevate generatsioonide väärtuste vahel tekivad ebakõlad. Tihti toovad need kaasa konfliktid, mis võivad takistada nii ühiskonna kui inimeste endi arenguprotsessi. Arengu eelduseks on aga produktiivsete lahenduste leidmine ning ühiskondlik edasimineku. Eelnevast tulenevalt seadis autor magistriöö eesmärgiks selgitada üliõpilaste individuaalsed väärtused, tööväärtused ning karjäärieesmärkide selgus. Noorte väärtuste teadvustamine võimaldab vanema generatsiooni esindajatel mõista tänapäeva noorte käitumise tagamaid ja neid seeläbi paremini mõista. Personaliosakondade võimalused seisnevad vastavate väärtuste kajastamises ka organisatsioonisisese tegevusena. Et organisatsioonide eesmärk on võimalikult suure kasumlikkuse teenimine, siis on oluline, et tulevased töötajad looksid organisatsioonile ka võimalikult suurt väärtust. Väärtuse loomine aga algab eelkõige teadvustamisest, mida inimesed elus oluliseks peavad.

Magistritöö eesmärgi saavutamiseks viidi läbi küsitlus, kus osales 230 üliõpilast. Uuringu tulemustest selgus, et üliõpilased hindavad elus väärtustena enim turvalisust, hedonismi ja saavutusi. Tööväärtustena hinnatakse enim tööõõmu, arenguvõimalust, karjääri ja palka. Usutakse edumeelsesesse tulevikku, kuid samal ajal ei osata edu olemust veel päris täpselt enda jaoks defineerida. Eelnevast tulenevalt ei teata veel ka täpselt, millised on need eesmärgid, mille poole püüeldakse ja kuidas neid eesmarke saavutada. Mida selgemad on karjäärialased eesmärgid, seda enam hinnatakse enesejuhitavust (vastutust, iseseisvust), võimu ja saavutusi (tunnustust, saavutusi, karjääri).

Võtmesõnad: Y-generatsioon, individuaalsed väärtused, tööväärtused, karjäärieesmärkide selgus.

ABSTRACT

Y-GENERATSIOONI INDIVIDUAASED VÄÄRTUSED, TÖÖVÄÄRTUSED JA KARJÄÄRIEESMÄRKIDE SELGUS

Silvia Uus

Every other generation values new aspects in life and reassesses the habitual customs and manners. Problems occur when values of different generations collide. These situations usually end up with conflicts which may impede the progress of the society and people. The presumption of the progress is solving the conflicts in a productive way and hence obtain the progress of the society. By virtue of that fact the author set the aim of the Master's Thesis to find out individual values and work values of the generation Y and additionally, to clarify the career-related goal setting. As the main goal of the organizations is to earn high profit, it is important to emphasize the wellbeing of workers who actually create the value. Hence, it all starts by proclaiming what people value in life in general.

There were 230 participants in that research. The results show that the most appreciated values in life are security, hedonism and achievement. The most appreciated work values are work joy, self-development, career and salary. The students believe in their successful future but at the same time do not know how to define the meaning of success. Hence, it is not known what are the exact goals and how to reach them. The results of the research also show that the clearer the career-related goal is, the more likely people value self-direction, power and achievements.

Keywords: generation Y, individual values, work values, career-related goal setting.

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	3
ABSTRACT	4
SISSEJUHATUS	6
1. TEOREETILINE TAUST	9
1.1. Y-generatsioon	9
1.2. Väärtused	10
1.2.1. Shalom Schwartzi eluväärtuste kontseptsioon	15
1.2.2. Tööväärtused	18
1.3. Y-generatsioon ja tööelu.....	20
1.3.1. Värbamine	22
1.3.2. Koolitused.....	23
1.3.3. Töö hüvitamine.....	24
1.3.4. Töötulemuste hindamine	25
2. EMPIIRILINE UURIMUS.....	27
2.1. Meetod.....	27
2.2. Tulemused	28
2.2.1. Individuaalsed väärtused	28
2.2.2. Tööväärtused	34
2.2.3. Karjäärieesmärkide selgus.....	37
2.3. Arutelu ja ettepanekud.....	39
KOKKUVÕTE	44
RESUME	46
VIIDATUD KIRJANDUS	48
LISAD	52
Lisa 1. Ankeet.....	52
Lisa 2. Andmeanalüüsi tulemused.....	56

SISSEJUHATUS

Tööväärtused on generatsioonide juures kõige tugevamalt eristatavad väärtused ning need samad väärtused on töökeskkonnas ka kõige suuremaks aluseks probleemide tekkimisel. (Gurosy *et al.*, 2013) Kui põhimõttelisi erinevusi töötajate arvamuste ja hoiakute vahel töökeskkonnas selgeks ei räägida, viib see konfliktideni, kommunikatsioonialaste probleemideni ja mõjutab negatiivselt ka produktiivsust. (Wong *et al.*, 2008) Sellest hoolimata näitavad uuringud, et kui väärtuskonflikte edukalt lahendada, saab organisatsioon neist märkimisväärselt kasu. Eelnevast tulenevalt on eluliselt oluline mõista iga generatsiooni väärtussüsteemi ja eristada väärtused ka generatsioonipõhiselt. Selline lähenemine võimaldab luua töökeskkonna, mis toetab juhtimiskultuuri, töötajate motivatsiooni, kommunikatsiooni ja organisatsiooni terviklikku sünergiaat. (Gurosy *et al.*, 2013) Personaliosakonna eesmärk on siinkohal teha koostööd juhtkonnaga ja kujundada läbi strateegilise planeerimise organisatsioonikultuuri. (Crumpacker *et al.*, 2007)

Ka Meier, Stephen ja teised (2010) nõustuvad, et erinevate generatsioonide olemasolu töökohal võib põhjustada kolleegide omavahelisi erimeelsusi. Esimest korda on tööturul korraga neli erinevat generatsiooni: traditsionaalne generatsioon, beebibuumi generatsioon, generatsioon X ja generatsioon Y. Neli generatsiooni, kellel on kõigil erinevad väärtused ja eesmärgid, osutuvad kokkuvõttes juhtide jaoks üsna suureks väljakutseks. Vaatamata töötajate suurele vanusevahele, on oluline luua ühtselt toimiv meeskond. Mõistmine, kuidas erinevatest generatsioonidest pärit töötajaid juhtida, on oluline samm positiivse töökeskkonna loomisel. (Reilly, 2012)

Et olla konkurentsivõimeline ja jätkusuutlik, peab organisatsioon kohanema keskkonnast tulenevate muutustega. Autori hinnangul tuleb tähelepanu pöörata noorte töökäitumise tagamaadele ehk analüüsida, millest töökäitumise võimalikud muutused tingitud on ja kuidas on see seotud noorte individuaalsete väärtuste (eluväärtuste) muutumisega.

Organisatsioonide efektiivsuse tõstmiseks on oluline teada töötajate väärtushinnanguid ja teadvustada, kuidas väärtushinnanguid sotsialiseerumisprotsessis kujundatakse (Ravlin, Meglino *et al.*, 1988). Nii näiteks väidetakse, et Y-generatsiooni jaoks ei ole hea töö enam

defineeritav vaid rahaliste eesmärkide kaudu. Selle põlvkonna töötajad võtavad tööpakkumisi vastu põhjusel, et nad tahavad töötada, mitte sellel põhjusel, et nad peavad seda tegema. Teisiõnu, Y-generatsiooni töötajad on motiveeritud juhul, kui neile antakse vabadus teha tööd siis, kui nad seda soovivad. (Meier, Stephen *et al.*, 2010) Noorte individuaalsete väärtuste ja tööväärtuste parem mõistmine on autori hinnangul oluline organisatsioonide töökultuuri- ja personalipoliitikate kujundamiseks. Teadmised üliõpilaste väärtushinnangute ja nende tööalase tulevikuga seotud eesmärkide kohta annavad personaliosakondadele võimaluse teha paremaid otsuseid nii noorte värbamisel, arendamisel kui ka hüvitamise ning hindamisega seoses. Eelnevat arvesse võttes saab personalitöö olla tõhusam ja luua töötajate tulemuslikuma töösoorituse kaudu organisatsiooni jaoks lisandväärtust.

Välismaises kirjanduses on tööväärtusi ja Y-generatsiooni töökäitumist varasemalt uuritud laialdaselt (Smola, Sutton, 2002; Meier, Stephen *et al.*, 2010; Urwin, Parry, 2011; Reilly, 2012). See loob autorile võimaluse võrrelda oma uurimuse tulemusi teistes riikides tehtud asjakohaste uuringutega. Eestis on tööväärtuste teemat enim käsitletud Andru Rämmel. Samuti on teemat käsitletud Jüri Saarniit ja Mati Heidmets, kuid ükski eelnimetatutest ei ole autorile teadaolevalt uurinud individuaalsetele väärtustele, tööväärtustele ja karjäärieesmärkide selgusele tuginedes Y-generatsiooni tööalast käitumist.

Autori eesmärgiks magistritöö koostamisel on kaardistada Y-generatsiooni individuaalsed väärtused, tööväärtused ja hinnata nende karjäärieesmärkide selgust (st, kui põhjalikult ollakse tööeluga seotud eesmärgid enda jaoks läbi mõelnud). Samuti soovib autor analüüsida nimetatud alateemade omavahelisi seoseid. Y-generatsiooni esindusgrupiks on valitud esimese ja teise kursuse üliõpilased. Magistritöö on empiiriline uurimus ja töö eesmärgi saavutamiseks viib autor läbi küsitluse. Töö koosneb kahest peatükist. Esimeses peatükis tutvustab autor Y-generatsiooni olemust, individuaalsete väärtuste teooriaid ja tööväärtuste teooriaid. Samuti kirjeldab väärtuste kujunemise protsessi ja seda mõjutavaid tegureid. Teise teemana annab autor ülevaate tööväärtuste ja töökäitumise seostest ning toob personalitöö valdkondade lõikes välja, millele tuleb organisatsioonidel Y-generatsiooni väärtusi arvestades tähelepanu pöörata.

Teises ehk empiirilise uuringu peatükis antakse ülevaade läbi viidud uuringust: kirjeldatakse meetodit ja antakse ülevaade tulemustest. Järgneb arutelu ja ettepanekute osa.

Autor tänab töö koostamisel abiks olnud magistritöö juhendajat Velli Partsi.

1. TEOREETILINE TAUST

Selles peatükis antakse ülevaade Y-generatsioonist, väärtuste olemusest ja Shalom Schwarzzi teooriast individuaalsete väärtuste ning tööväärtuste kohta. Samuti selgitatakse, kuidas Y-generatsiooni väärtusi personalitöö kujundamisel arvesse võtta.

1.1. Y-generatsioon

Kotler ja Keller on välja toonud, et konkreetse generatsiooni mõistmiseks on oluline teada ajastut, milles inimesed on üles kasvanud. Teisisõnu, milline oli teatud perioodil muusika, mida kuulati, filmid, mida vaadati ning poliitika ja erinevad sündmused, mis aset leidsid. Ühe generatsiooni liikmed jagavad samu kultuurilisi, poliitilisi ja majanduslikke kogemusi. Eelnevast tulenevalt on neil ka saranane nägemus ja väärtused. (Urwin, Parry, 2011)

Y-generatsiooni algusaega määratletakse allikates mõneti erinevalt: nt Lancaster ja Stillman on selleks ajaks määratlenud 1980, kuid on ka neid, kes väidavad, et tänased Y-generatsiooni noored sündisid juba 1977. aastal (Reilly, 2012). Eckleberry-Hunt ja Tucciarone'i (2011) järgi on Y-generatsioon sündinud aastatel 1982–2005. 2014. aastal Ameerika Ühendriikide majandusnõustajate nõukogu poolt kokku pandud aruandes “*15 Economical Facts about Millennials*” tuuakse Y-generatsiooni sünniaastatena välja samuti 1980ndate aastate algusajad ja määratletakse generatsiooni lõpuaega 2000ndate aastate algusega. (*The Council of Economic Advisers*, 2014)

NAS Recruitment Communications kohaselt moodustab Y-generatsioon suure osa maailma üldpopulatsioonist (20%). (Reilly, 2012) Ameerika Ühendriikides on Y-generatsioon suurima rahvaarvuga generatsioon, esindades ühte kolmandikku kogu Ameerika Ühendriikide populatsioonist 2013. aastal. (*The Council of Economic Advisers*, 2014) Ericksoni kohaselt on kogu generatsiooni populatsiooni hinnatud 70 kuni 90 miljonini. (Brown, Carter *et al.*)

Olenemata sellest, et selle generatsiooni sünniaegade määratlus erinevate allikate kohaselt varieerub, nõustuvad autorid üksmeelselt, et neid noori iseloomustab kõige tugevamalt tehnoloogiaajastu. Y-generatsiooni peetakse ka sotsiaalseks generatsiooniks, sest nad hoiavad

teeneteisega läbi interneti tihedat kontakti. (*The Nielsen Company*, 2014) Seda käitumist iseloomustab hästi ka generatsioonile antud teine nimetus: Interneti generatsioon (*Net Gen*). Veel kutsutakse seda generatsiooni ka Millenniumi põlvkonnaks (*Millennials*). (Reilly, 2012) Neljandik neist endist usub, et suhe tehnoloogiaga ongi see, mis nad eriliseks teeb. (*The Council of Economic Advisers*, 2014)

Ühendatus tehnoloogiaga ei ole aga ainuke Y-generatsioonile iseloomulik tunnus: nad väärtustavad ka enda rolli ühiskonnas ja tahavad sealjuures anda omapoolse panuse. Selline ühiskondlikule tegevusele suunatud mõttelaad tähendab ühtlasi ka tugeva sideme olemasolu oma perekonnaga. (*The Council of Economic Advisers*, 2014) Vanemad, õpetajad ja mentorid on neile sisendanud, et nad on suutelised saavutama seda, mida soovivad. (Reilly, 2012) Sellest tulenevalt seisnevad ka nende peamised väärtused just perekonnas ja sõprades. Nende jaoks on oluline avaldada positiivset mõju nii ühiskonnale tervikuna kui ka oma tulevastele lastele. (*The Council of Economic Advisers*, 2014) Tänu oma vanemate toetusele on nad ka enesekindlad ja avatud muutustele. (Reilly, 2012)

The Nielsen Company (2014) selgitab, et see generatsioon on mitmekülgne, väljendusrikas ja optimistlik. Neid iseloomustatakse lisaks vanusele ka teiste näitajate kaudu. Grupina on nad rassiliselt ja etniliselt mitmekülgsed ning väärtustavad väljendusrikkust ja kunstipäraseid eesmärke. Neile on tugevat mõju avaldanud ka hiljutine majanduskriis, kuid kõrge haridustase ja optimistlik ellusuhtumine aitab neil sellega toime tulla.

1.2. Väärtused

Väärtused on sisemised uskumused ja soovid ning tuginevad varasemate kogemuste kogusummale. Samal ajal juhivad ja raamistavad need ka indiviidi käitumist. Inimese väärtuste süsteem mõjutab tema käitumist nii aja jooksul kui ka läbi erinevate situatsioonide. Käitumine iseseisva tegevusena võib olla situatsioonipõhine ning varieeruda tulenevalt ülesande lahendamise sisust. (Gilliland, Steiner *et al.*, 2005) Inimese individuaalsed väärtused on aga üldjuhul situatsiooniülesed ja tuginevad varasematele kogemustele. Nende väärtuste rakendamine ei ole üldjuhul teadvustatud tegevus, kuid teadlikuks saab inimene nende

olemasolust enamasti juhul, kui mõni inimesele omastest väärtustest on ohus või vastuolus tema tegelike uskumustega.

Sotsioloogias peetakse väärtuseid uskumusteks, mis aitavad leevendada konflikte indiviidide ja kollektiivsete huvide vahel. Väärtustel on oluline funktsioon, mis võimaldab inimestel koos töötada ja realiseerida ka kollektiivselt ihaldatud eesmärke. Väärtused on olulised selleks, et mõista, millal need indiviidide, gruppide või kogu ühiskonna vahel vastuollu lähevad. Need võimaldavad näha konflikte ja variatsioone ühiskonna sees ja ühiskondade vahel. (Bohrnstedt) Antropoloogias loodi aga klassikaline väärtuste kontseptsioon Kluckhohni ja Strodtbecki poolt 1961. aastal. Selles kontseptsioonis vastavad väärtused põhilistele eksistentsiaalsetele küsimustele, aidates leida inimeste elu mõtet. (Bohrnstedt) Väärtuseid õpitakse indiviidi kujunemise perioodil ja need jäävad konstantseks terveks eluks. (Urwin, Parry, 2011)

Tabel 1 Väärtuste definitsioonid

Autor	Definitsioon
Rokeach	Lakkamatu uskumus, et kindel käitumise viis või eksistentsi lõppseisnud vastab personaalselt või sotsiaalselt eelistatud käitumisele või eksistentsi lõppseisundile. (Roe, 1999)
Meglino ja Ravlin	Väärtused on sügavad sisemised isikliku käitumise standardid, sest nad tuginevad inimese kogemusele. (Meglino, Ravlin <i>et al.</i> , 1988)
Schwartz	Ihaldatud seisundid, sihitised, eesmärgid või käitumised, mis on situatsiooniülesed ja rakenduvad normatiivsete standarditena alternatiivsete käitumiste vahel otsustamisel ja valimisel. (Roe, 1999)
Hofstede	Laiaulatuslik kalduvus eelistada kindlaid seisundeid teiste üle. (Roe, 1999)
Super	Eesmärk või psühholoogiline seisund, suhe või materiaalne seisund, mida inimene püüab saavutada. (Roe, 1999)

Allikas: autori koostatud

Tabelis 1 on välja toodud erinevate autorite poolt esitatud mõiste “väärtus” definitsioonid. Oluline on siinkohal mainida, et Schwartz eristab pakutud definitsioonis väärtused hoiakutest, viidates sellele, et väärtused on olemuselt üldisemad. Hoiakud on inimeste uskumused kindlate objektide või situatsioonide suhtes. Üks erinevus, mis veel hoiakuid ja väärtuseid eristab, on

see, et hoiakud võivad olla positiivsed või negatiivsed, samal ajal kui väärtused on alati positiivsed. (Roe, Ester, 1999) Tulenevalt tugevast sisemisest veendumusest kalduvad väärtused olema aja möödudes ka stabiilsemad kui hoiakud või uskumused. Väärtused arvatakse olevat inimeste käitumise stabiilsed mõjutajad, mida ei saa kergesti muuta või vahetada. Sellest tulenevalt võivad need ka oluliselt paremini ennustada inimese käitumist pikas perspektiivis. (Ravlin, Meglino *et al.*, 1988)

Kui inimene mõtleb enda isiklikele väärtustele, mõtleb ta eelkõige sellele, mis on tema jaoks elus oluline. Igal inimesel on mitmeid väärtuseid, millest igaüks on oluliselt erineva tähtsusega. Mõni konkreetne väärtus võib ühe inimese jaoks olla väga oluline, teise jaoks aga ebaoluline. Schwartzi väärtuste teooria selgitab väärtustekontseptsiooni, kus rõhutatakse kuute erinevat tunnust, mis on mitmete teoreetikute arvates rakendatavad (Schwartz, 2012):

1) Väärtused on uskumused, mis on mõju avaldamise lahutamatuks osaks. Kui väärtused on aktiveeritud, muutuvad nad tunnetega üheseks. Inimesed, kelle jaoks iseseisvus on oluliseks väärtuseks, muutuvad tähelepanelikuks siis, kui nende iseseisvus on ohus, meeleheitlikuks, kui nad on võimetud seda kaitsma ja õnnelikuks, kui nad saavad seda nautida.

2) Väärtused peegeldavad ihaldatud eesmärke, mis motiveerivad tegudele. Inimesed, kelle jaoks olulisteks väärtusteks on sotsiaalne kord, õiglus ja abivalmidus, on motiveeritud ka nende eesmärkide täitmisest.

3) Väärtused kanduvad üle spetsiifilistesse tegudesse ja situatsioonidesse. Näiteks kuulekus ja ausus väärtustena võivad tööl, koolis, äris või poliitikas sõprade või tuttavatega suheldes olla asjakohased. See tunnusjoon eristab väärtused normidest ja hoiakutest, mis tavaliselt peegelduvad konkreetsetes tegudes, nähtustes või situatsioonides.

4) Väärtused on kui standardid või kriteeriumid. Väärtused juhivad valikuid või hinnanguid tegutele, reeglitele, inimestele või olukordadele. Inimesed langetavad otsuseid tuginedes võimalikele tagajärgedele, mis neile armasaks saanud väärtustele omistatakse: mis on hea ja mis on halb, õigustatud või ebaseaduslik, väärt tegemist või eemale hoidmist. Väärtuste mõju igapäevaste otsuste langetamises on aga harva teadlik. Väärtuste olemasolust saavad inimesed teadlikuks juhtudel, mil teod või otsused, millele hinnangut antakse, omavad konfliktseid tagajärgi nende väärtuste suhtes, mida enda jaoks oluliseks peetakse.

5) Väärtused järjestatakse olulisuse alusel teineteise järel. Inimeste väärtused omandavad vormi korrastatud süsteemi alusel. Selle süsteemi alusel paneb inimene paika enda jaoks olulised prioriteedid. Taoline hierarhiline tunnusjoon eristab samuti väärtused normidest ja hoiakutest.

6) Erinevate väärtuste suhteline olulisus viib tegudeni. Igat hoiakut või käitumist saab tavaliselt seostada rohkem kui ühe väärtusega. Näiteks kirikus käimine võib väljendada traditsiooni, samas viidata ka hedonismile ja väärtuste stimuleerimisele. Kompromiss omavahel võistlevate väärtuste vahel juhib hoiakuid ja käitumisi. Väärtused mõjutavad inimeste tegevust siis, kui nad on kontekstile asjakohased (seeläbi suurema tõenäosusega aktiveeritavad) ja tegijale olulised.

Ka Schwartz ja Blisky (1987) nõustuvad, et väärtused suunavad inimese valikuid ja hinnanguid erinevate käitumiste või tegevuste suhtes. Olulised eesmärgid ärgitavad planeerima ning planeerimine tõstab tõenäoliselt eesmärgile suunatud käitumist. (Gollwitzer 1996) Bond, Leung ja Schwartz (1992) toovad välja, et väärtused selgitavad küll käitumismustreid, kuid mitte spetsiifilist käitumist. Empiirilised uuringud on tõestanud, et hüpoteetilistes situatsioonides tahavad inimesed käituda enda väärtustele vastavalt. Bardi ja Schwartz töid 2003. aastal välja, et inimesed pidasid väärtustepõhist käitumist tunnustavaks, sest nad said seda, mida eelistasid. (Koivula, 2008)

Mitmed teadlased on väitnud, et indiviidi käitumine on mitmete erinevate tegurite tulem. Üheks oluliseks teguriks on ka väärtused. Connor ja Becker töid 1979. aastal välja, et väärtused tagavad aluspinna indiviidile otsuste tegemiseks, mis juhib nad lõpuks otsust vastuvõtva käitumiseni. Williams tõi 1979. aastal välja, et väärtused saavad kriteeriumiteks nii hinnangute andmisel, eelistuste väljendamisel kui ka valikute tegemisel. Indiviidid toovad ka organisatsiooni kaasa enda isiklikud uskumused, tajud, eesmärgid, valikud ja tegevused. Olukordade ja inimeste hindamisel ning otsuste valikutel toetuvad inimesed samuti enda isiklikele väärtustele. (Thomas, 2013)

Väärtused on inimese käitumise stabiilsed mõjutajad ja neid ei saa kergesti muuta või vahetada. Sellest tulenevalt võivad need käitumist ennustada ka pikemas perspektiivis. Töötaja väärtuste

teadvustamist ja väärtuse sotsialiseerumisprotsessi mõistmist on organisatsioonide efektiivsuse tõstmiseks oluline mõista. (Ravlin, Meglino, 1988) Ka Suar ja Khuntia toovad välja, et väärtused juhivad inimese isiklikke, sotsiaalseid ja professionaalseid valikuid. Väärtused defineerivad ka seda, mida inimesed usuvad fundamentaalselt olevat õigeks või valeks. (Smola, Sutton, 2002)

Barth (1993) väidab, et suhe väärtuste, hoiakute ja käitumise vahel ei ole alati sirgjooneline. Kuigi kõik eelnevad kolm on omavahel tugevalt seotud, väidavad Kristiansen ja Hotte (1996), et need seosed on nõrgad. Sellest hoolimata annavad väärtused inimeste kohta olulist informatsiooni ja seetõttu on oluline neid ka põhjalikult uurida. (Koivula, 2008)

Rokeach põhjendas, et inimesed käituvad enda väärtustele vastavalt, sest soovivad, et nende uskumused ja teod oleksid omavahel kooskõlas. Lönnqvist, Leikas, Paunonen, Nissinen ja Verkasalo leidsid, et kahetsus viib väärtuspõhise käitumiseni. Nende uurimuste tulemustest selgus, et motiveerivate väärtuste jõudu võib mõista ka kontekstis, kus inimene vajab kahetsuse ees enesekaitset. (*Ibid.*)

Inimesed käituvad vastavalt enda väärtustele siis, kui nad järjepidevalt neile ei mõtle. Enamuse ajast opereerivad väärtused siiski väljaspool inimese teadvust, kuid mälus on need kogu aeg olemas. Väärtused kutsuvad esile ka emotsioone ning tulenevalt sellest ühendavad need inimeste kogemusi erinevate situatsioonide tajumisel. (*Ibid.*)

Väärtuseelistuste mõõtmiseks on välja töötatud mitmeid vahendeid, kuid populaarseimad neist on Rockeachi ja Schwartzi küsimustikud (Uljas, Post 2002). Mõned autorid on välja pakkunud, et väärtuseid tuleks eristada erinevatel individuaalsetel tasanditel ja kasutada psühhomeetrilisi tehnikaid nende väärtuste mõõtmiseks. Hästi tuntud näide on “Väärtuste Uuring”, mis koostati Allporti, Vernoni ja Lindzey poolt ja mis mõõdab teoreetilist, majanduslikku, esteetilist, sotsiaalset, poliitilist ja religioosseid väärtusi. Samuti on heaks näiteks Rokeachi Väärtuste Uuring. (Roe, Ester, 1999) D. Super on loonud “Väärtuste Uuringu”, mis katab altruismi, esteetilisuse, loominguulise, intellektuaalse stimulatsiooni, iseseisvuse, saavutuste, prestiiži, juhtimise, majandusliku kasu, turvatunde, ümbruskonna, suhete, partnerite, mitmekesisuse ja eluteega seotud väärtused. (Roe, Ester, 1999)

Empiirilised uuringud on tõestanud, et inimesed, kes muretsevad rohkem enda isiklike eesmärkide saavutamise pärast, väärtustavad rohkem võimu ja hedonismi ning teevad väiksema tõenäosusega ebaeetilisi otsuseid. Samuti on leitud, et isiklikud väärtused mõjutavad inimeste arusaama moraalist teatud käitumise suhtes organisatsioonisiselt. Senger leidis, et kui juhid hindavad enda alluvate kompetentsust, siis hindavad nad kõrgemalt neid, kellel on nende endaga sarnasemad väärtused. Ka see, kuidas töötajad tajuvad töökoha õhkkonda, peegeldab nende isiklike väärtusi. (Koivula, 2008)

Starke (2012) uuris enda magistritöös tegevdirektorite isiklike väärtuste mõju töötajate innovaatilisele töökäitumisele. Tulemustest selgus, et tegevdirektorid, kes väärtustasid avatust muutustele, mõjutasid positiivselt ka enda töötajate innovatiivset töökäitumist. Samal ajal need tegevdirektorid, kes väärtustasid pigem enesekesksust, mõjutasid enda töötajate innovatiivset töökäitumist negatiivselt.

1.2.1. Shalom Schwartzi eluväärtuste kontseptsioon

Shalom Schwartz nimetab väärtusteks ihaldatud seisundid, sihitised, eesmärgid või käitumised, mis on situatsiooniülesed ja rakenduvad normatiivsete standarditena alternatiivsete käitumiste vahel otsustamisel ja valimisel. (Roe, Ester, 1999)

Schwartzi järgi esindavad väärtused universaalseid eesmärke, mis tulenevad inimeste põhivajadustest (bioloogilised, sotsiaalse interaktsiooniga ning guruppide ja sotsiaalsete institutsioonidega seotud vajadused). Väärtused aitavad väljendada indiviidi või laiema grupi vajadusi, mille abil enda tegevusi õigustada ja uusi eesmärke seada. Schwartzi teooria võimaldab sarnase motivatsioonilise eesmärgiga üksikväärtusi ühendada teatud väärtustüüpideks. Need väärtused, mille motivatsioonilised eesmärgid teineteist eristavad, on omavahel negatiivses korrelatsioonis. Indiviidi tasandi hindamiseks on Schwartz aluseks võtnud kümme väärtustüüpi: enesejuhitavus, stimulatsioon, hedonism, saavutus, võim, turvalisus, sarnasus, traditsioon, heasoovlikkus ja universaalsus. Eelnimetatud väärtustüübid jagatakse omakorda teineteist vastandavateks suuremateks väärtusrühmadeks: **avatus muutustele**: muutustele orienteeritud väärtused (enesejuhtimine, stimulatsioon, hedonism) – **alalhoidlikkus**:

säilitamisele suunatud väärtused (traditsioon, sarnasus, turvalisus) ning **enesevälisus** ehk isetud väärtused (universalism, heatahtlikkus) – **enesekesksus** ehk isekad väärtused (võim, saavutused). (Uljas, Post, 2002)

Järgmiseks on defineeritud igaüks kümnest väärtusest, millest igaühel on laiem eesmärk. Igaüks neist väärtustest tugineb universaalsetele tingimustele ja peegeldab seotud väärtuste kontseptsiooni (Schwartz, 2012):

- **Enesejuhitavus.** Iseseisev mõtlemine ja tegude valik, loomine ja avastamine. Enesejuhitavus tuleneb organismi vajadustest kontrollida ning interaktsioonilistest nõudmistest autonoomisusele ja iseisesevusele. Siia alla kuuluvad loominguilisus, vabadus, võimalus valida oma eesmärgid, uudishimu ja iseseisvus. Samuti ka eneseaustus, intelligents ja privaatsus.

- **Stimulatsioon.** Huvi, uudsus ja väljakutsed elus. Stimuleeritud väärtused tulenevad organismi vajadusest mitmekesisusele ja stimulatsioonile eesmärgiga saavutada pigem optimaalne ja positiivne aktiveerituse tase. See vajadus seostub vajadustega, mis tuginevad enesejuhtimise väärtusele. Märksõnadeks on mitmekesine, huvitav ja väljakutsuv elu.

- **Hedonism.** Nauding või meelelist naudingut pakkuv rahuldus inimesele endale. Hedonismi väärtused tulenevad organismi vajadustest ja naudingust, mis on seotud nende rahuldamisega. Märksõnadeks on nauding ja elu nautimine.

- **Saavutus.** Isiklik edu läbi kompetentside demonstreerimise ja sotsiaalsete standardite. Saavutus väärtustab kompetentside demonstreerimist kultuuriliste standardite kohaselt ja sealjuures sotsiaalset heakskiitu taotledes. Märksõnadeks on ambitsioonid, edu, võimelisus, mõjutatavus, intelligentsus, eneseaustus ja sotsiaalne tunnus.

- **Võim.** Sotsiaalne staatus ja prestiiž, kontroll või domineeritus inimeste ja ressursside üle. Võimu väärtus võib väljenduda indiviidide vajadustes domineerida ja kontrollida. Väärtuse analüüsijad on välja toonud ka võimu väärtused. Märksõnadeks on autoriteetsus, jõukus, sotsiaalne võim, avalik kuvand ja sotsiaalne tunnustus.

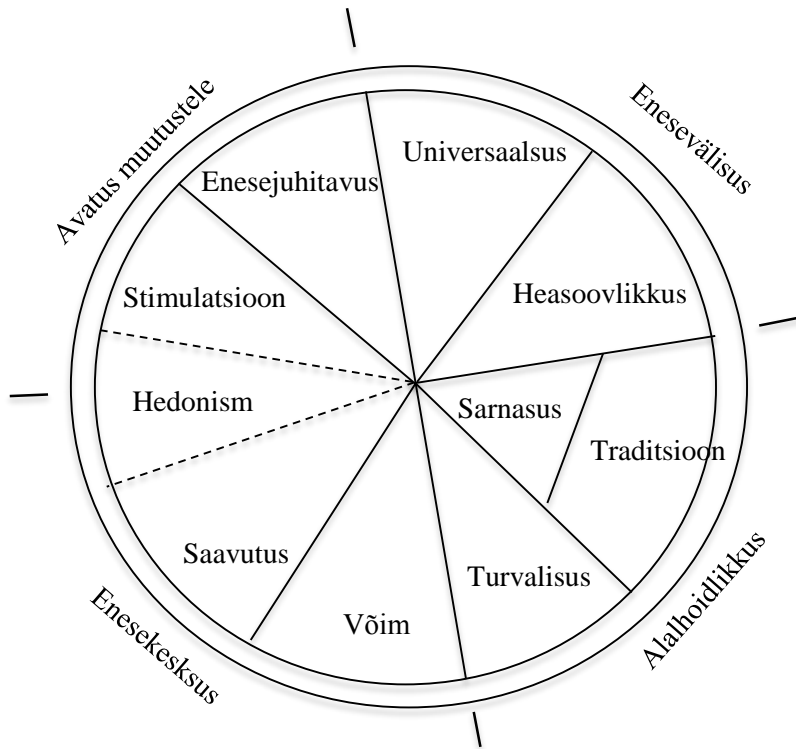
- **Turvalisus.** Turvalisus, harmoonia ja stabiilsus ühiskonnas, suhetes ja iseendas. Turvalisuse väärtused tulenevad indiviidi ja grupi põhitingimusest. Mõned turvalisuse väärtused teenivad põhiliselt indiviidi hüvesid (nt puhtus), teised laiema grupi hüvesid (nt rahvuslik turvatunne). Märksõnadeks on sotsiaalne kord, perekonna turvalisus, rahvuslik turvalisus, puhtus. Samuti tervislikkus, kuuluvustunne ja mõõdukus.

- **Sarnasus.** Tegevuste piirang, kalduvused ja ajend teisi ärritada või neile haiget teha. Sotsiaalsete ootuste ja normide rikkumine. Sarnasuse väärtused toetuvad tõekspidamistele, et iniviidid keelavad kõrvalekaldeid, mis võivad segada või õõnestada sujuvat interaktsiooni ja grupi toimimist. Sarnasuse väärtused rõhutavad vaoshoitust igapäevastes interaktsioonides. Märksõnadeks on sõnakuulelikus, enesedistsipliin, viisakus, vanemate ja vanurite ausatamine. Samuti ka lojaalsus ja vastutustundlikkus.

- **Traditsioon.** Traditsiooni märksõnadeks on austus, pühendumine ja teiste kultuuride ning religioonide poolt pakutud ideede aktsepteerimine.

- **Heasoovlikkus.** Heasoovlikkuse all mõeldakse eelkõige heaolu säilitamist ja parandamist nende inimestega, kellega tihedas personaalses kontaktis ollakse.

- **Universaalsus.** Märksõnadeks on arusaamine, tunnustamine, tolereerimine ja inimeste heaolu ja looduse kaitsmine.



Joonis 1 Väärtustüüpidele tuginev suhete struktuur Schwartzi väärtuste hindamise teooria alusel

Allikas: Ros, Schwartz *et al.*, 1999

Schwartzi teooria võimaldab analüüsida väärtuste püsiva struktuuriga terviklikku süsteemi. See aga omakorda annab võimaluse luua seoseid väärtuste süsteemi ja teiste muutujate vahel. Taoliste uurimuste eesmärgiks on leida, kuidas on väärtushinnangud seotud hoiakute ja käitumisega. (Uljas, Post, 2002) Eelnevast tulenevalt võtab autor magistriöös individuaalsete väärtuste hindamisel aluseks Schwartzi väärtustüüpidele tugineva suhete struktuuri.

1.2.2. Tööväärtused

Kuna tööväärtused peegeldavad eesmärke ainult töökeskkonnas, on need oluliselt spetsiifilisemad kui individuaalsed väärtused. Nagu ka individuaalsed väärtused, on tööväärtused uskumused, mis puudutavad soovitud lõppseisundeid (nt kõrge palk) või käitumist (inimestega töötamine). Erinevad tööväärtused järjestatakse olulisuse alusel juhindudes olulisematest printsiipidest ning alternatiivide vahel valimisest. Tööväärtused, mida tavaliselt

uuritakse, on siiski üsna laialdased – need peegeldavad seda, mida inimene töö tegemisest üldiselt ootab, kuid mitte nii väga seda, mida konkreetselt ametipositatsioonilt oodatakse. (Ros, Schwartz *et al.*, 1999)

Ka Urwin ja Parry (2011) toovad välja, et kui väärtused on defineeritavad selle kaudu, mida inimesed fundamentaalselt õigeks või valeks peavad, siis tööväärtusi mõistatakse samas kontekstis, kuid selle erinevusega, et tegevus toimub töökeskkonna põhiselt. Dose väitel tuleks tööväärtustest mõelda kui hinnangutest töö ja töökeskkonna suhtes, mida valikute tegemisel aluseks võtta (Smola, Sutton, 2002). Tööväärtustel on töökeskkonnas oluline mõju veel seetõttu, et töötaja hindab, kas see, mida tööandja talle pakub, sobitub sellega, mis inimese enda jaoks oluline on. Nii on tööväärtused seotud töörahulolu ja (tööle ning organisatsioonile) pühendumisega. Edukas juhtimisstiil tähendab eelkõige oskust juhtida erinevaid töötajaid nii, et nad kõik toodaksid lõppkokkuvõttes ka organisatsioonile ärilist kasu.

Tööväärtuseid on iseloomustatud ka töötaja hoiakute kaudu. Hoiakutes väljendub eelkõige see, mida töötajad enda tulevaselt tööandjalt ootavad. Tänapäeval ei ole aga töötaja ootuste täitmine tööandja jaoks enam nii lihtne, sest moderne töötaja ootab, et talle võimaldataks nii otsuste tegemist, probleemide lahendamist kui ka vigade otsimist ja juhtimist. (Smola, Sutton, 2002)

Põhiväärtused jaotuvad Ros, Schwartz *et al.* (1999) järgi nelja tüüpi tööväärtusteks: sisemised, välised, sotsiaalsed ja võimu/prestiiziga seotud. Algselt piirduti siiski kolmese jaotusega: (1) **sisemised** ehk indiviidi või inimese enesemääratlusega seotud väärtused; (2) **välised** ehk turvalisuse või materiaalsusega seotud väärtused ja (3) **sotsiaalsed** või suhetega seotud väärtused. Esimest kahte tüüpi tööväärtuseid võib vaadelda kui kõige kõrgema olulisusega põhiväärtusi (üldisi eluväärtusi). Isiksusega seotud väärtused väljendavad otseselt avatust muutustele ning on seotud sellega, et inimesed väärtustavad iseseisvust, huvi, avatust ja loomingulisust. Välised väärtused väljendavad vajadust turvatunde ja korra järgi. Samas on kõik, mis seostub prestiiži, autoriteedi, mõjutamise, võimu ja saavutustega, tööuurimuste puhul tavaline. Sellest tulenevalt on eelnevalt viidatud autorite hinnangul põhiväärtuste teooriale tuginedes oluline käsitleda neid ka omaette grupina.

D. Elizur jagab tööväärtused nende tulemi järgi: 1) instrumentaalsed väljundid nagu töötingimused ja hüved; 2) kognitiivsed väljundid nagu huvi ja saavutusvajadus; 3) afektiivsed väljundid nagu suhted kolleegidega. See teooria on oma olemuselt sarnane eelmisega. (Ros, Schwartz *et al.*, 1999)

Tööväärtuste erinevus on tänapäeval töökeskkonnas oluliseks teemavaldkonnaks. Kui juhid tulevad enda töötajate väärtuste muutumisega kaasa, võivad need väärtuste süsteemid ulatuslikult mõjutada ka organisatsiooni üldiseid väärtusi. Kui juhtimissüsteemides toimub muutus ühe generatsiooni pealt järgmisele, saab ka organisatsioon uue generatsiooni väärtustest mõjutatud. Personalijuhtimise kontekstis on oluline arvestada, et väärtustel on ulatuslik mõju tervele organisatsioonikultuurile, sh tööetikale, edu käsitlesele ja isegi ebaedule. Ka uuringute tulemused on näidanud, et tööväärtused on ennekõike mõjutatud generatsioonidepõhistest kogemustest ja vähem vanusest või töötajate küpsusest. (Smola, Sutton, 2002)

1.3. Y-generatsioon ja tööelu

Y-generatsiooni puhul peetakse puudulikeks selliseid oskuseid nagu kuulamine, suhtlemine, iseseisev mõtlemine, ajajuhtimine, meeskonnatöö, pühendumus ja hea tööetika. Samuti on leitud, et sellel generatsioonil on lühike keskendumisvõime. Tööandjate suhtes peetakse neid skeptilisteks, autoriteetide suhtes ükskõikseteks ja oma tööeesmärkide suhtes iseseisvalt toime-tulevaks. (D' Netto)

Y-generatsioon on hetkel värskem, kes on tööturule sisenenud või seda iga hetk tegemas. Mitmete valdkondade esindajad on väitnud, et väljakutsed ja võimalused seonduvad selle generatsiooni puhul eelkõige koolitustega. Peamiste tööväärtustena hinnatakse veebipõhist sotsiaalset ühendatust, meeskonnatööd, väljendusvabadust, lähedasi suhteid autoriteetidega (sh enda vanematega), loovust, töö-eraelu paindlikkust ja võimalust kasutada tehnoloogiat. Tööd eelistatakse teha gruppides ja omandada "käed küljes" kogemusi. (Eckleberry-Hunt, Tucciarone, 2011) Erickson on välja toonud, et selle generatsiooni töölekandideerijad uurivad tööandjate käest ka tihti, mida on organisatsioon teinud ühiskonna või seda ümbritseva keskkonna heaks. (Reilly, 2012)

Võrreldes varasemate generatsioonidega soovitakse töökohal rakendada enam loomingulisust. Kui mitmed selle generatsiooni esindajad väidavad, et töötasu on töö tegemise juures oluliselt indikaatoriks, selgub uuringutest, et soopõhises arvestuses on sellest näitajast juhindatud peamiselt noored naised. Meeste seas ei ole see näitaja võrreldes varasemaga oluliselt muutunud. Tulemustest selgub ka, et selle generatsiooni naistel on töötasu osas samasugused ambitsioonid nagu nende meeskolleegidel. (*The Council of Economic Advisers*, 2014)

2007. aastal viidi keskkooli lõpetajate seas läbi uuring, mille tulemusena selgus, et Y-generatsioon hindab isiklikku lõbu ja karjääriedu, töötamist toetavas töökultuuris, kuid samuti ka koolitust ja arengut. Ka Terjeseni läbi viidud sarnasest uuringust selgus, et kõige atraktiivsemaks pidasid noored neid organisatsioone, mis pakkusid mitmekesiseid võimalusi koolitusteks ja arenguks, hoolisid enda töötajatest eelkõige kui inimestest ja tagasid selged võimalused pikaajaliseks karjääriarenguks. Oluliseks peeti ka igapäevatöö variatiivsust ja dünaamilisi tulevikuperspektiive. (Urwin, Parry, 2011)

Karjäärialane edu ei puuduta mitte ainult indiviide, vaid ka organisatsioone, sest töötajate personaalne edu väljendub kokkuvõttes ka organisatsiooni edus. (Ng, Eby *et al.*, 2005) Mitmed uuringud on tõestanud, et inimkapitalile toetuvad tegurid on inimese käitumise puhul kõige usaldusväärsemateks tuleviku käitumise ennustajateks. Inimkapitali puhul viidatakse eelkõige indiviidi hariduslikule, personaalsele ja professionaalsele kogemusele. Kõik eelnimetatud mõjutavad ka karjäärialaseid saavutusi ning neid nähakse tihtipeale karjäärialase edu ennustajatena. (Ng, Eby *et al.*, 2005)

Stabiilsed individuaalsed erinevused peaksid karjäärialase edu saavutamisel mängima olulisemat rolli, sest karjäär avaneb aja jooksul ja seda juhib tihtipeale inimese lakkamatu hoiak ja käitumine. Karjääriplaneerimine on oluline ka põhjusel, et tagada karjäärialane areng. See on tihtipeale juhindatud inimese sisemistest hoiakutest. (Ng, Eby *et al.*, 2005)

Organisatsiooni personalijuhtimise strateegiate väljatöötamisel on Y-generatsiooniga arvestamine oluline. Läbi eduka planeerimise, värbamise ja koolitustegevuse saab luua organisatsiooni edu saavutamiseks vajalikud tegurid. (Crumpacker, 2007) Järgnevalt

keskendubki autor olulisimate väärtuste välja toomisele, mida Y-generatsioon töö juures hindab. Personaliosakond saab neid teadmisi rakendada nii värbamise, koolituste, töötulemuste hindamise kui ka töötasustamise juures. Väidetavalt juhindub Y-generatsioon töökoha valikul sellest, et töö oleks huvitav ja töö-eraelu tasakaalus; ollakse nõus palju töötama, kuid tööd ei tehta selleks, et elada. Autori hinnangul on tööandjatel erinevate strateegiate väljatöötamisel kasulik lähtuda asjaolust, et töötamine peab olema lõbus – nii kaasatakse noored oluliselt paremini organisatsiooni tegevusse. (D' Netto)

1.3.1. Värbamine

Värbamine on viimase kümne aasta jooksul oluliselt muutunud. Organisatsioonid toetuvad üha enam internetipõhiste värbamistehnoloogiatele. Kodulehekülge peetakse organisatsiooni informatsiooni jagamise seisukohalt oluliseks kanaliks ja selle kaudu on hea jagada informatsiooni ka vabade töökohtade kohta. Ideaalis peab kodulehekülge tööotsija jaoks lihtsustama tööle kandideerimise protsessi. (*Society for Human Resource Management, 2015*)

Tehnoloogia roll värbamises toob kasu nii tööandjale kui ka tulevasele töötajale. Internet (eriti sotsiaalmeedia) on värbamisprotsessi tööandjate jaoks muutnud mugavamaks, sest võimaldab ligi pääseda potentsiaalset töötajat puudutavale informatsioonile. Tulevaste töötajate jaoks jagavad internetileheküljed olulist informatsiooni ka tööandja kohta. See värbamisstrateegia on kasulik mõlemale osapoolle, kuid kohanub hästi ka Y-generatsiooni üldise olemusega, sest võimaldab olulist paindlikkust. (Brown, Carter *et al.*)

Värbamisel on oluline selgitada ka organisatsiooni eesmärke laiemalt, et siduda need töötajate enda eesmärkidega. Nii tekib töö sisule ka töötajate jaoks tähendus. Oma olemuselt peab organisatsioonikultuur toetama ka õppimist ja pakkuma järjepidevalt väljakutseid. Värbajatel on oluline veel arvestada, et selle generatsiooni töötajad jäävad üsna ebatõenäoliselt organisatsiooni püsima kauemaks kui viieks aastaks. Sellest tulenevalt on ka oluline luua selline sisemine kliima, mis motiveeriks läbi teadmiste arendamise ja rahaliste stiimulite tugevdama seotust organisatsiooniga. (Brown, Carter *et al.*)

Värbajatel on oluline arvestada ka töötingimustega, mida noored tööle asudes hindavad. Organisatsiooni töökeskkond on tõusnud üheks olulisimaks teguriks töökohta valikul. Uuringus osalenud Y-generatsiooni töötajatest 72% väitsid, et töökeskkond on üks motivatsiooni tugevalt mõjutavatest teguritest. Uuringu tulemustest selgus ka, et noored ei otsi töökohta, kus lihtsalt kellast kellani kolleegidega suhtlemata paigal istuda. Eelkõige otsitakse töökohta, kus oleks võimalik enda eesmärged realiseerida, kuid samal ajal ka hästi aega veeta. Paljud organisatsioonid on eelnevast tulenevalt ka tänaseks mõistnud töökeskkonna olulisust noorte jaoks ja tulnud neile selles osas vastu. (Meier, Stephen *et al.*, 2010)

1.3.2. Koolitused

Koolitused ja areng on selle generatsiooni puhul olulisteks organisatsioonikultuuri komponentideks. Oluline on see, et töötajad saaksid pidevalt midagi uut õppida ja enda oskusi arendada. Personaliosakonnad saavad sellisel eelkõige pakkuda selliseid võimalusi nagu töökohapõhine koolitus, rotatsioon, juhendamine, treeningud või akadeemiline haridus. (D' Netto)

Oluline on organisatsiooni luua ka mentorlusprogramm. See võimaldab vanematel töötajatel jõuda Y-generatsiooni töötajateni ning pakkuda neile uude keskkonda sisseelamisel toetust. Nii saab edukalt tundma õppida ka Y-generatsiooni väärtusi. Samuti saavad vanemad töötajad selgitada neid nägemusi, mis Y-generatsioonile võõrad on. Kui noored tunnevad seeläbi, et nende töö on eesmärk, suudavad nad säilitada ka motiveerituse ning jääda avatuks juhiste ja kogu juhtimise suhtes. Töötajad, kes on eelarvamusteta, on avatud ka kasvule ja arengule. Ideid ja teadmisi saab edukalt üle kanda ka läbi generatsioonide senikaua, kuni ollakse avatud uutele ja vanematele ideedele ning suudetakse leida viise, kuidas neid igapäevaselt töökeskkonnas kasutada. (Meier, Stephen *et al.*, 2010)

Kui vanemad töötajad eelistavad oskuste arendamist läbi kindlate valdkondade, siis nooremad töötajad eelistavad pigem juhtimiskoolitusi. Kuna koolitusvajadused on generatsioonide põhiselt erinevad, peavad personalitöötajad sobitama koolitused töötajate spetsiifiliste vajadustega ja tagama sobivad koolitused kõikidele töötajatele. (Tolbize, 2008)

1.3.3. Töö hüvitamine

Geraci ja Chen leidsid 2007. aasta uuringus, et 56% kogu maailma Y-generatsioonist väidab, et valiksid pigem töökoha, kus saaksid järgida enda kirge. 44% valiks töökoha, kus on kõrgem töötasu. *BSG Concours Study 2007.* aastal leidis, et kuigi raha on Y-generatsiooni jaoks oluline, võivad töökoha valikul saada määravaks siiski töö-eraelu tasakaal, eriti paindlikud töötunnid ja vaba aeg. 2003. aastal uuris Boswell tööintervjuusid nende erinevates staadiumites ja leidis, et tegurid, mis kõige enam töötajate otsust mõjutavad, olid järgnevad: organisatsioonikultuur, töö olemus, töötasu ja -hüved. (Brown, Carter *et al.*)

Organisatsioonid peavad tagama ka välisele- ja sisemisele õiglusele tugineva töö hüvitamise süsteemi. Väliseid hüvesid saab stimuleerida töötasu kaudu, sisemisi hüvesid aga tehtava töö eest õiglast töötasu makstes (siinkohal on oluline arvestada, et töötasu oleks võrdne teiste sarnaste tööde eest makstava tasu ja tööturu hetkeseisuga). Kuna selle generatsiooni tähelepanuvõime on suhteliselt lühike, peavad tunnustus ja hüved saabuma kiiresti. Uuringutest on selgunud, et kuni 60% sellest generatsioonist hindab oluliseks töötasu, hüvesid ja teisi kompensatsioonile viitavaid motiveerivaid tööteureid. (D' Netto)

Töötasustamise puhul on oluline arvestada asjaoluga, et noored ei plaani ühte organisatsiooni kauaks püsima jääda. Nii X- kui ka Y-generatsiooni töötajad ei ole üles kasvanud ootustega, et töökoht neile turvatunnet pakuks. Eelnevast tulenevalt ei saa nende poolehoidu võita ka strateegiatega, mis viitavad kaugemale tulevikule - nt pensionisammaste kindlustamise kaudu. Selleks, et Y-generatsiooni töötajaid motiveerida, tuleb eelkõige keskenduda nendele hüvedele, mis on kiiresti saavutatavad ja mida nad kõige enam väärtustavad – nt paindlikkusele, mis balansseeriks nende töö- ja eraelu. (Reilly, 2014)

Lisaks eelnevale on varasemast olulisemaks muutunud ka organisatsioonisisese üritused või traditsioonid, mis toimuvad väljaspool kontorit. Juhid on hakanud mõistma, et just sellise töökeskkonna loomine või tegevuste olemasolu on vajalik selleks, et noored töötajad püsiksid värskete ja motiveerituna. (Meier, Stephen *et al.*, 2010)

1.3.4. Töötulemuste hindamine

See generatsioon ootab oma ülemustelt pidevat tagasisidet ja toetust. Ilmselt tuleneb see nende tugevatest sidemetest oma vanematega, kes on samuti neile järjepidevalt tagasisidet andnud. Oma juhtidelt ootavad nad ka pidevat suunamist. Nad mõistavad hästi, millist rolli mängib ülemus nende karjääri arengus ja otsivad võimalusi, kuidas nende käest õppida. Tööandjate jaoks on oluline on ka teada, et Y-generatsioon näeb läbikukkumist ennekõike kui motivaatorit, mitte kui heidutajat. Lisaks nähakse läbikukkumises võimalust arendada enda töötulemuslikkust (*work performance*). (Brown, Carter *et al.*)

Töötulemuslikkuse hindamine peab toimuma tihendamini kui korra aastas. 2006. aastal *Hudson Multigenerational Survey* poolt läbi viidud uuringust selgus, et üks neljandik nii Y- kui ka X generatsiooni töötajatest väitsid, et sooviksid enda ülemuselt tagasisidet vähemalt korra nädalas, kui mitte iga päev. Kui tööandja ei võimalda enda töötajale kohtumisi vähemalt korra kvartalis, ei paku ta neile arenguks võimalust sellisel tasemel nagu nemad seda vajaksid. Nende tagasisidestamine vajab aga kohandatud lähenemist. Nooremad töötajad ei soovi töötulemuslikkuse hindamist lihtsalt „läbida“. Efektiivne mentorlussuhe Y-generatsiooniga saab toimida juhul, kui neil võimaldatakse enda tööd teha võimalikult iseseisvalt. Mentorina tuleb X-generatsioonil mõista, et Y-generatsioon töötab nendega koos, kuid mitte nende heaks. Alustada tuleb eelkõige nende informeerimisest ootuste suhtes ja selle suhtes, kuidas nende progressi mõõtma hakatakse. Samuti tuleb neile kinnitada, et neil on olemas tugi, kes nende uute oskuste õppimist toetab. (Reilly, 2014)

Oluline on ka selge arusaam võimalikust karjääriarengust. Samuti teadmised sellest, mida konkreetselt teha selleks, et karjääriredelil tõusta. Pidev konstruktiivne tagasiside on motiveerimise ja kaasatuse jaoks vajalik. (D' Netto) Tagasiside juures tuleb oluliseks pidada järgnevat (*The Humane Society of the United States*):

- Sage töötulemuslikkuse hindamine. Aastase või pooleaastase perioodi asemel tuleb kaaluda kvartalipõhist tagasisidestamist (töötulemuslikkuse hindamist). Veenduda tuleb selles, et sellele pühendatakse tõesti aega ja et see tagasiside, mida neile antakse, oleks ka asjakohane.

- Avatus. Kolleegide avalik hindamine kõikide meeskonnakaaslaste suhtes. Hindamisel tuleks aluseks võtta tulemused, mida iga töötaja nädalase perioodi jooksul saavutanud on. Töötajatel palutakse ka põhjendada, miks nad niimoodi hääletanud on – miks on üks töötaja valitud parimaks ja kuidas saaksid teised areneda. Seda informatsiooni on võimalik kasutada ka formaalsetel töösoorituste hindamisel.

- Kuulamine. Uusi töötajaid tuleb tervitada uute ideede ja väskete perspektiividega. Y-generatsiooni töötajad soovivad otsuste tegemisel osaleda. Siiski võib teatud kollektiivides juhtuda, et vanemad töötajad ei lase noortel otsustusprotsessis osaleda enne kui nad selle võimaluse “välja on teeninud”. Oluline on julgustada kõiki töötajaid enda nägemust genereerima, sest erinevad nägemused loovad kreaatiivsust ja innovatsiooni.

Uuringutest selgub, et selle generatsiooni puhul on tugev korrelatsioon töörahulolu ja juhtimisstiili vahel. Juhtimisstiili hinnatakse üheks kõrgeimaks motivatsiooniteguriks. Y-generatsioon peab olema võimeline ka enda juhti uskuma. See aga omakorda tähendab, et juhid peavad neisse uskuma ja näitama, et nad väärtustavad oma töötajaid. Suhted otsese juhiga on samuti olulised – enda ülemuses soovitakse näha suunajat ja pidevat tagasisidestajat. Oodatakse, et nendel juhtidel oleksid vähemalt sama head teadmised ja vähemalt sama kõrge haridustase kui neil endal. (D' Netto)

2. EMPIIRILINE UURIMUS

Empiirilises uuringus otsib autor vastuseid järgmistele küsimustele:

- 1) Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad individuaalsed väärtused?
- 2) Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad tööväärtused?
- 3) Kui selged on üliõpilaste karjäärieesmärgid?

2.1. Meetod

Uurimisküsimustele vastuste saamiseks viis autor läbi ankeetküsitluse. Uuringu sihtrühma moodustasid majanduse eriala või peeriala valinud üliõpilased Tallinna Tehnikaülikoolis, Tallinna Tehnikaülikooli Tallinna Kolledžis ja Tallinna Ülikoolis. Andmeid koguti ajavahemikus 07.03.2016 – 22.03.2016 loengute alguses autori poolt. Valim moodustus seega mugavusvalimina bakalaureuse- kui ka rakenduskõrgharidusõppe üliõpilastest. Täpsemad andmed valimi kohta on välja toodud Tabelis 2.

Tabel 2 Valimi karakteristikud

Valimi statistika	
Valimi suurus	230
Vanuseline jaotus	19–40 aastat
Keskmine vanus	22 aastat
Sooline jaotus	72,6% naised 27,4% mehed
Töötavad/mittetöötavad	40% töötavad 60% ei tööta
Kursuseline jaotus	
1. kursus	68,7%
2. kursus	23,3%
3. kursus	6,6%
4. kursus	1,3%

Allikas: autori koostatud

Ankeet on esitatud Lisas 1. Schwartzi individuaalsete väärtuste teooria (*The Basic Values of Schwartz Theory*) oli aluseks ankeedi esimese osa loomisel. Tööväärtuste ploki moodustavad 24 üksikväärtust, mida paluti hinnata 6–palli süsteemis (1=kindlasti ei ole oluline...6=kindlasti oluline). Seejärel paluti vastajatel järjestada viis kõige olulisemat tööga seotud väärtust ja viis kõige vähem tähtsat tööga seotud väärtust. Tööväärtuse küsimustik pärineb L. Randmanni doktoritööst (2013).

Karjäärieesmärkide selgust mõõdeti 6–väitelise skaala alusel (Patton, Creed, Peter, 2007). Seda skaalat on kasutanud ka K. Habicht enda magistritöös 2007. aastal. Nõustumist väidetega (nt “Mul on tulevikuks selged eesmärgid”) paluti hinnata 5-palli süsteemis (1 – “ei nõustu üldse”, 5 – “nõustun täielikult”). Originaalskaala puhul saadi sisemiseks reliaabluskoeffitsendiks .90. Suurem tulemus antud skaalal tähistab suuremat karjäärieesmärkide selgust. (Patton, Creed, Peter, 2007).

Tulemuste statistiline töötlus viidi läbi programmides SPSS ja MS Excel. Andmete analüüsimisel kasutati kirjeldava statistika meetodeid, korrelatsioonanalüüsi ja grupikeskmiste võrdlemiseks t-testi. Andmete presenteerimiseks kasutatakse tabelleid ning radardiagramme.

2.2. Tulemused

Tulemuste esitamisel lähtutakse järgmisest loogikast: esmalt tutvustatakse üldpilti (kõigi vastanute hinnanguid). Seejärel võrreldakse töö käivate (töökogemusega) ja töökogemuseeta vastajate hinnanguid. Vastajate vanus, kursus ja sugu ei diferentseerinud tulemusi.

2.2.1. Individuaalsed väärtused

Autor püstitas esimeseks uurimisküsimuseks: „Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad individuaalsed väärtused?“. Selleks, et leida sellele uurimisküsimusele vastus, palus autor vastajatel hinnata enda jaoks olulisi elulisi (individuaalseid) väärtusi. Andmeanalüüsi tulemusena (vastajate koguprotsentsent, kes valis vastusevariandi „alati oluline“) selgus, et protsentuaalselt oli koguvalimis kõige hinnatumaks väärtuseks **turvalisus** (76%). Pingereas teisele kohale hinnati **hedonismi** (67%) ja kolmandale kohale **saavutusi** (59%). Kõige

madalamalt hinnati **võimu** (11%), **traditsioone** (17%) ja **universaalsust** (21%).

Turvalisuse väärtust tõlgendati uuringu kohaselt eelkõige tasakaalu olemasoluna nii töö-, perekui ka isikliku elu suhtes. Hedonismi tõlgendati elu nautimise kaudu ning saavutusi isikliku edu ja teiste inimeste tunnustuse kaudu. Teisisõnu hindavad üliõpilased elus enim seda, et: 1) aeg erinevate tegevuste vahel jaguneks võrdselt; 2) et elu oleks võimalik nautida ning; 3) saabuks isiklik edu ja sealjuures ka teiste inimeste tunnustus saavutatu üle.

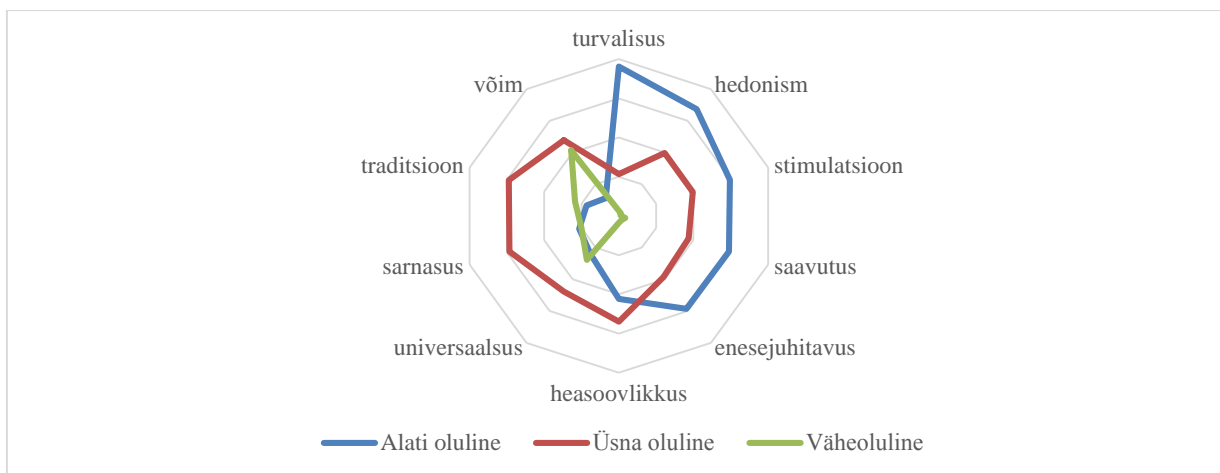
Võimu all selgitati väärtusena eelkõige positsiooni ühiskonnas ja võimu olemasolu teiste inimeste üle. Traditsioone selgitati mineviku mäletamise, kultuuri säilitamise ning tavade ja kommete järgmise kaudu ning universaalsuse väärtust heatahtlikkuse ja teiste inimeste abistamise kaudu. Eelnimetatud väärtuseid ei pidanud üliõpilased enda jaoks märkimisväärselt oluliseks. Ülejäänud väärtuste protsentuaalne jaotus pingerea alusel on välja toodud Tabelis 3.

Tabel 3 Väärtuste pingerida koguvalimis erinevate vastusevariantide lõikes, %

Jrk nr	Alati oluline	Üsna oluline	Väheoluline
1	Turvalisus (76%)	Traditsioon (59%)	Võim (41%)
2	Hedonism (67%)	Sarnasus (58%)	Universaalsus (27%)
3	Saavutus (59%)	Heasoovlikkus (53%)	Traditsioon (23%)
4	Stimulatsioon (59%)	Universaalsus (47%)	Sarnasus (20%)
5	Enesejuhitavus (58%)	Võim (47%)	Saavutus (3%)
6	Heasoovlikkus (42%)	Stimulatsioon (39%)	Heasoovlikkus (3%)
7	Sarnasus (24%)	Enesejuhitavus (38%)	Turvalisus (2%)
8	Universaalsus (21%)	Saavutus (37%)	Enesejuhitavus (2%)
9	Traditsioon (17%)	Hedonism (30%)	Hedonism (1%)
10	Võim (11%)	Turvalisus (21%)	Stimulatsioon (1%)

Allikas: autori koostatud

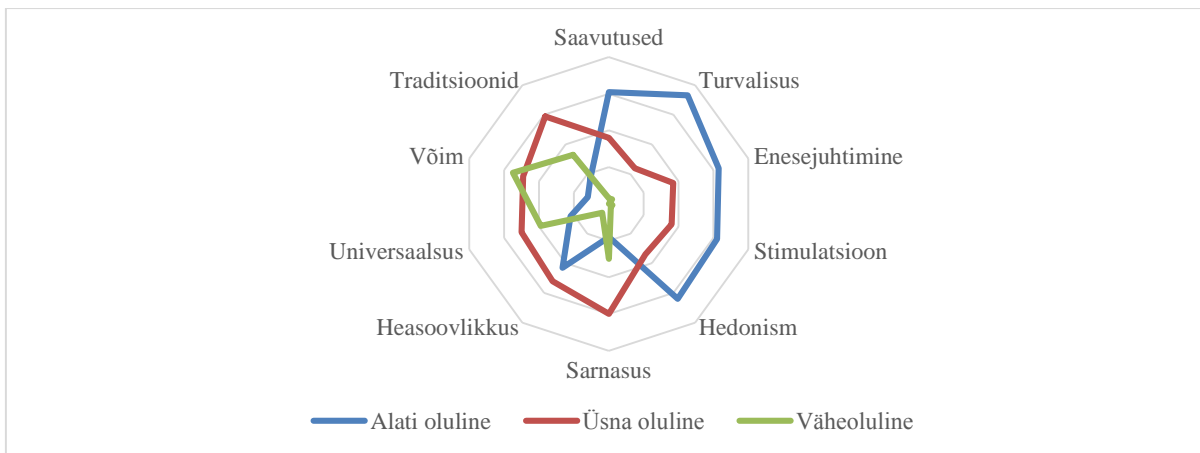
Individuaalsete väärtuste tulemused on kuvatud ka vastuste võrldusena (alati oluline – üsna oluline – väheoluline) Joonisel 2.



Joonis 2 Üliõpilaste individuaalsed väärtused koguvalimis, %
Allikas: autori koostatud

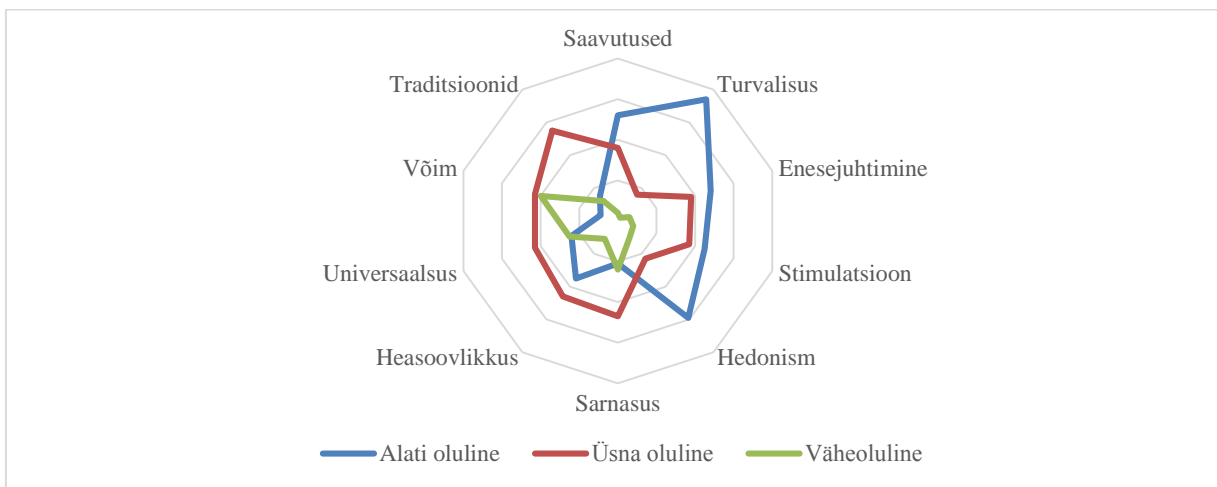
Toetades Meglino, Ravlin jt (1988) seisukohta, et väärtused on sügavad sisemised isikliku käitumise standardid ning tuginevad inimese kogemusele, otsustas autor individuaalseid väärtusi analüüsida töökogemusest sõltuvalt. Analüüsi tulemusest selgus, et töötavate ja mittetöötavate vastajate individuaalsete väärtuste vahel esinesid mõningad erisused, mis on toodud Joonistel 3 ja 4.

Joonisel 3 on välja toodud töötavate üliõpilaste individuaalsed väärtused (skaalal alati oluline – üsna oluline – väheoluline). Ka töötavate üliõpilaste lõikes hinnati protsentuaalselt kõige olulisemaks väärtuseks **turvalisust** (73%), teiseks hinnati oluliseks **hedonismi** (64%) ja kolmandana **enesejuhitavust** (63%). Töötavate üliõpilaste grupis hinnati kõige madalamalt **võimu** (12%), **sarnasust** (18%) ja **traditsioone** (17%).



Joonis 3 Töötavate üliõpilaste individuaalsed väärtused, %
Allikas: autori koostatud

Joonisel 4 on välja toodud mittetöötavate üliõpilaste individuaalsed väärtused (skaalal alati oluline – üsna oluline – väheoluline). Mittetöötavate üliõpilaste lõikes peeti protsentuaalselt kõige olulisemaks väärtusteks **turvalisust** (74%), millele järgnesid **hedonism** (59%) ja **saavutused** (52%). Kõige madalamalt hinnati **võimu** (9%), **traditsioone** (15%) ja **sarnasust** (21%).



Joonis 4 Mittetöötavate üliõpilaste individuaalsed väärtused, %
Allikas: autori koostatud

Jooniste 3 ja 4 võrdluses selgub, et mõlemas grupis (nii töötavate kui mittetöötavate üliõpilaste seas) hinnati kõige olulisemaks väärtuseks **turvalisust**. Teisele kohale hinnati mõlema grupi puhul **hedonismi**. Protsentuaalne vastuste arv hedonismi puhul oli mittetöötavate üliõpilaste

grupis siiski madalam (võrldusena 59% ja 64%). Töötavate üliõpilaste grupis hinnati protsentuaalsete vastuste arvu järgi kolmandale kohale **enesejuhitavust** (64%), mittetöötavate üliõpilaste grupis **saavutusi** (52%). Kõige madalamalt hinnati mõlemas grupis **võimu**. Töötavate üliõpilaste grupis järgnes võimule **sarnasus** (18%), mittetöötavate üliõpilaste grupis aga **traditsioonid** (15%), millele järgnes **sarnasus** (21%). Töötavate üliõpilaste grupis järgnes vastupidiselt teisele grupile **traditsioon** (17%). Kuigi töötavate ja mittetöötavate üliõpilaste individuaalsete väärtuste vahel esinevad teatud erisused, hinnatakse mõlema grupi puhul üldjuhul siiski samu väärtuseid ning märkimisväärseid erinevusi nende gruppide vahel ei täheldatud.

Autor viis läbi ka väärtustüüpide omavahelise korrelatsioonanalüüsi. Korrelatsioonanalüüsi tulemustest selgub, et mida tugevamalt väärtustati stimulatsiooni, seda tugevamalt väärtustati ka hedonismi (Spearman's $\rho = 0,324$, $p = 0,000$). See on ühtlasi ka analüüsi väärtustüüpide omavaheliste korrelatsioonide lõikes kõige märkimisväärseim seos. Schwartzi teooria kohaselt kuuluvad nii stimulatsioon kui ka hedonism kategooria alla „avatus muutustele“ ehk teisisõnu väidab autor, et magistritöö uuringu tulemused vastavad Schwartzi eluväärtuste kontseptsiooni põhimõtetele. Need inimesed, kes hindasid kõrgelt stimulatsiooni, hindasid kõrgelt ka hedonismi ja hindavad seega elus tugevalt eelkõige muutustele orienteeritud väärtusi.

Tulemustest selgus, et positiivne seos valitses ka heasoovlikkuse ja universaalsuse vahel (Spearman's $\rho = 0,304$, $p = 0,000$). Teisisõnu, mida tugevamalt väärtustati heasoovlikkust, seda tugevamalt väärtustati universaalsust. Schwartzi teooria kohaselt kuuluvad nii heasoovlikkus kui ka universaalsus „enesevälisuse“ kategooria alla. Eelnevast tulenevalt ühtib ka see korrelatsioon Schwartzi eluväärtuste kontseptsiooni põhimõttega. Inimesed hindavad samal ajal nii heasoovlikkust kui ka universaalsust ehk isetuid väärtuseid.

Analüüsi tulemustest selgus ka, et mida tugevamalt väärtustati sarnasust, seda tugevamalt väärtustati ka universaalsust (Spearman's $\rho = 0,291$, $p = 0,000$). Inimesed, kes hindavad elus sarnasust, hindavad samal ajal ka universaalsust. Schwartzi teooria kohaselt on sarnasus „alalhoidlikkuse“ kategooria alla kuuluv väärtus ning universaalsus „enesevälisuse“ kategooria alla kuuluv väärtus. Autor järeldeb, et need inimesed, kes väärtustavad elus isetuid väärtusi,

väärtustavad tugevamalt ka säilitamisele suunatud väärtusi. Teisisõnu, vaoshoitust ja tagasihoidlikkust väärtustavad inimesed hindavad suurema tõenäosusega ka teiste inimese ja nende heaoluga seotud väärtuseid.

Tulemustest selgus veel, et mida tugevamalt väärtustati sarnasust, seda tugevamalt ka heasoovlikkust (Spearman's rho = 0,289, p = 0,000). Sarnasus on Schwartzi teooria kohaselt „alalhoidlikkuse“ kategooria alla kuuluv väärtus, heasoovlikkus aga „enesevälisuse“ kategooria alla kuuluv väärtus. Teisisõnu, need inimesed, kes väärtustasid elus säilitamisele suunatud väärtusi, väärtustasid suurema tõenäosusega kõrgemalt ka teiste inimeste heaoluga seotud väärtusi.

Väärtustüüpide omavahelistest seostes selgus ka, et omavahel olid negatiivses korrelatsioonis sellised väärtused nagu turvalisus ja võim (Spearman's rho = -0,214, p = 0,001) ning sarnasus ja võim (Spearman's rho = -0,133, p = 0,044). Turvalisus ja sarnasus kuuluvad Schwartzi teooria kohaselt „alalhoidlikkuse“ kategooria alla ning võim „enesekesksuse“ kategooria alla. Mida tugevamalt väärtustasid inimesed turvalisust, seda vähem väärtustasid nad võimu; mida tugevamalt sarnasust, seda vähem võimu. Teisisõnu, harmooniat ja stabiilsust elus kõrgelt väärtustavad inimesed peavad suure tõenäosusega väheoluliseks sotsiaalse staatuse, prestiiži ja domineeritusega seotut. Samuti võib uuringu tulemustele tuginedes väita, et need inimesed, kes väärtustavad tugevamalt vaoshoitust ja tagasihoidlikkust, peavad samuti väheoluliseks enda staatust ja prestiiži teiste inimeste silmis.

Teised tugevamad seosed väärtustüüpide vahel on näha Tabelis 4. Kogu korrelatsioonitabel on leitav Lisas 2.

Tabel 4 Seosed väärtustüüpide vahel

Väärtus	Stimulatsioon	Hedonism	Sarnasus	Heasoovlikkus	Universaalsus	Võim	Traditsioon
Spearman's rho							
Saavutus	0,186 p=0,005	0,195 p=0,003				0,135 p=0,041	
Turvalisus		0,194 p=0,003	0,260 p=0,000			-0,214 p=0,001	
Enesejuhtimine	0,229 p=0,000	0,192 p=0,003					
Stimulatsioon		0,324 p=0,000		0,131 p=0,047	0,215 p=0,001	0,134 p=0,42	
Sarnasus				0,289 p=0,000	0,291 p=0,000	-0,133 p=0,044	0,169 p=0,010
Heasoovlikkus					0,304 p=0,000		0,221 p=0,001
Universaalsus							0,252 p=0,000

Allikas: autori koostatud

2.2.2. Tööväärtused

Järgmiseks soovis autor leida vastust küsimusele: „Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad tööväärtused?“ Vastuse leidmiseks analüüsis autor üliõpilaste vastuseid keskmiste hinnangute alusel. Vanuse, soo, kursuse ja töötavate/mittetöötavate gruppide lõikes märkimisväärseid erinevusi ei esinenud ning sellest tulenevalt toob autor välja koguvalimi tööväärtuste pingerea. Kõige olulisemaks tööväärtuseks hindasid üliõpilased **töörõõmu** (5,62), **arenguvõimalust** (5,58), **karjääri** (5,38) ja **palka** (5,37). Kõige madalt hindasid üliõpilased järgmiseid tööväärtuseid: **võim** (3,62), **mõjuvõim** (3,85) ja **konkurents** (3,98). Ülejäänud väärtuste hinnangud pingerea alusel on välja toodud Tabelis 5.

Tabel 5 Koguvalimi tööväärtuste pingerida keskmiste hinnangute alusel

Tööväärtus	Hinnangute keskmine
Töörõõm	5,62
Arenguvõimalus	5,58
Karjäär	5,38
Palk	5,37
Tööaeg	5,34
Lugupidamine	5,34
Töötingimused	5,33
Huvitav töö	5,25
Turvalisus	5,17
Saavutused	5,09
Tunnustus	5,06
Iseseisvus	4,98
Hüved	4,86
Vastutus	4,66
Otsustamine	4,62
Koostöö	4,61
Kuuluvus	4,6
Asukoht	4,54
Teiste abistamine	4,38
Töö tähenduslikkus	4,27
Prestiiž	4,25
Konkurents	3,98
Mõjuvõim	3,85
Võim	3,62

Allikas: autori koostatud

Järgmises küsimustiku teemaplokis palus autor vastajatel järjestada viis enda jaoks kõige olulisemat tööga seotud väärtust ja viis enda jaoks kõige väiksemat väärtust omavat tööväärtust. Analüüsi tulemusest selgus, et esimese ja teise valikuvариandina mainiti kõige olulisemate tööväärtustena võrdselt nii töörõõmu (19%) kui ka palka (19%). Kolmanda ja neljanda valikuvариandina mainiti samuti palka (10%), aga ka arenguvõimalust (10%). Viienda vastusevarandina toodi enim välja karjääri (8%).

Kõige vähem olulisteks tööväärtustest mainiti pingerea esimese variandina kõige enam mõjuvõimu (20%), samuti tehti seda ka teise valikuvариandi puhul kõige enam (14%). Nii

kolmanda kui ka neljanda väärtusena toodi pingereas enim välja prestiiži. Kolmanda koha puhul oli vastajate protsent 12 ning neljanda koha puhul 11. Pingerea viiendate väärtustena mainiti protsentuaalselt kõige enam konkurentsi (7%) ja vastutust (7%).

Selleks, et sooritada võrdlusanalüüs üliõpilaste individuaalsete väärtuste ja tööväärtuste vahel, kohandas autor tööväärtused vastavaks Schwartzi individuaalsetele eluväärtustele, mis on näha allolevas Tabelis 6.

Tabel 6 Tööväärtused kohandatuna Schwartzi individuaalsete väärtuste teooriasse

Hedonism	Töörõõm, töötingimused, hüved, asukoht, tööaeg
Stimulatsioon	Arenguvõimalus, konkurents, huvitav töö
Enesejuhitavus	Vastutus, iseseisvus
Universaalsus	Töö tähenduslikkus
Heasoovlikkus	Teiste aitamine, koostöö
Sarnasus	-
Traditsioon	-
Turvalisus	Turvalisus, kuuluvus
Võim	Võim, otsustamine, mõjuvõim, prestiiž, palk

Allikas: autori koostatud

Analüüsi tulemustest selgus, et protsentuaalselt mainiti pingeridades olulisimate tööväärtustena enim kahteteist järgmist tööväärtust (vt Lisa 2, Tabel 12): töörõõm, palk, arenguvõimalus, turvalisus, karjäär, huvitav töö, tunnustus, töötingimused, tööaeg, lugupidamine, turvalisus ja kuuluvus. Kui need tööväärtused kohandada Schwartzi teooriale vastavaks, selgub, et tööelus väärtustavad üliõpilased eelkõige **saavutusi** (karjäär, tunnustus, lugupidamine, turvalisus), **hedonismi** (töörõõm, töötingimused, tööaeg), **stimulatsiooni** (arenguvõimalus, huvitav töö), **turvalisust** (turvalisus, kuuluvus) ja **võimu** (palk).

Autor palus vastajatel järjestada ka enda jaoks 5 kõige vähem olulist tööväärtust. Neist väärtustest mainiti protsentuaalselt kõige vähem olulisematena enim järgmist kümmet tööväärtust: võim, mõjuvõim, prestiiž, konkurents, asukoht, töö tähenduslikkus, teiste aitamine, hüved, vastutus, iseseisvus (Lisa 2, Tabel 13). Schwartzi väärtuste teooria kohaselt hindavad

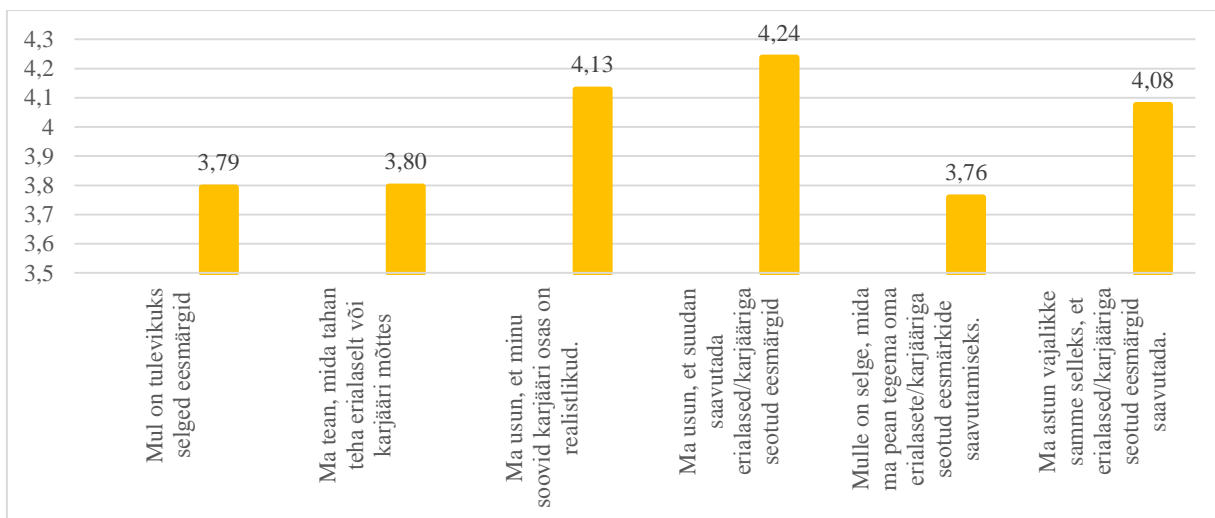
üliõpilased tööväärtustena kõige vähem **võimu** (võim, mõjuvõim, prestiiž), **hedonismi** (asukoht, hüved), **enesejuhitavust** (vastutus, iseseisvus), **universaalsust** (töö tähenduslikkus), **heasoovlikkust** (teiste aitamine) ja **stimulatsiooni** (konkurents).

Kui võrrelda uuringu tulemusena selgunud individuaalseid väärtuseid (vt Tabel 3) ja tööväärtuseid, siis selgub, et elus väärtustatakse eelkõige **turvalisust**, **hedonismi** ja **saavutusi**. Tööelus **saavutusi**, **hedonismi** ja **stimulatsiooni**. Schwartz jagab väärtustüübid ka nelja suuremasse kategooriasse, millele tuginedes selgub, et üliõpilased hindavad elus ja tööelus järgnevaid väärtuseid: töökeskkonnas väärtustatakse eelkõige **avatust muutustele**, **enesekeksus** on oluline nii tööol kui ka eraluses ning eraelule iseloomulikult väärtustatakse enim **alalhoidlikkust** ehk säilitamisele suunatud väärtuseid.

2.2.3. Karjäärieesmärkide selgus

Kolmandaks uurimisküsimuseks püstitas autor järgmise küsimuse: „Kui selged on üliõpilaste karjäärieesmärgid?“. Karjäärieesmärkide selgust mõõdeti Mu karjäärieesmärkide selguse skaala abil kuue üksikväite vastuste summa alusel. Andmeanalüüsi tulemustest selgub, et kõige suurema keskmise väärtusega hinnangu olid vastajad andnud väitele „Ma usun, et suudan saavutada erialased/karjääri seotud eesmärgid“ (4,24) ning „Ma usun, et minu soovid karjääri osas on realistlikud“ (4,13). Tulemustest selgub ka, et kõige madalamalt hinnati väidet „Mulle on selge see, mida pean tegema oma erialaste/karjääri seotud eesmärkide saavutamiseks“ (3,76) ning madalamalt hinnati ka väidet „Mul on tulevikuks selged eesmärgid“ (3,79).

Uuringu tulemuste kohaselt saavutasid kõrgema keskmise väärtuse eneseusuga seotud väited („Ma usun, et suudan saavutada erialased/karjääri seotud eesmärgid“; „Ma usun, et minu soovid karjääri osas on realistlikud“) ning madalama keskmise väärtuse need väited, mis olid seotud sellega, mida saavutada tahetakse („Mulle on selge see, mida pean tegema oma erialaste/karjääri seotud eesmärkide saavutamiseks“; „Mul on tulevikuks selged eesmärgid“). Eelnevast tulenevalt järeldab autor, et üliõpilastel on eneseusku enda eesmärkide saavutamiseks, kuid vähem selge on see, mida täpselt saavutada tahetakse ja kuidas seda tegema peab.



Joonis 5 Üldvalimi vastused karjäärieesmärgi selguse väidetele keskliste hinnangute alusel
Allikas: autori koostatud

Karjäärieesmärkide selguse analüüsist selgub ka, et kuigi soolisi erinevusi ei esine, eristab vastajaid töökogemuse olemasolu. Töötavate üliõpilaste nägemus enda tulevikust tööalases elus on selgem kui nende üliõpilaste nägemus, kes tööle veel ei käi (vt Tabel 7).

Tabel 7 Karjäärieesmärgi selgus töötavate ja mittetöötavate vastajate seas

	Töötan	Vastajate arv	Keskmine	Standardhälve	Keskmine standardviga
Karjääri-eesmärgid	Ei	90	23,2333	3,62591	,38220
	Jah	134	24,2313	3,44651	,29773

Allikas: autori koostatud

Analüüsi tulemustest selgub ka, et mida selgemad on üliõpilase jaoks karjäärieesmärgid, seda enam hinnatakse väärtustena **saavutusi** (Kendall's Tau-b = 0,128, p = 0,005), **enesejuhitavust** (Kendall's Tau-b = 0,254, p = 0,000) ja **võimu** (Kendall's Tau-b = 0,195, p = 0,000). Teisisõnu, mida selgemad on karjäärieesmärgid, seda enam hinnatakse isiklikku edu, iseseivat mõtlemist, vabadust ja kontrolli teiste inimeste tegude üle. **Heasoovlikkuse** (heahtlikkus ja heaolu säilitamine, teiste inimeste abistamine) tugevat seost karjäärieesmärkide selgusega (Kendall's Tau-b = 0,119, p = 0,009) seostab autor eelkõige naiste kõrge osakaaluga (72%) valimis (vt Lisa 2).

2.3. Arutelu ja ettepanekud

Uuringu tulemustest selgub, et üliõpilased hindavad elus väärtustena enim turvalisust, hedonismi ja saavutusi. Noorte jaoks on kõige olulisem, et aega jaguks nii töö-, pere kui ka isikliku elu jaoks. Ka varasemalt läbi viidud uuringutest on selgunud, et paindlikkus töökohas on Y-generatsiooni jaoks väga oluline. (Meier, Stephen *et al.*, 2010) Oluline on, et elust oleks võimalik mõnu tunda ja teha kõike naudinguga. Väärtustatakse isiklikku edu ja oluliseks peetakse ka teiste inimeste tunnustust. Kõige vähem olulisteks väärtusteks elus peetakse võimu, traditsioone ja universaalsust. Noored ei pea oluliseks seda, milline on nende positsioon ühiskonnas. Samuti ei peeta oluliseks vajadust teiste inimeste tegevuse üle kontrolli omada. Ebaoluliseks peetakse ka sügavamalt elu mõttega tegelemist ja üldist hinge eest hoolt kandmist.

Need üliõpilased, kes juba töötavad, väärtustavad samuti eelkõige turvalisust ja hedonismi, aga peavad saavutustest olulisemaks enesejuhtimise väärtust. Oluliseks peetakse seda, et oma tegevuses oleks võimalik olla vaba – olla iseenda aja peremees, nautida vabadust ja elada täpselt nii nagu endale meeldib. Ebaoluliseks peetakse selles grupis sarnaselt üldvalimiga võimu ja traditsioone, kuid universaalsusest vähem oluliseks peetakse sarnasust. Lisaks võimu ja traditsiooni ebaolulisusele ei väärtustata ka looduse kaitmist, keskkonnahoidu, vastutuse võtmist looduse ja teiste ressursside heaperemeheliku kasutamise eest. Need üliõpilased, kes veel ei tööta, väärtustavad üldvalimiga samu väärtuseid: turvalisust, hedonismi ja saavutusi. Ebaoluliseks peetakse sarnaselt üldvalimiga võimu, traditsioone ja saavutusi.

Tööväärtustest hinnatakse enim töörõõmu, arenguvõimalust, karjääri ja palka. Kõige olulisemaks peetakse seda, et töö, mida tehakse, ka tegelikult endale meeldiks. Ka varasemalt läbi viidud uuringu tulemustest on selgunud, et Y-generatsioon hindab isiklikku lõbu ja karjääriedu (Urwin, Parry, 2011). Teadupärast juhindub Y-generatsioon töökoha valikul sellest, et töö oleks huvitav ja pakuks neile töö-eraelu tasakaalu. Samuti on väga oluline, et tööl oleks võimalus areneda – võimalus omandada uusi teadmisi ja oskusi ning seeläbi saada uusi võimalusi. Ka varasemalt läbi viidud uuringu tulemustest selgub, et oluline on see, et selle generatsiooni töötajad saaksid pidevalt midagi uut õppida ja enda oskusi arendada. (D' Netto) Veel peetakse töökoha juures oluliseks, et olemas oleksid ametikõrgenduse, õiguste ja vastutusala suurenemise võimalused. Oluliseks väärtuseks peetakse lisaks eelnevatele ka seda,

milline on tehtava töö eest makstav tasu.

Kõige ebaolulisemate tööväärtustena toodi välja võimu, mõjuvõimu, konkurentsi, prestiiži ja töö tähenduslikkust. Üliõpilased ei pea töö juures oluliseks seda, et neil oleks teiste inimeste tegevuse üle kontroll. Oluliseks ei peeta ka kaastöötajate hoiakute ja arvamuste mõjutamise võimaluse olemasolu. Vähe oluline on ka töökoha staatus ja mõjuvõim. Kuigi teoreetilisest peatükist selgus, et Y-generatsiooni esindajad väärtustavad enda rolli ühiskonnas ja tahavad sealjuures anda omapoolse panuse (*The Council of Economic Advisors*, 2014), selgus magistriöö andmeanalüüsi tulemusena, et Eesti üliõpilased ei pea märkimisväärselt oluliseks asjaolu, et töö sisuline pool ka ühiskonnale laiemas mõttes midagi tähendaks.

Kui võrrelda individuaalseid väärtuseid ja tööväärtuseid, siis selgub, et töökeskkonnas väärtustatakse eelkõige avatust muutustele, enesekesksus on oluline nii tööl kui ka eralus ning eraelule iseloomulikult väärtustatakse enim alalhoidlikkust ehk säilitamisele suunatud väärtuseid. Üliõpilased hindavad töökeskkonnas eelkõige väärtuseid, mis on orienteeritud muutustele. Noor inimene peab tööelus oluliseks ka isikliku edu tunnetust ja teiste inimeste tunnustust. Erinevalt tööelust väärtustatakse isiklikus elus enim alalhoidlikkust ehk säilitamisele kuuluvaid väärtuseid. Uuringu tulemustest selgus, et kuigi alalhoidlikkuse kategooriasse kuuluvaid väärtuseid nagu traditsioon ja sarnasus ei väärtustatud, väärtustati selle sama kategooria alla kuuluvat turvalisust. Eelnevast tulenevalt selgub, et kuigi tööelu väärtustena alalhoidlikkust ei väärtustata, siis puudutab turvalisuse väärtus siiski elu (sh ka töötamist) laiemalt. See tähendab, et noored peavad elus tervikuna oluliseks seda, et elus valitseks tasakaal nii töö-, pereelu kui ka isiklike tegevuste suhtes.

Enesekesksus on märksõna, mis on iseloomulik nii eraelule kui ka tööelule. Enesekesksuse alla kuuluvad isekad väärtused nagu võim ja saavutused. Uuringu tulemustest selgus, et võim iseisesva väärtusena ei ole noorte jaoks oluline ei tööl ega ka eralus. Sellest tulenevalt järeldeb autor, et enesekesksus väljendub noortel eelkõige saavutusvajadusena. Oluline on tunnetada isiklikku edukust ja samal ajal omada ka teiste inimeste toetust ja tunnustust. Ka kirjanduse kohaselt on pidev konstruktiivne tagasiside noorte motiveerimise ja hoidmise jaoks vajalik. (D' Netto)

Uuringu tulemustest selgus veel, et üliõpilased on enesekindlad ja usuvad, et suudavad erialased ja/või karjääriga seotud eesmärgid suure tõenäosusega saavutada. Samuti usutakse, et endale seatud eesmärgid on teostatavad. Tulemustest selgub ka asjaolu, et üliõpilased astuvad juba praegu vajalikke samme selleks, et erialaseid ja/või karjääriga seotud eesmäärke saavutada. Olenemata sellest, et noored usuvad enda edusse, seisneb uuringu tulemuste kohaselt mõningane probleem selles, et noored ei tea tegelikult päris täpselt, millised on need eesmärgid, mille poole püüeldakse ja kuidas nendeni jõuda. Noortel on olemas sisemine ambitsioon, kuid edu saavutamist võib praegusel hetkel veel taksitada see, et ei teata päris täpselt, mida see „edu“ ikkagi tegelikult tähendab. Samuti ei teata veel päris täpselt, mida tuleb teha selleks, et edu saavutada.

Uuringu tulemustest lähtuvalt soovib autor personaliosakondadel organisatsiooni töökorralduslike elementide kujundamisel lähtuda eelkõige paindlikkusest. Noored soovivad enim tulevaselt tööandjalt seda, et töö võimaldaks neil tasakaalukalt aega jagada nii töö kui ka eraelu vahel. Personaliosakonna ülesanne on siinkohal luua võimalikult paindlikud töögraafikud. Võimalike variantidena toob autor välja nõude kehtestada küll 8 tunnine tööpäev, kuid seda teatava tööaja varieeruvusega. Tööpäev võib alata 8.00–10.00 ja lõppeda vastavalt sellele, millisel kellaajal enda tööpäeva sooviti alustada. Samuti peaks tööandja võimaluse korral võimaldama ka kaugtöö tegemist. Tulemuste mõõtmine saab sellest tulenevalt toimuda otseselt töötulemuste hindamisest, mida saab vastavalt eesmärkide täitmisele läbi viia oluliselt tihedamini kui kord aastas. Nii selgub ka asjaolu, kas paindlikkuse olmasolu mõjutab ka töö tulemusi.

Teine oluline aspekt personalitöö juures on kujundada personalipoliitikat (või juhtkonnaga koostöös organisatsioonikultuuri üldiselt), mis võimaldaks töö tegemist sellises vormingus, kus noorel oleks võimalik ennast loominguliselt väljendada ja töö tegemist nautida. Töö nautimine tuleneb suuresti küll töö olemusest, mis tähendab, et töö peab noorele meeldima, kuid palju mängivad siinkohal rolli ka töökeskkond ja organisatsiooni sisekliima. Noor inimene soovib tunda, et teda oodatakse ja et tema panus on vajalik.

Suur osakaal on ka töötajate omavahelistel suhetel. Selleks, et töötajate omavahelised suhted oleksid head, on oluline järjepidev kommunikatsioon. Järjepideva kommunikatsiooni toimimist saab kujundada vähemalt iganädalaste koosolekute läbiviimise näol, kus jagatakse omavahelisi mõtteid ja ideid, räägitakse enda täidetud tööülesannetest ja uutest eesmärkidest. Samuti on oluline suurt rõhku panna perioodiliste ühisürituste läbiviimisesse (suvepäevad, talvepäevad, ühised sportimisvõimalused jne). Ka otsene juht saab siinkohal palju abiks olla, kui ta oma alluvate töö ja tegemiste vastu huvi üles näitab.

Väga tugevalt hindavad noored ka arenguvõimaluse olemasolu ja muutuseid. Siinkohal saab personaliosakond pakkuda koolitusi, kaasa aitavad ka töökohapõhised rotatsioonid. Samuti tuleks noorele inimesele juba tööle asudes kindlasti mainida, millised on organisatsioonisesed võimalused ametiredelil tõusmiseks ja kuidas neid eesmärke saavutada. Kindlasti peaks organisatsioonis olema ka toimiv motivatsioonipakett, mille orientatsioon oleks suunatud arengutegevusele. Uuringu tulemustest selgub veel, et noored usuvad enda eesmärkide saavutamisesse, kuid ei tea veel päris täpselt, mida nende eesmärkide saavutamiseks teha. Tööandja ülesanne on ka siinkohal näidata üles toetust. Kuna oluliseks peetakse lisaks karjäärile ka palka, siis on seejuures hea välja tuua, milline palgatõus arengu ja/või ametipositsiooni tõusuga täpselt kaasneb. Samuti tuleb töötasustamise juures arvestada ka asjaolu, et palk vastaks tööturu hetkeolukorrale.

Uuringu tulemustest selgusid ka mitmed asjaolud, millele personaliosakondadel ei ole organisatsioonikultuuri loomise protsessis mõtet rõhku panna. Kuna võimu ja mõjuvõimu ei väärtustata, siis interpreteerib autor, et organisatsioonisesse kliima loomine või olemasolu, kus „ülevalt alla“ kultuur on range ja paindumatu, sellele generatsioonile ei sobi. See hirmutab, võtab võimaluse areneda (eriliselt just selle koha pealt, mis puudutab ülemustelt õppimist ja seeläbi iseenda arendamist) ja tunda töötegemisest rõõmu. Uuringu tulemustest selgus veel, et personalipoliitika kujundamisel ei ole oluline rõhutada ettevõtte positsiooni ühiskonnas või ametipositsiooni üldiselt, sest seda peetakse vähe oluliseks. Samuti ei ole mõtet rõhuda vastutusele, sest see seostub kontrollivajadusega, mida samuti ei väärtustata. Ebaolulised on ka esoteerika, spirituaalsuse või vaimsusega seotud väärtused. See generatsioon ei ole orienteeritud ka konkureerimisele – enda võimetega võrdlemise teiste omadega ei ole oluline.

Teisisõnu, konkurentsivaba õhkkonna loomine on noorte jaoks pigem eeliseks kui puuduseks. Noori ei pealu tänapäeval ka töökoha prestiižikus ning oluliseks ei peeta ka seda, et töö oma olemuselt ühiskonnale laiemalt midagi tähendaks.

Kogu personalipoliitika loomisel on lisaks naudingule oluline rõhutada seda, mille orientatsioon puudutab muutuseid – väljakutseid (võimalust ennast proovile panna, ületada raskusi ja seeläbi areneda) ja mitmekesisust (mitmed erinevad tööülesanded).

KOKKUVÕTE

Erinevate generatsioonide olemasolu ühes töökeskkonnas võib kolleegide omavahelises suhtluses esile kutsuda erimeelsusi. Autor väidab, et nende erimeelsuste taga seisavad oluliste mõjutajatena generatsioonide väärtushinnangute erinevused, mis ei lase teineteist täielikult mõista. Selleks aga, et ühiskonnas toimuks üldine areng, tuleb keskenduda konfliktide lahendamisele. Konflikte saab aga lahendada vaid siis, kui mõistetakse teineteise seisukohtade tagamaid. Autor usub, et seisukohad kujunevad inimese üldisest väärtussüsteemist ja sellest tulenevalt seadis ka magistr töö eesmärgiks selgitada Y-generatsiooni individuaalsed väärtused, tööväärtused ja karjäärieesmärkide selgus. Y-generatsiooni esindusgrupiks valis autor üliõpilased. Eesmärgi saavutamiseks sooviti leida vastused autor leida järgmistele uurimisküsimustele:

- 1) Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad individuaalsed väärtused?
- 2) Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad tööväärtused?
- 3) Kui selged on üliõpilaste karjäärieesmärgid?

Selleks, et selgitada üliõpilaste individuaalsed väärtused, tööväärtused ja karjäärieesmärkide selgus, viis autor läbi küstluse. Küsitluses rakendati küsimustikku, mille abil viidi läbi kvantitatiivne uuring. Küsimustik koostati tuginedes Shalom Schwartzi individuaalsete väärtuste teooriale (*The Basic Values of Schwartz Theory*) ja Mu karjäärieesmärkide selguse skaalale (*Mu Career-Related Goal Setting Scale*). Tööväärtuse küsimustik pärineb L. Randmanni doktoritööst (2013). Vastused uurimisküsimustele olid järgnevad.

1) Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad individuaalsed väärtused?

Uuringu tulemuste kohaselt väärtustavad üliõpilased enim turvalisust, hedonismi ja saavutusi. Järgnevad stimulatsioon, enesejuhitavus ja heasoovlikkus. Oluliselt madalamalt hinnati sarnasust, universaalsust ja traditsioone. Kõige vähem oluliseks väärtuseks peeti võimu. Analüüsi tulemustest selgus ka, et mida tugevamalt väärtustati stimulatsiooni, seda tugevamalt väärtustati ka hedonismi. Tulemustest selgus, et mida tugevamalt väärtustati heasoovlikkust, seda tugevamalt ka universaalsust; mida tugevamalt sarnasust, seda tugevamalt universaalsust ning mida tugevamalt sarnasust, seda tugevamalt heasoovlikkust.

2) Millised on üliõpilaste jaoks olulisimad tööväärtused?

Üliõpilased hindavad kõige olulisemateks tööväärtusteks tööõõmu, arenguvõimalust, karjääri, palka, tööaega, lugupidamist ja töötingimusi. Kõige madalamalt hinnati tööväärtustena prestiiži, konkurentsi, mõjuvõimu ja võimu. Et võrrelda omavahel individuaalseid väärtuseid ja tööväärtuseid, paigutas autor enim välja toodud tööväärtused Schwartzi teooria alusel suurematesse kategooriasse. Võrreldes uuringu tulemusena selgunud individuaalseid väärtuseid ja tööväärtuseid, selgus, et elus väärtustatakse eelkõige turvalisust, hedonismi ja saavutusi. Tööelus saavutusi, hedonismi ja stimulatsiooni. Schwartzi nelja suurema kategooria jaotusele tuginedes selgub, et üliõpilased hindavad elus ja tööelus järgnevaid väärtuseid: töökeskkonnas väärtustatakse eelkõige avatust muutustele, enesekesksus on oluline nii tööil kui ka eralus ning eraelule iseloomulikult väärtustatakse enim alalhoidlikkust ehk säilitamisele suunatud väärtuseid.

3) Kui selged on üliõpilaste karjäärieesmärgid?

Karjäärieesmärkide selguse skaala alusel selgus, et üliõpilased usuvad, et suudavad enda karjäärialased eesmärgid saavutada. Samuti usutakse, et endale seatud eesmärgid on realistlikud. Väidetavalt astutakse ka preagu samme nende eesmärkide saavutamiseks. Sellest hoolimata ei ole väga selge, mida peab tegema selleks, et neid eesmarke saavutada. Samuti ei teata päris täpselt, millised on need eesmärgid, mille poole püüeldakse. Uuringu tulemustest selgus ka, et mida selgem oli karjäärieesmärk, seda enam hinnati väärtustena saavutusi, enesejuhitavust ja võimu. Karjäärieesmärkide selguse analüüsisist selgub ka, et kuigi soolisi erinevusi ei esine, eristab vastajaid töökogemuse olemasolu. Töötavate üliõpilaste nägemus enda tulevikust tööalases elus on selgem kui nende üliõpilaste nägemus, kes tööil veel ei käi.

Personalipoliitika kujundamisel on kõige olulisemateks märksõnadeks paindlikkus, tööõõm, toetav kollektiiv ja arenguvõimaluste olemasolu.

RESUME

GENERATION Y: INDIVIDUAL VALUES, WORK VALUES AND CAREER-RELATED GOAL SETTING

Silvia Uus

When different generations work in the same collective, it often may lead to conflicts. Author claims that these conflicts are caused by the different types of value systems. To assure the development of the society, people need to concentrate on solving the problems. Conflicts can be solved only if people understand each other's principles in life. By virtue of that fact the author set the aim of the Master's Thesis to clarify individual values, work values and career-related goal setting of generation Y. To fill the aim, the author posed three research questions:

- 1) Which are the most important individual values for students?
- 2) Which are the most important work values for students?
- 3) How clear are the career-related goals for students?

To fill the aim, the author built up the questionnaire by using The Basic Values of Schwartz Theory and Mu Career-Related Goal Setting Scale. Work value questionnaire is originated from L. Randmann's Doctoral Thesis (2013). There were 230 participants in that research.

To find answers to the questions, the author conducted a structured questionnaire and applied quantitative research method. There were nine questions in the questionnaire, four of them were demographic. To receive respondents, the author visited lectures in Tallinn University of Technology, Tallinn College of Tallinn University of Technology and Tallinn University. Respondents were chosen from Bachelor and Applied Sciences Studies from Economic specialty. The research was conducted from 7th March 2016 to 22th March 2016. For data analysis the author used SPSS and MS Excel. To interpret the results, author used descriptive statistics, correlations and mean comparisons. The answers to the research questions were the following.

1) Which are the most important individual values for students?

The most appreciated values in life are security, hedonism and achievement. Next values in order are stimulation, self-direction and benevolence. Significantly lower results received the values like conformity, universalism and traditions. The less appreciated value was power. It also turned out that the more strongly stimulation was appreciated, the stronger hedonism was appreciated as well. The results also showed that strong positive correlations were between benevolence and universalism, conformity and universalism and conformity and benevolence.

2) Which are the most important work values for students?

The most appreciated work values are work joy, self-development, career and salary, work time, appreciation and work conditions. The less appreciated work values were prestige, competition, eminence and power. To compare individual values and work values, the author adapted the most mentioned work values to the individual values according to Schwartz. The results showed that in life, students value security, hedonism and stimulation. According to the four bigger categories of The Basic Values of Schwartz Theory, it turns out that students value mainly openness to change in work life, self-enhancement is important in life and in work life as well. In life, students mainly value conservation.

3) How clear are the career-related goals for students?

The students believe in their successful future but at the same time do not know how to define the meaning of success. Hence, it is not known what are the exact goals and how to reach them. The results of the research also show that the clearer the career-related goal is, the more likely people value self-direction, power and achievements.

To create meaningful personnel politics, the author suggests to originate to flexibility, work joy, supportive collective and self-development opportunities.

VIIDATUD KIRJANDUS

- Bardi, A., & Schwartz, S. H., (2003). Values and behavior: Strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1207–1220.
- Barth, F. (1993). *Are values real? The enigma of naturalism in the anthropological imputation of values. The Origin of Values*. New York: Aldine de Gruyter, 31–46.
- Bohrnstedt, W. G. Value-Free Analysis: Values Theory and Research, 1-2.
- Bolton, R., N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y., K., Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*. 24, 3, 255.
- Bond, M. H., Leung, K., & Schwartz, S. H. (1992). Explaining choices in procedural and distributive justice across cultures. *International Journal of Personality*, 27, 211–225.
- Brown, S., Carter, B., Collins, M., Gallerson, C., Gallerson, G., Greer, J., Griffith, R., Johnson, E., Richardson, K. *Generation Y in the Workplace*. The Bush School of Government & Public Service. Texas A&M University, 7.
- Crumpacker, M., Crumpacker, J. D. (2007). Succession planning and generational stereotypes: should HR consider age-based values and attitudes a relevant factor or a passing fad? *Public Personnel Management*, 36(4), 349-369.
- D' Netto, B. *Generation Y: Human Resource Management Implications*. Australia: Australian Catholic University, 2–7.
- Eckleberry-Hunt, J. Tucciarone, J. (2011). *The Challenges and Opportunities of Teaching "Generation Y"*. J Grad Med Education. 3, 4. 458–461.
- Furnham, A. (2005). *The Psychology of Behaviour at Work: The Individual in the*

- Organization. The Individual in the Organization.* Psychology Press: Hove & New York, 301.
- Gilliland, S. W., Steiner, D. D., Skarlicki, D. P., Bos, K. (2005). *What motivates fairness in organizations?* IAP-Information age Publishing, Inc.: Greenwich, Connecticut, 88.
- Gollwitzer, P. M. (1996). *The volitional benefits of planning.* The psychology of action. New York: Guilford, 287–312.
- Gurosy, D., Geng-Qing Chi, C. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. *International Journal of Hospitality Management.* 32,1. 40–48
- Kristiansen, C. M., & Hotte, A. M. (1996). *Morality and the self: Implications for the when and how a value-attitude-behavior relations.* The Psychology of Values: The Ontario Symposium. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 8, 77–105.
- Koivula, N. (2008). *Basic Human Values in the Workplace.* Department of Social Psychology, University of Helsinki, 28, 30.
- Meier, J., Stephen, F., Crocker, M., (2010). Generation Y in the Workforce: Managerial Challenges. *The Journal of Human Resource and Adult Learning.* 6, 1.
- Ng, E. S. W., Schweitzer, L., Lyons, S.T. (2010). *New Generation, Great Expectations: A Field Study of the Millennial Generation.* Springer Science Business Media.
- Ng, W. H., T., Eby, T., L., Sorensen, K. L., Feldman, D., C. (2005). Predictors of objective and subjective career success: a meta-analysis, 367-370.
- Patton, Wendy A. and Creed, Peter. (2007). Occupational aspirations and expectations of Australian adolescents. *Australian Journal of Career Development* 16, 1. 46–59.

- Ravlin, C. E., Meglino, M.B., Adkins, L. C. R. (1988). *Stability of Work Values: Individual Differences and Relationship with Decision Making*. Emory Human Resource Research Center College of Business Administration. University of South Carolina Columbia, South Carolina, 3.
- Reilly, P. (2012). *Understanding and Teaching Generation Y*. English Teaching Forum. Number 1. Mexico, 2.
- Robert A. Roe, A. R. (1999). Values and Work Empirical Findings and Theoretical Perspective. *Work and Organization Research Centre, Tilburg University, The Netherlands*. Peter Ester. Institute for Social Research.
- Roe, R. A., Ester, P. (1999). Values and Work Empirical Findings and Theoretical Perspective. *Work and Organization Research Centre International Association of Applied Psychology*, 6.
- Ros, M. Schwartz, S. H., Surkiss, S. (1999). *Basic Individual Values, Work Values, and the Meaning of Work*. *Applied Psychology: An international review*. 48, 49–71.
- Schwartz, S., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550–562.
- Schwartz, S. H. (2012). *An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values*. Online Readings in Psychology and Culture, 3-5.
- Smola, K. W., Sutton, C. D. (2002). *Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium*. Troy State University, University College, Southeast Region. Department of Management, Auburn University, USA, 365-367.
- Society for Human Resource Management. (2015). *Key Priorities for the HR Profession*, 6.

Starke, Ann-Cathrin. (2012). *Do CEOs' Personal Values Affect Employees' Innovative Work Behavior? Opening Up the 'Black Box' of Upper Echelons Theory*. Master Thesis in Organisational Psychology. Erasmus University Rotterdam, 33.

The Council of Economic Advisers. (2014). *15 Economic Facts about Millennials*. Executive Office of the President of the United States.

The Humane Society of the United States. *Managing Generation Y. Techniques and Recommendations for Managing the Generation Gap*. Unc Charlotte.

The Nielsen Company. (2014). *Millennials – Braking the Myths*.

Thomas, P. T. (2013). *The Effect of Personal Values, Organizational Values, and Person-Organization Fit on Ethical Behaviors and Organizational Commitment Outcomes among Substance Abuse Counselors: A Preliminary Investigation*. Doctor of Philosophy thesis, University of Iowa, 22.

Tolbize, A. (2008). *Generational differences in the workplace*. Research and Training Center Fon Community Living. University of Minnesota, 14.

Uljas, J., Post, R. (2002). *Hiiumaa ja hiidlane 1999: sotsioloogiline uurimus*. Tallinna Pedagoogikaülikool ja Hiiumaa Kaitsealade Administratsioon. Tallinn, Kärkla, 55-56.

Urwin, P. Parry, M. (2011). Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13, 79–96.

Wong, M., Gardiner, E., Lang, W., Coulon, L. (2008). Generational differences in personality and motivation: Do they exist and what are the implications for the workplace? *Journal of Managerial Psychology*, 23, 878-890.

LISAD

Lisa 1. Ankeet

Hea üliõpilane!

Sinu poole pöördub Tallinna Tehnikaülikooli Tööstuspsühholoogia instituudi üliõpilane, kes viib magistritöö raames läbi uuringut, mille eesmärgiks on selgitada üliõpilaste isiklikke- ja tööalased väärtuseid ning karjääri planeerimisega seonduvat. Kogutud andmeid kasutatakse teaduslikel eesmärkidel, tulemused esitatakse ainult üldistatud kujul ja individuaalanalüüse ei teostata. Vastajate anonüümsus on garanteeritud. Ankeedi täitmine võtab aega orienteeruvalt 7 minutit. Iga vastaja arvamus on oluline! Olen väga tänulik, kui annad oma panuse sellesse uurimusse! Täiendavate küsimuste puhul saada julgesti kiri e-posti aadressil silvia.uus@ttu.ee.

Ette tänades

Silvia Uus

1. Esmalt palun Sul mõelda sellele, mida elus tähtsaks pead. **Palun hinda järgmise kümne väärtuse olulisust enda jaoks** kasutades skaalat (alati oluline, üsna oluline, väheoluline). Tee rist sobiva vastusevariandi kasti.

Alati oluline – see väärtus on mulle tähtis igas olukorras ja eluvaldkonnas

Üsna oluline – pean seda oluliseks, aga mitte esmatähtsaks

Väheoluline – ei pea seda eriti oluliseks

Väärtus	Alati oluline	Üsna oluline	Väheoluline
1. Saavutused - isiklik edu ja teiste inimeste tunnustus.			
2. Tasakaal - aega jagub nii töö-, pere- kui ka isikliku elu jaoks.			
3. Sõltumatus - olla enda peremees, vabadus elada nii nagu mulle meeldib.			
4. Huvitav elu - mitmekesine ja väljakutseid pakkuv elu.			
5. Elu nautimine - elust mõnu tundmine.			
6. Keskkond ja jätkusuutlikkus: looduse kaitsmine, keskkonnahoid, vastutuse võtmine loodus jm ressursside heaperemeheliku kasutamise eest.			
7. Teiste aitamine - heatahtlikkus, teiste inimeste abistamine.			
8. Vaimsus, spirituaalsus - elu mõttega tegelemine, hinge eest hoolt kandmine.			
9. Võim ja staatus - positsioon ühiskonnas, kontroll teiste inimeste üle.			
10. Traditsioonid - mineviku mäletamine, kultuuri säilitamine, tavade ja kommete järgimine.			

2. Järgnevalt on välja toodud rida tööga seotud aspekte. Palun hinda, kui võrd olulised on need aspektid Sinu jaoks võttes aluseks enda arusaama meeldiva ja Sulle sobiva töö kohta.

Hindamiskaala: 1= kindlasti ei ole oluline 6= kindlasti on oluline							
1.	Töö tähenduslikkus. Töö, mis on oluline ja vajalik mitte ainult organisatsioonile, vaid ka ühiskonnale laiemalt.	1	2	3	4	5	6
2.	Teiste aitamine. Teiste inimeste aitamine individuaalselt või väikestes rühmades.	1	2	3	4	5	6
3.	Koostöö. Tihedad koostöösuhted teistega; tegutsemine meeskonnaliikmena.	1	2	3	4	5	6
4.	Kuuluvus. Võimalus olla organisatsiooni liige, kelle töö või staatus on sulle oluline.	1	2	3	4	5	6
5.	Konkurents. Võrrelda oma võimeid teiste omadega seal, kus tulemused on mõõdetavad.	1	2	3	4	5	6
6.	Otsustamine. Otsustusprotsessides osalemise kaudu võimalus mõjutada töökorraldust.	1	2	3	4	5	6
7.	Vastutus. Valmidus võtta ülesandeid, otsustada ja teostada otsustatud.	1	2	3	4	5	6
8.	Võim. Kontroll teiste inimeste tegevuse üle.	1	2	3	4	5	6
9.	Saavutused. Töötulemused, mis tõstavad esile teadmised, võimed ja oskused.	1	2	3	4	5	6
10.	Palk. Töö eest saadav tasu.	1	2	3	4	5	6

11.	Arenguvõimalus. Võimalus omandada uusi teadmisi ja oskusi ning seeläbi saada uusi võimalusi.	1	2	3	4	5	6
12.	Mõjuvõim. Võimalus töötada seal, kus saad mõjutada teiste hoiakuid ja arvamusi.	1	2	3	4	5	6
13.	Turvalisus. Kindlustunne, et ma ei kaota ootamatult oma tööd ja saan mõistlikku palka.	1	2	3	4	5	6
14.	Töötingimused. Mugavus, puhtus, kaasaegne töökeskkond.	1	2	3	4	5	6
15.	Tunnustus. Saada tunnustust ja kiitust heade töötulemuste eest.	1	2	3	4	5	6
16.	Töörõõm. Teha tööd, mis väga või enamasti meeldib.	1	2	3	4	5	6
17.	Hüved. Hea töö eest organisatsiooni poolt pakutavad hüved.	1	2	3	4	5	6
18.	Iseseisvus. Võimalus ise otsustada ja vastutada, millist tööd ma teen ja kuidas ma seda teen.	1	2	3	4	5	6
19.	Asukoht. Töökoha asukoht, mis oleks sulle mugav.	1	2	3	4	5	6
20.	Prestiiž. Töökoha staatus ja mõjuvõim.	1	2	3	4	5	6
21.	Huvitav töö. Mitmekesine ja arendav ning väljakutseid pakkuv töö.	1	2	3	4	5	6
22.	Tööaeg. Sobiv ja paindlik tööaeg.	1	2	3	4	5	6
23.	Karjäär. Ametikõrgenduse võimalused, õiguste ja vastutusala suurenemine.	1	2	3	4	5	6
24.	Lugupidamine. Sinu kui isiku tunnustamine.	1	2	3	4	5	6

3. Palun reastage viis Teie jaoks kõige olulisemat tööga seotud väärtust (nr 1 = kõige olulisem):

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

4. Palun reastage viis Teie jaoks kõige väiksemat väärtust omavat tööväärtust (nr 1 = kõige vähem oluline):

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

5. Viimasena on esitatud rida väiteid, millega võib nõustuda või mitte nõustuda. Palun tõmba ring ümber numbrile, mis peegeldab kõige paremini Sinu arvamust.

	Ei nõustu üldse	Pigem ei nõustu	Raske öelda	Pigem nõustun	Nõustun täielikult
1. Mul on tulevikuks selged eesmärgid.	1	2	3	4	5
2. Ma tean, mida tahan teha erialaselt või karjääri mõttes.	1	2	3	4	5
3. Ma usun, et minu soovid karjääri osas on realistlikud.	1	2	3	4	5
4. Usun, et suudan saavutada erialased/karjääriga seotud eesmärgid.	1	2	3	4	5
5. Mulle on selge, mida ma pean tegema oma erialaste/karjääriga seotud eesmärkide saavutamiseks.	1	2	3	4	5
6. Ma astun vajalikke samme selleks, et erialased/karjääriga seotud eesmärgid saavutada.	1	2	3	4	5

6. Töötan:

Jah

Ei

7. Sugu:

Mees

Naine

8. Vanus: a.

9. Kursus:

Suur tänu!

Lisa 2. Andmeanalüüsi tulemused

Tabel 8 Valim töötavate ja mittetöötavate üliõpilaste võrdlusena

	Sagedus	Protsent
Ei	92	40,0
Jah	138	60,0
Kokku	230	100,0

Tabel 9 Valim soo alusel

	Sagedus	Protsent
	1	,4
Mees	62	27,0
Naine	167	72,6
Kokku	230	100,0

Tabel 10 Valim kursuste lõikes

	1,0	156	67,8
	2,0	53	23,0
	3,0	15	6,5
	4,0	3	1,3
	Kokku	227	98,7
Puuduvad		3	1,3
Kokku		230	100,0

Tabel 11 Valim vanuse alusel

Vanus	Sagedus	Protsent
19,0	57	24,8
20,0	81	35,2
21,0	33	14,3
22,0	10	4,3
23,0	9	3,9
24,0	3	1,3
25,0	4	1,7
26,0	4	1,7
27,0	2	,9
28,0	1	,4
29,0	3	1,3
30,0	1	,4
31,0	2	,9
32,0	5	2,2
34,0	3	1,3
35,0	2	,9
36,0	2	,9
37,0	2	,9
39,0	2	,9
40,0	1	,4
Kokku	227	98,7
Puuduvad	3	1,3
Kokku	230	100,0

Tabel 12 Kõige olulisemaks peetud tööväärtused (1-5 pingerea alusel), mainitud kordade arvu alusel

Tööväärtus	1.	2.	3.	4.	5.
1. Töö tähenduslikkus	9	5	4	1	6
2. Teiste aitamine	1	3	2	8	2
3. Koostöö	3	7	6	4	6
4. Kuuluvus	4	5	5	4	13
5. Konkurents	0	1	2	0	0
6. Otsustamine	0	2	0	4	5
7. Vastutus	0	0	0	0	0
8. Võim	0	0	1	0	2
9. Saavutused	8	4	7	9	8
10. Palk	26	45	23	19	14
11. Arenguvõimalus	20	22	21	23	9
12. Mõjuvõim	2	1	1	1	1
13. Turvalisus	15	11	6	14	14
14. Töötingimused	2	8	18	13	13
15. Tunnustus	7	12	6	8	4
16. Töörõõm	45	17	20	9	12
17. Hüved	0	2	4	1	6
18. Iseseisvus	7	8	3	7	6
19. Asukoht	1	4	6	7	7
20. Prestiiz	1	3	2	1	2
21. Huvitav töö	13	15	12	12	12
22. Tööaeg	5	0	14	17	13
23. Karjäär	14	12	12	17	20
24. Lugupidamine	9	3	10	14	19

Tabel 13 Kõige vähem olulistena mainitud tööväärtused (1-5 pingerea alusel), mainitud kordade arvu alusel

Tööväärtus	1.	2.	3.	4.	5.
1. Töö tähenduslikkus	17	7	11	13	7
2. Teiste aitamine	6	11	5	12	6
3. Koostöö	3	5	6	6	8
4. Kuuluvus	8	5	10	7	2
5. Konkurents	26	26	23	19	18
6. Otsustamine	0	6	12	6	9
7. Vastutus	2	2	10	9	18
8. Võim	58	32	23	13	10
9. Saavutused	0	1	0	2	2
10. Palk	0	0	3	2	10
11. Arenguvõimalus	0	0	1	0	0
12. Mõjuvõim	34	47	14	11	10
13. Turvalisus	2	3	6	4	3
14. Töötingimused	2	3	0	3	4
15. Tunnustus	2	3	6	4	3
16. Töörõõm	0	2	4	1	0
17. Hüved	2	3	9	18	9
18. Iseseisvus	0	3	6	5	12
19. Asukoht	18	11	16	18	16
20. Prestiiz	16	18	28	26	17
21. Huvitav töö	0	1	0	0	1
22. Tööaeg	4	6	2	6	8
23. Karjäär	1	1	2	5	1
24. Lugupidamine	1	2	0	3	5

Tabel 14 Üldvalimi karjäärieesmärkide selgus

	Üldvalim	Min väärtus	Max väärtus	Aritm keskmine	Standard- hälve
Mul on tulevikuks selged eesmärgid	227	1,0	5,0	3,793	,9200
Ma tean, mida tahan teha erialaselt või karjääri mõttes	226	2,0	5,0	3,796	,8182
Ma usun, et minu soovid karjääri osas on realistlikud.	227	2,0	5,0	4,128	,7386
Ma usun, et suudan saavutada erialased/karjääriga seotud eesmärgid	228	2,0	5,0	4,237	,6872
Mulle on selge, mida ma pean tegema oma erialasete/karjääriga seotud eesmärkide saavutamiseks.	228	1,0	5,0	3,759	,8799
Ma astun vajalikke samme selleks, et erialased/karjääriga seotud eesmärgid saavutada.	228	2,0	5,0	4,075	,7733

Tabel 15 Karjäärieesmärkide selgus töötavate ja mittetöötavate üliõpilaste võrldluses

	Vastajate			Keskmine standardviga
	Töötan	arv	Keskmine	
Karjäärieesmärgid	Ei	90	23,2333	3,62591
	Jah	134	24,2313	3,44651

Tabel 16 Karjäärieesmärgi selguse seosed individuaalsete väärtusega

Korrelatsioonanalüüs		Karjäärieesmärgid	
Karjäärieesmärgid	Korrelatsioonikoefitsient		1,000
	Sig. (1-tailed)		
Saavutused	Koguarv		224
	Korrelatsioonikoefitsient		,128**
Hedonism	Sig. (1-tailed)		,005
	Koguarv		222
Stimulatsioon	Korrelatsioonikoefitsient		,008
	Sig. (1-tailed)		,437
Enesejuhitavus	Koguarv		217
	Korrelatsioonikoefitsient		,096*
Universaalsus	Sig. (1-tailed)		,028
	Koguarv		222
Heasoovlikkus	Korrelatsioonikoefitsient		,254**
	Sig. (1-tailed)		,000
Turvalisus	Koguarv		222
	Korrelatsioonikoefitsient		,081
Võim	Sig. (1-tailed)		,057
	Koguarv		223
Heasoovlikkus	Korrelatsioonikoefitsient		,119**
	Sig. (1-tailed)		,009
Turvalisus	Koguarv		224
	Korrelatsioonikoefitsient		,002
Võim	Sig. (1-tailed)		,487
	Koguarv		222
Võim	Korrelatsioonikoefitsient		,195**
	Sig. (1-tailed)		,000
	Koguarv		216

Tabel 17 Väärtustüüpide omavahelised korrelatsioonid

		Saavutus	Turvalisus	Enesejuhtimine	Stimulatsioon	Hedonism	Sarnasus	Heasoovlikkus	Universaalsus	Võim	Traditsioonid	
Spearman's rho	Saavutus	Korrelatsioonikoefitsient	1,000	-,082	,124	,186*	,195*	,060	,082	,093	,135*	,038
		Sig. (2-tailed)	.	,217	,061	,005	,003	,368	,213	,159	,041	,569
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
	Turvalisus	Korrelatsioonikoefitsient	-,082	1,000	,014	-,036	,194*	,260*	,112	,107	-,214*	,077
		Sig. (2-tailed)	,217	.	,829	,590	,003	,000	,091	,105	,001	,247
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
	Enesejuhtimine	Korrelatsioonikoefitsient	,124	,014	1,000	,229*	,192*	,014	,050	,070	,129	-,013
		Sig. (2-tailed)	,061	,829	.	,000	,003	,828	,450	,289	,051	,850
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
	Stimulatsioon	Korrelatsioonikoefitsient	,186*	-,036	,229*	1,000	,324*	,112	,131*	,215*	,134*	,127
		Sig. (2-tailed)	,005	,590	,000	.	,000	,091	,047	,001	,042	,055
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
	Hedonism	Korrelatsioonikoefitsient	,195*	,194*	,192*	,324*	1,000	,066	,061	,116	-,012	,095
		Sig. (2-tailed)	,003	,003	,003	,000	.	,322	,357	,080	,857	,151
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
	Sarnasus	Korrelatsioonikoefitsient	,060	,260*	,014	,112	,066	1,000	,289*	,291*	-,133*	,169*
		Sig. (2-tailed)	,368	,000	,828	,091	,322	.	,000	,000	,044	,010
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
	Heasoovlikkus	Korrelatsioonikoefitsient	,082	,112	,050	,131*	,061	,289*	1,000	,304*	-,031	,221*
		Sig. (2-tailed)	,213	,091	,450	,047	,357	,000	.	,000	,645	,001
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
	Universaalsus	Korrelatsioonikoefitsient	,093	,107	,070	,215*	,116	,291*	,304*	1,000	,126	,252*
		Sig. (2-tailed)	,159	,105	,289	,001	,080	,000	,000	.	,056	,000
		Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230
Võim	Korrelatsioonikoefitsient	,135*	-,214*	,129	,134*	-,012	-,133*	-,031	,126	1,000	,119	
	Sig. (2-tailed)	,041	,001	,051	,042	,857	,044	,645	,056	.	,072	
	Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	
Traditsioonid	Korrelatsioonikoefitsient	,038	,077	-,013	,127	,095	,169*	,221*	,252*	,119	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,569	,247	,850	,055	,151	,010	,001	,000	,072	.	
	Koguarv	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	