



Mirjam Koppelmann

**TALLINNA TÖÖSTUSHARIDUSKESKUSE
Z-GENERATSIOONI ÕPILASTE
TÖÖVÄÄRTUSED JA OOTUSED
TÖÖANDJALE**

LÕPUTÖÖ

Teenusmajanduse instituut

Ärijuhtimise õppekava

Juhendaja: Laivi Annus-Anijärv

Mõdriku 2021

Autori deklaratsioon ja lihtlitsents

Mina/meie, **Mirjam Koppelman**, tõendan/tõendame, et lõputöö on minu/meie kirjutatud. Töö koostamisel kasutatud teiste autorite, sh juhendaja teostele on viidatud õiguspäraselt.

Kõik isiklikud ja varalised autoriõigused käesoleva lõputöö osas kuuluvad autori/te/le ainuisikuliselt ning need on kaitstud autoriõiguse seadusega.

Juhendaja (nimi, allkiri) **Laivi Annus-Anijärv** /allkirjastatud digitaalselt/

Lõputöö on kaitsmisele lubatud Tallinna Tehnikakõrgkooli teenusmajanduse instituudi direktori korraldusega nr 1-14/2 kuupäev 03.01.2022

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Mirjam Koppelman** sünnikuupäev: **21.04.1999** annan Tallinna Tehnikakõrgkoolile (edaspidi kõrgkool) tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose **Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni õpilaste tööväärtused ja ootused tööandjale**.

1. reprodutseerimiseks säilitamise eesmärgil;
2. elektroonseks avaldamiseks kõrgkooli repositooriumi kaudu;
3. kui lõputöö avaldamisele on instituudi direktori korraldusega kehtestatud tähtajaline piirang, lõputöö avaldada pärast piirangu lõppemist.

Olen teadlik, et nimetatud õigused jäävad alles ka autorile ja kinnitan, et:

1. lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid ega muid õigusi;
2. PDF-failina esitatud töö vastab täielikult kirjalikult esitatud tööle.

Mõdriku, 05.01.2022 /allkirjastatud digitaalselt/

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	4
1. Z-GENERATSIOONI TÖÖVÄÄRTUSED JA OOTUSED TÖÖANDJALE	6
1.1 Z-GENERATSIOONI ISELOOMULIKUD TUNNUSED	9
1.2 Z-GENERATSIOONI TÖÖVÄÄRTUSTE TEOREETILISED SEISUKOHAD	13
1.3 Z-GENERATSIOONI TÖÖALASED MÕJUTEGURID JA OOTUSED TÖÖANDJALE TEOREETILISED SEISUKOHAD.....	16
2. EMPIIRILISE UURINGU METOODIKA JA TULEMUSTE ANALÜÜS.....	21
3. EMPIIRILISE UURINGU TULEMUSTE ANALÜÜS	25
3.1 Z-GENERATSIOONI OOTUSED TÖÖVÄÄRTUSTELE	30
3.2 Z-GENERATSIOONI OOTUSED TÖÖANDJALE	33
3.3 Z-GENERATSIOONI TÖÖVÄÄRTUSTE JA OOTUSTE MÕJUTEGURID.....	35
3.4 UURINGUST TULENEVAD JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD	39
KOKKUVÕTE.....	44
SUMMARY	47
VIIDATUD ALLIKAD.....	50
LISAD	54
Lisa 1. Olle 2019 magistr töö uurimuses hinnatavad tööväärtused	55
Lisa 2. Ankeetküsitlus Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni tööväärtused ja ootused tööandjale	56
Lisa 3. Uuringu tulemused	61

SISSEJUHATUS

Generatsioon, eesti keeles ka “põlvkond”, “sugupõlv”, on ligikaudu ühevanuste inimeste kogum (Accelerista, 2018). Edaspidi kasutab autor generatsioonide määratlemisel ameerikalikku jaotust, kuna tegu on laialt levinud liigitusega, mis on keskmise pikkusega, loogilise ülesehituse ja nimetustega. Jaotuse on koostanud Center for General Kinetics 2016. Aastal, kus on generatsioonid määratletud viieks (Olle, 2019; CGK, 2016). Antud uurimuses käsitleb autor viiest generatsioonist Z-generatsiooni tööväärtusi ja ootusi tööandjale ehk neid, kelle sünniaasta jääb 1996–2003 aastate vahemikku.

Teema on aktuaalne, kuna Z-generatsioon (sündinud pärast 1996. aastat) on hetkel noorim tööturule siseneja (Kasasa, 2020), nad on esimene generatsioon, kes on täielikult üles kasvanud koos tehnoloogiaga, ning on sellest tugevalt mõjutatud (Teleioni, 2018, lk 24). See muudab nad suuresti erinevaks eelnevatest põlvkondadest ja teeb uurimuse päevakohaseks. Kuuludes ka ise autorina Z-põlvkonda pakub selle generatsiooni teoreetiline käsitlus endale suuresti huvi, mis on samuti üheks teema valiku põhjuseks.

Z-generatsioon on peagi muutumas domineerivaks põlvkonnaks tööturul, tehnoloogia areng ja nende erilisus võrreldes eelnevate generatsioonidega avaldab töökeskkonnale suurt mõju ja muudab seda radikaalselt (Deloitte). Toetudes Gayle (2019) allikale näeme kuidas Z-põlvkond on muutnud tööturгу ja tööväärtusi, ning mida antud põlvkonna noored tööandjalt ootavad. Siit tuleneb ka uurimisprobleem-Z-generatsiooni tööväärtused ja ootused tööandjale ei samastu enam eelnevate generatsioonidega. Tööd on rohkem kui töötajaid (Eesti tööturg täna ja homme, 2018), mis omakorda annab Z-generatsioonile võimaluse tööd valida ja oma tööväärtusi ja ootuseid ka kehtestada, seega on tänapäeva tööandjatel kasulik teada, mis on Z-generatsiooni tööväärtused ja mida neile töökeskkonnas pakkuda.

Lõputöö eesmärk on välja selgitada Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni õpilaste tööväärtusi ja ootusi tööandjale.

Vastavalt eesmärgile on püstitatud järgnevad lõputöö ülesanded:

1. Tuua välja Z-generatsiooni tööväärtused, mõjutegurid ja ootused tööandjale lähtudes teoreetiliste allikate käsitlusest.
2. Teha kindlaks, mida pakkuda ja kuidas käituda Z-generatsiooni töötajaga töökeskkonnas toetudes teoreetilistele allikatele.

3. Esitada Z-generatsiooni põhilised tööväärtused, mõjutegurid ja ootused tööandjale Tallinna Tööstushariduskeskuses.
4. Teha järeldusi ja ettepanekuid tööandjatele arvestades Z-generatsiooniga tööväärtusi ja ootusi.

Teema käsitlemise tähtsus seisneb selle aktuaalsuses, tehnoloogia kiires arengus ja selle mõjutustes Z-generatsioonile, kes on üles kasvanud läbi aegade kõige muutlikumas ja arenenumas keskkonnas. Uuritakse välja Z-generatsiooni eripärad, suuremad mõjutajad ja analüüsitakse tänapäeva töökeskkonda ning mida Z-põlvkond tulevaselt töökohalt üldse ootab. Lõputöö käigus lahendatakse uurimisküsimused teoreetilise käsitlemise teel toetudes erinevatele allikatele ja autoritele.

1. Z-GENERATSIOONI TÖÖVÄÄRTUSED JA OOTUSED

TÖÖANDJALE

Töökeskond enne 1990. aastat oli pigem range ja formaalne, kus töötajad pidid järgima teatud töönorme nagu särgi ja lipsu kandmine ning esmapäevast reedeni 9-5 töötamine. Töötajad veetsid suurema osa ajast kontoris, töötades juhi juhendamisel ja nii aastaid ilma suuremate muutusteta. Tänapäevaks on aga töökeskond muutunud palju avatumaks ja inimsõbralikumaks, võttes arvesse inimeste eripärasid, hinnates töö- ja eraelu tasakaalu ja sõltuvalt ettevõttest tulla kontorisse tööle ka dressides või töötada üleüldse kodukontoris (Johnson, 2020).

Tööandja ja töötaja peavad siiski kinni pidama teatud reeglitest ja nõuetest. Tööalase heaolu loomiseks on vaja järjekindlalt hoolitseda töökeskonna ehk ümbruse eest, milles inimene töötab. Töötervishoid ja -ohutus tähendavad hoolitsemist tervise ja ohutuse eest, et ennetada riske töötaja tervisele. Töötajal ja tööandjal tuleb töösuhetes järgida vastastikuseid õigusi ja kohustusi, mis on kirjas töölepingus, kollektiivlepingutes ning töölepingu seaduses. Sõbralik koostöö nii töötajate omavahelistes kui töötaja ja tööandja suhetes eeldab, et osapooled on teadlikud oma õigustest ja kohustustest (Sotsiaalministeerium, 2017). Järgides neid etteantud juhtnööre ja reegleid on töökeskond siiski muutlik ja tööandjad liiguvad avatuma ja sõbralikumana töökeskonna suunas.

Tööandjad leidsid, et vana ja jäik mõtteviis vähendas töö efektiivsust, ning hakkas töö tõhususele pigem vastu töötama. Leiti, et ka üksteisest kaugel olevad inimesed saavad teha tõhusalt tööd läbi moodsate ühistarkvarade nagu Skype ja Google Docs, mille abil saab reaajas kolleegidega kogu maailmas tõhusalt suhelda. Töökeskond areneb edasi, et vastata aina rohkem nii töötajate kui ka tööandjate vajadustele (Johnson, 2020).

Käesoleva aasta esimese kvartali lõpus tabas maailmamajandust sh ka Eestit koroonaviiruse kriis, millel on tugev mõju tööturule (Siilivask, 2020). Seoses viirusega COVID19, mis põhjustas töökaotusi, koondamisi või sundlust töötada kaugtöö vormis kodus on toonud ja eeldatavasti toob tulevikus veelgi kaasa töökeskonna muutusi. Paljud ettevõtted on viiruse taandumisel jäänudki võimalusel kaugtöö juurde või peavad hakkama saama vähemate inimestega, kuna ressursid on viiruse puhangu tõttu vähenenud. Peale riigipoolset piirangute tühistamist ja ettevõtete tavapärase toimimise juurde pöördumist

on kriisi mõju tööjõunappuse asemel hoopis töökohtade puudus. Kriisi tulemusena on tööturg ebakindel ja mõjutab kindlasti ka Z-generatsiooni tööturul olemist, ning sinna sisenemist.

Põlvkonnateooria üks olulisemaid autoreid Karl Mannheim loeb põlvkonnaks enam-vähem ühel ajal sündinud inimeste rühma, kes on koos läbi elanud olulise ajaloolise sündmuse, mis vormib nende sotsiaalse teadvuse (Accelerista, 2018). Põlvkondade aegu liigitatakse väga erinevalt ja leidub erinevaid allikaid üksteisest hoopis erinevate kuupäevade ja nimetustega. Järgnevalt tuuakse välja erinevaid Z-generatsiooni jaotuste võimalusi (Tabel 1 ja Tabel 2).

Tabel 1. Generatsioonide jaotus (Robinson, M)

Generatsiooni nimetus	Alguskuupäev	Lõppkuupäev	Noorim täna	Vanim täna
Kadunud generatsioon 1914 aasta generatsioon	1890	1915	105	130
Interbelliumi generatsioon	1901	1913	107	119
<i>“The Greatest Generation”</i> Suurim põlvkond	1910	1924	96	110
Vaikiv generatsioon	1925	1945	75	95
Beebibuumerite generatsioon	1946	1964	56	74
X-Generatsioon	1965	1979	41	55
X-generatsiooni ja millennium vahel sündinute generatsiooni <i>“xennials”</i>	1975	1985	35	45
Millenniumilased ehk Y-Generatsioon	1980	1994	26	40
Z-Generatsioon	1995	2012	8	25
Generatsioon Alpha	2013	2025	1	7

Eelnevas tabelis (tabel 1) on välja toodud Robinson, M artiklist võetud generatsioonide jaotus, mis on põhjalik ja nii mõnegi põlvkonna kohta on välja toodud mitmeid nimetusi. Põlvkonnad on määratletud kümneks ja nimetuste järel on välja toodud aastaarvud, kuhu vahemiku iga põlvkond jääb. Lisaks on märgitud ka iga põlvkonna hetke noormin ja vanim vanus, mis muudab jaotuse paremini mõistetavaks.

Tabel 2. Demographics, 2018 generatsioonide jaotus

Beebibuumerid	1946-1964
X-generatsioon	1965-1980
Y-generatsioon	1981-1995
Z-generatsioon	1996-2010
Generatsioon Alpha	2011-2025

Generatsioone saab määratleda ka palju konkreetsemalt ja lühemalt (Tabel 2), kus põlvkonnad on jaotatud viieks ja nende järel on välja toodud nende ajastud. Juba neid kahte väljatoodud põlvkondade liigitust vaadates näeme, kuidas põlvkondi erinevalt liigitatakse ja aastaarvud on varieeruvad. Neid saab liigitada pikemalt või lühemalt ja ka erinevate/rohkemate nimetustega vastavalt täpsuse vajadusele.

Antud lõpustöös kasutab autor edaspidi generatsioonide määratlemisel ameerikalikku jaotust, kuna tegu on laialt levinud liigitusega, mis on keskmise pikkusega, loogilise ülesehituse ja nimetustega.

Jaotuse on koostanud Center for General Kinetics 2016. Aastal (Olle, 2019)

Jaotus on järgmine:

- 1) traditsiooniline generatsioon – sündinud enne 1945. aastat;
- 2) beebibuumi generatsioon – sündinud aastatel 1946 – 1964;
- 3) X-generatsioon – sündinud aastatel 1965 – 1976;
- 4) Y-generatsioon – sündinud aastatel 1977 – 1995;
- 5) Z-generatsioon – sündinud pärast 1996. aastat (CGK, 2016).

Generatsioonid on algusest peale andnud järgmisele põlvkonnale edasi oma tõekspidamisi, uskumisi ja norme, mis tähendab, et nad on kõik omavahel seotud ja segunenud, kuid samal ajal muudab iga põlvkond siiski midagi või lisab midagi juurde. Kõik mõjurid ei pea alati olema inimesed, nagu ka eelnevalt mainitud võib põlvkondi ja tööturgu suuresti muuta epideemia, kultuur, uskumused, sõjad ja poliitika. Sellised sündmused inimkonna ajaloos on teinud iga generatsiooni eriliseks ja ainulaadseks. Praeguseks hetkeks on tööturg muutunud palju vabamaks ja inimsõbralikumaks, ning inimesed peavad töö tegemist nii palju nauditavamaks. Põhiline mõjutaja on kindlasti kaasaegne tehnoloogia, mis on paljud tööülesanded muutnud mugavamaks ja kiiremaks. Antud lõputöös käsitletakse viiest põlvkonnast lähemalt Z-generatsiooni erilisust eelnevatest põlvkondadest.

1.1 Z-generatsiooni iseloomulikud tunnused

Z-generatsioon on peale y-generatsiooni tulev põlvkond, mis on ühtlasi noorim tööturule sisenev generatsioon, kes on sündinud peale 1996. aastat. Antud generatsiooni kutsutakse ka I-generatsiooniks ja pluuraliteks, ning selle generatsiooni noored moodustavad umbes 25% populatsioonist, aastaks 2022 jõuab suur osa neist ka tööjõuturule (Kasasa, 2020).

Z-generatsioon on esimene generatsioon, kes on täielikult üles kasvanud koos tehnoloogiaga, on sellest tugevalt mõjutatud ja nad ei kujuta elu ilma selleta ette. Neid võib ka nimetada kõige haritumaks põlvkonnaks, seda mitte üksnes ülikoolihariduse tõttu, vaid see on generatsioon, kes on võimeline ennast ka internetiallikate abil ise harima. Seetõttu on nad võimelised sealt mõne sekundiga leidma informatsiooni kõige hetkel vajaliku kohta, lahendama ülesandeid ja omandama ka keerukaid oskusi (Teleioni, 2018, lk 24).

Tähistamaks digitehnoloogia kasutusviisidest tulenevaid põlvkondlike erinevusi on loodud hulgaliselt sildistusi ja mõisteid. Ilmselt ulatuslikema kõlapinna saavutanud mõiste „digitaalne põlvkond” ideoloogide arvates on sünnist saati digitehnoloogilistest vidinatest ja baitidest ümbritsetud noored kõigi eelkäijatega võrreldes sõltumatumad, uudishimulikumad, vahetumad, innovaativsemad, avatumad, kaasavamad, sõnavabadust ja ühishuve hindavamad. Sellegipoolest on „digitaalne põlvkond” kasutatav heuristilise mõistena, selleks et kõrvutada noorte meediakasutust vanemate generatsioonide omaga (Kalmus, 2014).

Oma olemuselt on nad eneseteadlikud, julged, uuendusmeelsed, majanduslikult iseseisvad, praktilised ja sarnaselt milleeniumi lastega ka kõrgema sotsiaalse vastutustundega. Nad soovivad oma hobid muuta elukutseks ja sissetuleku allikaks ning vajavad töötamiseks rahulikku ning sõbralikku keskkonda. Z-generatsiooni on kõige enam mõjutanud 2000-ndad aastad, mil toimus 9/11 terrorirünnak, ülemaailmne majanduskriis, hoogustusid koolitulistamised, algas Afganistani sõda, valiti presidentiks Barack Obama ja mil jõudis müügile esimene iPhone. Kõik need sündmused on kujundanud Z-generatsiooni väärtusmaailma sellest, mis on neile elus tähtis (Äripäev, 2018).

Z-generatsioon on esimene generatsioon, kes ei vaja täiskasvanut, et leida internetist informatsiooni. Nad saavad hõlpsasti jagada igat oma mõtet ja emotsiooni läbi sotsiaalmeedia oma jälgijatele, ning tänu nutiseadmetele on nende näpuotstes pidev stimulatsioon. Need noored on sotsiaalselt pidevas ühenduses, kuid vajavad tihti oma aega ja isegi isolatsiooni. Kasutavad ja eelistavad igal võimalused nutiseadet, näiteks koolis õpivad nad rohkem telefonist, kui klassiruumis toimuvast. Kalendrid, lauamängud, kaamerad, käekellad on jäänud tagaplaanile (What to Do with a Generation of “Firsts” Part Two, 2013).

Z-generatsioon on peagi muutumas domineerivaks põlvkonnaks tööturul, tehnoloogia areng ja nende erilisus võrreldes eelnevate generatsioonidega avaldab töökeskkonnale suurt mõju ja muudab seda radikaalselt. Eriti tugevad mõjutusi võib näha jaekaubanduse, kultuuri, tehnoloogia ja poliitika valdkondades. Neil on ainulaadne vaade karjäärile ja sellele, kuidas määratleda edu nii elus kui ka töös (Understanding Generation Z in the workplace).

Erinevad uuringud on näidanud, et Z-põlvkonna noored tahavad muuta maailma. Tehnoloogia on nende elus olulisel kohal, 41% neist veedab oma aega väljaspool kooli arvuti ja mobiili seltsis. 10 aastat tagasi oli selliseid noori 22%. Arvuti ja sotsiaalmeedia aktiivne kasutamine on kaasa toonud probleeme eneseväljendusoskuses. Palju kasutatakse lühendeid ja emotikone. Samas muretseb see põlvkond enda ja teiste tervise pärast, proovib elada tervislikumat eluviisi, kui seda on teinud varasemad põlvkonnad. Neile läheb korda maailm ja nad üritavad leida viise, mis seda vähem saastaks. Nii rääkis Mariliis Veeret oma 2019 aasta lõputöös kirjeldades Z-generatsiooni olemust. Nagu igal põlvkonnal on ka Z-generatsioonil omad tugevused, nõrkused, väärtushinnangud ning eelised (Tabel 3).

Tabel 3. Z-generatsiooni tunnused (Veeret, 2019)

Tugevused: • Kõige kompetentsemad tehnika vallas; • Efektiivsed, suudavad tegeleda mitme asjaga korraga; • julged ja ettevõtlikud; • tunnevad ennast kõikjal koduselt;	Nõrkused: • Pole kõige lojaalsemad ettevõttele; • väga sõltuvad tehnoloogiast; • ei mõtle tihti tagajärgedele; • pealiskaudsed, ei soovi pühenduda; • ei taju oma piire;
Väärtushinnangud: • Innovatsioon; • enesejuhtimine; • soov elada praeguses hetkes, mitte mõelda tulevikule; • kiire infoliikumine; • soov ühendada hobi tööga.	Eelistused suhtlemisel: • Toeta iseseisvust ja loovust; • Võimalda selget vestlust; • Eelistavad virtuaalsel teel suhtlemist.

Suur osa Z-generatsiooni tähelepanust läheb pidavalt tehnoloogia peale, mis on neist teinud selle ala asjatundjad, nad oskavad seda enda kasuks töötama panna, mille abil suudavad nad paljud keerukad ülesanded lihtsamaks ja kiiremaks muuta. Tehnoloogia saadab neid praktiliselt igal pool ja nad ei suuda selleta elada, mida võib lugeda selle generatsiooni miinuseks, kuid samal ajal ka plussiks, kuna nad suudavad samal ajal teha mitut asja korraga, ning on alati uuesti infost kiiresti teadlikud. Nad on kiired kohanejad, kuid samal ajal mitte väga püsivad, nad soovivad areneda ja ise end juhtida (Tabel 3). Ühel ja samal töökohal püsimiseks ja nende ametis hoidmiseks peab neil laskma ise otsustada, samal ajal tuleks neid motiveerida ja innustada, et vältida neis igavuse teket ja motivatsiooni kaotust.

Tänu nutiseadmetest mõjutatud keskkonnale omab Z-generatsioon rohkem ja põhjalikumaid teadmisi tehnoloogia maailmas, nende jaoks on see loomulik ja nad oskavad ka tehnoloogiat enda kasuks töötama panna. Kasutavad kõikvõimalike rakendusi ja internetivõimalusi, et enda elu mugavamaks muuta, oskavad hästi kasutada sotsiaalmeediat, töödelda videoid ja pilte, ning suhelda läbi videokõnede või suhtlusrakenduste. Oskavad teha head eeltööd inimestele ja toodetele/teenustele enne nende soetamist või kasutamist. Z-generatsiooni seas on ka kõige populaarsem internetist asjade tellimine. Nad oskavad hinnata usaldusväärsust ja filtreerida vajaliku mittevajalikust (Jörg, 2017).

Z-põlvkond omab suurt võimet töötada samaaegselt mitme ülesandega, olles samal ajal väga produktiivne. Nii-öelda *multitasking* on üks vastavat generatsiooni iseloomustav märksõna. Seda on mõjutanud nende lihtsustatud ligipääs infole ja veebivõrgustikele, mis on neile selgeks saanud juba lapseas (Iorgulescu, 2016). Tänu arenenud teadmistele tehnoloogiast on nad ka internetis rohkem kättesaadavamad ja maailmast teadlikumad. Lihtsam ligipääs tervele maailmale on muutnud nad reisimisele avatuks ja nad tahavad seda teha.

Z-generatsioon omab ja on endaga kaasa toonud erinevaid eripärasid, nad on teiste suhtes palju tolerantsemad - erinevad kultuurid ja keeled, seksuaalsed vaated ning erinevad rassid on neile mõistetavad. Nad on oma tegemistelt ettevaatlikumad, võtavad vähem ja aeglasemalt riske, mis on ka põhjus, miks tõsisemate suhete tekkimine võtab neil kauem aega, ning pere loomine jääb aina hilisemaks (Robinson).

Järgnevalt on välja toodud veel eripärasid Z-generatsiooni kohta (Robinson):

- keskkoolis tarbitakse vähem alkoholi ja narkootikume;
- käiakse harvem kirikus;
- mõtlevad rohkem ise ja omavad enda arvamust, ega usu nii väga valitsust, kirikut/usku, ega tähtsamaid autoriteete;
- autojuhilubadega viivitamine ja neid ei peeta nii tähtsaks, mis on kaasa toonud vähem autoõnnetusi teisme eas olevate juhtide seas;
- käivad pigem harva kinos ja veedavad vähem aega kaubanduskeskustes;
- kasutavad tõenäoliselt pigem *instagrami* kui *facebooki*;
- vähem optimistlikud ja naiivsed.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et Z-generatsioon on iseteadlik ja tahab ise otsustada, omab tugevaid arvamusi ja tahab neid ka välja öelda. Nad ei karda teistest erineda ja tolereerivad erinevusi ka teistes inimestes rohkem, kui seda on teinud eelnevad generatsioonid. Nad veedavad palju aega nutitelefonides, tehes seal tööd, tellides sealt koju toitu ja rõivaid, suheldes sõprade ja perega või seal lihtsalt aega veetes ei ole neil suurt vajadust külastada kaubanduskeskuseid ega käia kinos, kuna filme saab edukalt ka internetist ise vaadata. See võib olla ka põhjus, miks autojuhilubade tegemine pigem hilisemasse ikka lükkub, kuna kodust ei ole vaja enam nii palju lahkuda, sest praktiliselt kõike on võimalik koju kätte tellida.

Z-generatsiooni negatiivsetest külgedest võib välja tuua nutiseadmete liigne kasutamine lihtsalt aja veetmise eesmärgil, kuhu nad kaotavad suure osa aja oma päevast ja ka ööst, mille all kannatab nende une režiim. Aja veetmist raamatuid ja ajalehti lugedes on kordades vähem. Suhtlemine teiste inimestega käib neil ka rohkesti interneti kaudu, mille tõttu on neil isikliku kontakti palju vähem. Neid on kasvatatud rohke juhendamise ja abistamise teel, ning nad tunnevad end kaitstuna kodus, mis on ka põhjus miks nad keskkooli kõrvalt aina vähem tööle lähevad ja oma raha tahavad teenida. Olles üles kasvanud toetavas keskkonnas tunnetavad nad kiiresti üksildust, sellest tulenevalt on nende seas depressioon rohkem levinud, ning ka enesetappude määr märksa kõrgem (Robinson).

Selles põlvkonnas sündinud noored on eneseteadlikud, julged, uuendusmeelsed, majanduslikult iseseisvad, praktilised ja kõrge sotsiaalse vastutustundega. Nad on esimene põlvkond, kes on täielikult üles kasvanud koos tehnoloogiaga, ega oska selleta elada, ning seetõttu on see suuresti mõjutanud Z-generatsiooni kujunemist ja olemust. Tehnoloogia on nad osanud enda kasuks töötama panna, muutnud sellega oma elu mugavamaks, töö efektiivsemaks, ning nii nad jõuavad sama ajaga teha ära rohkem asju, kui nendest eelnevad põlvkonnad. Nad on julged ja soovivad muutma maailma, oma erilisusega on nad juba praegu muutnud maailma tööturгу kaasaegsemaks ja seovad seda iga päev aina rohkem tehnoloogiaga.

1.2 Z-generatsiooni tööväärtuste teoreetilised seisukohad

Tööväärtused on uskumused, mis on seotud soovitud lõpp-olekute või käitumisega. Kuna tööväärtused viitavad ainult tööle, on need väärtused konkreetsemad kui põhilised individuaalsed väärtused (Schwartz, Surkiss, 1999, lk 11, 49). Tööväärtuste põhjal on võimalik veelgi täpsemalt määratleda ja vaadelda indiviidi ning hinnata tema tööoskusi ning sobivust tööandjale (Olle, 2019). Tööväärtus on töö või töökeskkonnaga seotud hindamisstandardid, mille abil inividid eristavad, mis on „õige” või hindavad eelistuse olulisust (Smola ja Sutton, 2002, lk 366).

Kuna tööd võib käsitleda ühe eluvaldkonnana, siis on tööväärtustel töö suhtes oluline tähendus. Üldiste väärtuste ja tööväärtuste vahekorda võib kirjeldada erineval moel. Üheks võimaluseks on väärtuste kirjeldamine lähtuvalt teatud tunnetuslikust struktuurist, mis määrab ära struktuurse sarnasuse üldiste väärtuste ja tööväärtuste vahel. Teiseks võimaluseks on lähtumine eeldusest, et tööväärtused tulenevad üldistest väärtustest ja seetõttu kujunevad ka tööväärtused töövaldkonna üldisest arusaamast. Tänapäeva ühiskondades nähakse tööväärtusi, mõjutegureid ja tööalaseid ootusi olulistena ja nende tähtsus on ajas

aina kasvamas. Töö kajastub paljudes kultuurides kui üks tähtsamaid rolle inimeste eludes ja seepärast on hakatud neile aina rohkem tähelepanu pöörama. Kirjanduses domineerib seisukoht, et väärtused ei mõjuta inimtegevust otseselt, vaid kaudselt hoiakute ja eesmärkide kaudu. Seega sõltub inimeste käitumine sellistes töökeskkonna valdkondades nagu töötamine, koolitused, ning aja jagamine töö ja pere vahel rohkem tööväärtustest kui üldistest väärtustest. Samal ajal on aga kindlasti oluline üldisi väärtusi mitte kõrvale jätta (Titma, 2002, 212 – 213).

Motiveerimine on üks valdkond, millega tänapäeva tööandja suuresti tegelema peaks, kuna Z-generatsioonile on sellest töökeskkonnas palju abi, ning see paneb omakorda ettevõtte efektiivsemalt toimima. Alljärgnevalt on välja toodud millised motiveerivad tegurid mõjuvad kõige tõhusamalt just Z-generatsioonile (Kuidas kootsingu abil käivitada Y- ja Z-generatsiooni, 2018).

- näita, et sa oled olemas ja hoolid – kuula ja võta nende jaoks aega;
- ole eeskujuks ja näita, mis on head tööväärtused ja efektiivne kommunikatsioon;
- anna neile võimalus arenemiseks – treeni ja koolita neid;
- anna selged juhised ja ülevaade sellest, kuidas neil on võimalik edu saavutada;
- anna neile konstruktiivset tagasisidet ja tunnusta neid nende tehtud töö eest.

Tööväärtusi liigitatakse järgmiselt (Olle, 2019):

- välised väärtused – staatusega seonduvad hüved nagu töötasu, materiaalne omand, prestiiž;
- seesmised väärtused – motiveerivad töötama huvitava, mitmekülgse, väljakutset pakkuva töö huvides, mitte materiaalsete hüvede saamiseks;
- altruistlikud väärtused – motivatsioon aidata teisi ja ühiskonda oma töö kaudu. Altruistlike väärtuste väidetega sooviti noorte arvamust töö tähenduslikkuse kohta nii isiklikus kui ka globaalses tähtsuses;
- sotsiaalsed väärtused – vajadus suhelda ja kuskile kuuluda

Toetudes Markovitz (2019) artiklile ütlevad enam kui pooled Z-generatsiooni põlvkonnast esimeseks tööväärtuseks palga, pidades seda töö juures kõige olulisemaks. Teiseks toovad välja paindliku, kuid samas stabiilse ja järjepidava graafiku. Nad peavad tähtsaks töökoha poolt pakutavaid hüvitisi, nagu tasustatud puhkeaeg, tasuta lõunad ja sporditoetus. Samal ajal ei pea nad nii tähtsaks transpordi-, tervisehoiu, ega elukindlustuse hüvede katmist. Z-põlvkonna esindajatele on tähtis värbaja tagasiside, positiivne on kui see on kiire ja antud ka siis kui vastus on eitav. Neile on tähtis ettevõtte hea maine ja halb tagasiside ja kommentaarid võivad takistada neid isegi antud ettevõttesse kandideerimast.

Olle (2019) samateemalises magistritöö uurimuses tuleb välja, et noored hindavad kõige tähtsamaks väliseid tegureid ehk materiaalseid hüvesid ning kõige vähem väärtustavad sotsiaalseid tegureid nagu suhtlus ja vajadus kuskile kuuluda. Selleks et täpsemini aru saada, mis on Z-generatsiooni jaoks kõige olulisemad tööväärtused ning kas need erinevad eelneva, Y-generatsiooni omadest, mindi analüüsis detailsemaks ning uuriti vastuseid eraldi. Uuringus paluti vastajatel hinnata 25-te tööväärtust viie palli süsteemis (Lisa 1).

Kõige olulisemateks tööväärtusteks Olle (2019) magistritöös peeti töörõõmu, palka, tunnustust, töötingimusi ja saavutusi. Vastajad on olnud oma vastustes küllaltki üksmeelsed ning suurem osa noori väärtustab nimetatud tegureid väga kõrgelt. Kõige olulisemaks peetakse seda, et töö, mida tehakse või soovitakse tulevikus teha, pakuks rõõmu ja tegelikult ka endale meeldiks. Väga oluliseks peetakse ka töö eest saadavat tasu ning tunnustust ja heakskiitu nii tööandja kui ka kaastööliste poolt. Samuti on noorele inimesele väga tähtis mugav ja tänapäevane töökoht ning võimalus arendada oma potentsiaale, mille kaudu saada juurde uusi võimalusi, teadmisi ning oskusi.

Enam kui 90 protsenti Z-põlvkonnast eelistab, et nende meeskonda kuuluks siiski teine inimene, keegi kes on uuenduslik ja kes töötab uuenduslike tehnoloogiate abil. Z-põlvkonna jaoks on tehnoloogia kohustuslik, kuid sellest ei piisa, nad on küll esimene täielikult digitaalne põlvkond, aga tahavad siiski oma töökeskkonnas lisaks tehnoloogiale näha ka teist inimest. Z-põlvkonnale on tööl kaks kõige olulisemat tegurit toetav juhtimine ja positiivsed suhted tööl. Kaasaegne tehnoloogia koos inimlike elementidega on see, mida nad ettevõttelt ootavad. Kõige madalamalt aga hindasid vastajad tööväärtusi nagu töötamine üksi, rutiin, väljakutsed, juhtimine ja suhtlus (Jenkins, 2019). Parima töö saavutamiseks vajavad Z-generatsiooni esindajad otsest ja konstruktiivset tagasisidet töö kohta, praktilisi koolitusi, vabadust avaldada arvamust ja iseseisvalt tööd teha (Markovitz, 2019).

Uuenduslik tehnoloogia ja töökeskkond on Z-põlvkonnale ühed kõige tähtsamad tööväärtused, mille kõrvalt aga ei tohiks unustada inimeste vahelist suhtlust ja tööle vastavat palka. Ettevõtte edukaks toimimiseks tuleks Z-generatsiooni esindajaid motiveerida, neile tuleks pakkuda erinevaid ettevõttepoolseid hüvitisi ja tagada paindlik, kuid samas stabiilne töögraafik. Antud generatsioon tahab hoida tööl häid suhteid ja teha koostööd oma juhiga, neile on tähtis olla nähtud ja kaasatud ettevõtte töösse.

1.3 Z-generatsiooni tööalased mõjutegurid ja ootused tööandjale teoreetilised seisukohad

Tänapäeva tööandja ja töökeskkond on pidevas muutuses ja alles välja kujunemas, et uuenduslikele ja tehnoloogiale suunatud noortele meeltemööda olla. Praeguseks on juba välja kujunenud teatud normid ja trendid, milline võiks tänapäeva töökeskkond olla ja välja näha (Robinson, 2017).

Järgnevas loetelus on välja toodud populaarsemad näitajad tänapäeva töökeskkonna kohta:

- pakutakse ja eelistatakse tasustatud vaba aega kõrgema palga asemel;
- võimaldatakse pidevat kodust tööd või kodust tööd paar korda nädalas;
- on antud rohkem aega tegeleda isiklike projektidega või asjadega, millest inimene huvitub;
- rohkem ise otsustamist ja võimalust määratleda ise oma eesmärgid;
- tasuta/soodustusega toitlustus, firmaüritused, koosviibimised;
- vabam töökeskkond;
- võimalus võtta tööle kaasa lemmikloomi.

Töökeskkonda valides lähtuvad inimesed paratamatult mingil määral keskkonnast, kus nad on üles kasvanud. Z-generatsiooni vanemateks on enamikel juhtudel X-generatsioon, sündinud 1965-1980 aastate vahemikus (Kagan, 2021), seetõttu võib kodust keskkonda ja vanemaid lugeda ka tööalaseks mõjuteguriks. X-generatsiooni peetakse iseseisvateks, nad arvavad, et edu saavutamiseks on vaja teha palju rasket tööd, nad on realistlikud ja sellises keskkonnas on nad kasvatanud ka oma lapsi. Nad jälgivad oma lapsi pigem distantstilt, ega tõtta neile igal võimalusel appi, mille eesmärgiks on saavutada Z-generatsioonil sündinute iseseisvus, realistlik mõtteviis ja arusaam, et kõigi karjäär on nende enda kättes, ning selle nimel tuleb teha tööd ja näha vaeva (Jenkins, 2017).

Teiseks Z-generatsiooni tööalaseks mõjuteguriks on loetud tehnoloogiat ja sellega kaasnenud meedia arengut. Z-põlvkond kasvas üles inimajaloo tehnoloogiliste edusammude kõige kiirematel ja muutuvamatel perioodidel. Isegi rohkem kui tehnoloogia ise on Z-generatsiooni mõjutanud ühendus inimestega läbi erinevate teabevõrgustike üle terve maailma. Seetõttu on nende silmaring märksa laiem ja avatum, ning terve maailm ei tundu neile üldse nii suur ega kauge kui eelnevatele generatsioonidele. Arenenud tööalane meedia on neid inspireerinud õppima just seda, mis neile huvi pakub. Nad oskavad teha vajaliku eeltööd, kasutades selleks meediat, kust leida endale sobiv koht õppimiseks ja töötamiseks kodumaal või väljaspool seda. Nad ei karda võtta selleks riske, sest teise riiki kolimine või seal viibimine pole neile probleem, nad on selleks avatud ja seda palju tänu meediale, mis on maailma nende jaoks avatuks ja turvaliseks kohaks teinud (Jenkins, 2017).

Igal inimesel on tööd otsides ja tööle minnes enda jaoks selgeks kujunenud mingid ootused ja kriteeriumid. Mida rohkem ajas edasi, seda nõudlikumaks on muutunud tööturule sisenevad noored. Z-põlvkond on oma ootustega tööandjale toonud kaasa ka aina kaasaegsemaks muutuva töökeskkonna. Z-generatsioon on uuendusliku mõtteviisiga ja teab, mis on tänapäeva kliendi ootused toodetele ja teenustele. Nad on orienteeritud populaarsusele ja teavad, kuidas muuta toodet või teenust atraktiivsemaks, oskavad näha võimalusi erinevates kohtades ja oma teistmoodi mõtlemisega neid enda kasuks töötama panna. Nii võivad nad päästa nii mõnegi vanamoodsate meetodite juurde kinni jäänud ettevõtte (Benefy, 2020). Samuti ei pruugi tavapärane värbamisprotsess Z-generatsiooni puhul olla kõige tõhusam. Neile tuleks kaubamärk atraktiivseks teha, mainida erinevaid kasusid ettevõttega liitumisel ja rõhutada pigem Z-generatsiooni eelistusi, rakendada tehnoloogiat ja olla uuenduslik. Nii muutub töökoht neile huvitavamaks (Gayle, 2019).

Probleeme võib tekkida olukordade lahendamisel. Z-generatsioon on harjunud, et nende eest asju korda aetakse, mitte ainult nende vanemate poolt, vaid ka igapäeva elu lihtsamaks tegevate ettevõtete, mugavusteenuste, internet, kooli ja ka riigi poolt. Kui nad seda enda kasuks töötama suudavad panna, siis ei tohiks see nii suuri probleeme tekitada (Benefy, 2020).

Z-generatsioon on üles kasvanud koos tehnoloogiaga ja ootavad selle kasutust ka oma tulevaselt töökohalt. Tehnoloogia mitte kasutamine võib tekitada pigem suuremaid probleeme kui selle kasutamine, mis enamasti teeb töö tegemise kiiremaks ja lihtsamaks, muutes sellega ettevõtte toimimise tõhusamaks (Gayle, 2019). Paljud Z-põlvkonna noored eelistavad tööd teha kodus või kaugtöö vormis, ning nad

eeldavad tööandja poolt võimalust suhelda ja teha konverentse koos kolleegidega läbi interneti (Johnson, 2020). Hea on kasutada töö tegemisel ka äppe ja rakendusi, nii saab tagada Z-generatsioonile turvalisema keskkonna ja parema töö sujumise, kui nende töötegemist rakendustega suunata ja jälgida. Enamasti on see ka tõhusam ja kiirem lahendus tavapärasest. Pole kahtlustki, et nutitehnoloogia mängib selle generatsiooni noorte seas suurt rolli, seega tuleks oma ettevõtte muuta aina tehnoloogiale toetuvamaks, teha gruppe ja kaustasid, mis on kõigile töötajatele kättesaadavad ja turvalised, selline tegevus arendab ka meeskonnatööd ja hoiab ettevõtet rohkem koos. Z-generatsioon eelistab kindlasti seda tüüpi ettevõtteid vanamoodsatele (Gayle, 2019).

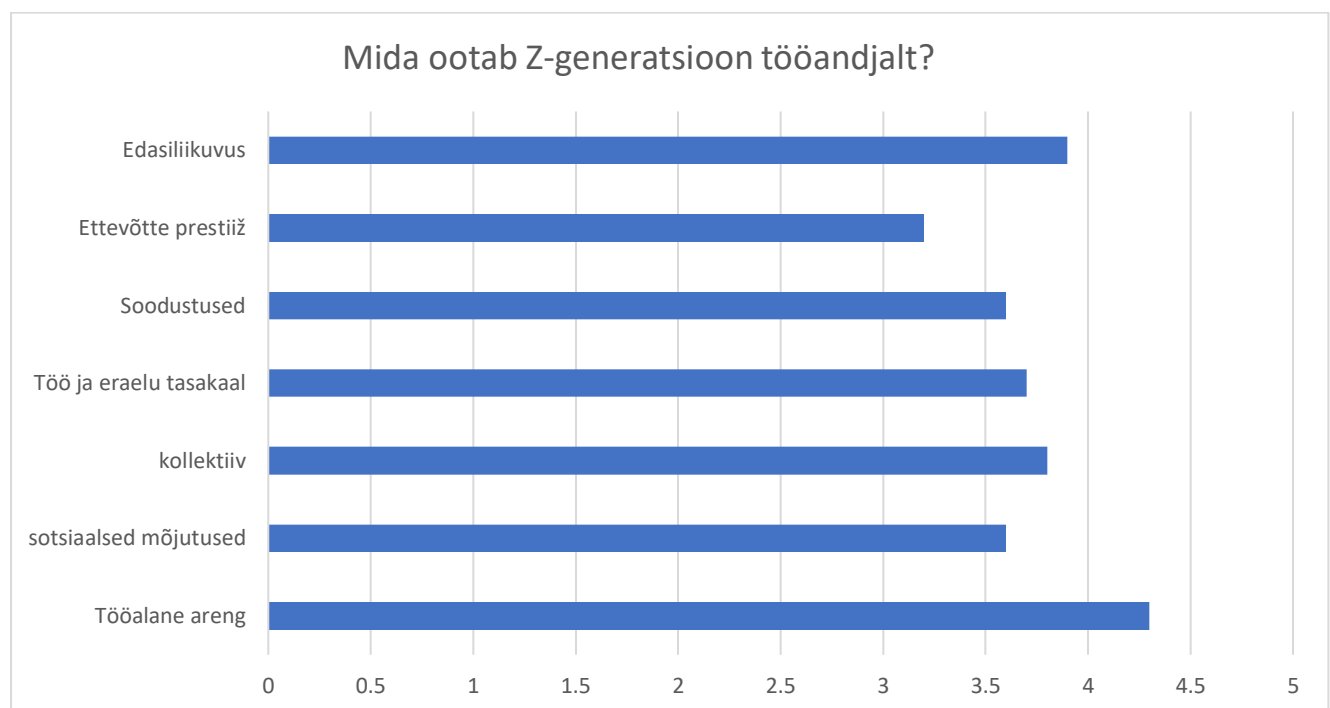
Haridusvõimaluste pakkumine on olnud suur pluss kõigile generatsioonidele, nii ka Z-generatsiooni, nad hindavad võimalust enda oskusi täiendada, ning end isiklikult ja professionaalselt arendada. Seda saab teha mitmel viisil, sealhulgas näiteks õppemaksu hüvitamine, tasuta mentorlusvõimalused, tasuta koolitused, kursused või õpivideod. Paindlike töövõimaluste pakkumine võib olla üks põhjus, miks Z-generatsiooni töötaja ettevõttesse tööle jääb. Nad võivad vahetada töökohta seni, kuni leiavad enda tasakaalustatud eluviisile sobiva rütmi, kus on aega töö, kui ka muude tegevuste jaoks (Gayle, 2019). Koolis käivad töötajad ja tudengid eelistavad rohkem valida, kelle heaks nad töötavad ja millise palgamäära juures, ning võimalusel planeerida ise oma ajakava (Johnson, 2020).

Samuti on olnud igati tõhus viis töötajate motiveerimiseks tagasiside andmine, seda tuleks Z-generatsiooni puhul kindlasti kasutada. Eriti tööle asudes on uuel töötajal palju küsimusi peas, kas ta teeb midagi õigesti või peaks tegema teisiti. Tagasiside andmine on kasulik ka ettevõttele ja tööandjale, kiitmine annab töötajale positiivse emotsiooni ja motivatsiooni tööd teha, samal ajal töötaja töös korrekture tehes ei kannata töö lõpptulemus nii, nagu see kannataks veast mitte rääkimisel. Tagasiside andmine võiks olla töö loomulik osa. Z-generatsiooni töötajale tuleks varakult tutvustada karjääriredelil arenemise võimalusi ja anda neile märku, et see on päriselt ka võimalik, nähes töötajas ambitsiooni tuleks talle sellest märku anda ja temaga sellest rääkida. Kui töötaja saab aru, et ise pingutades saab ta positiivset tagasisidet ja ametikõrgendus ei ole ilmvõimatu, siis ei teki tal tahtmist konkurendi juurde tööle minna, ega mõtteid, et nende karjäär on seisma jäänud (Gayle, 2019). Traditsiooniliselt annavad tööandjad tööle ülevaate ja tagasiside näiteks projekti lõppedes või aasta lõpus kokkuvõttena, kuid see on kujunenud ebaefektiivseks, kuna aasta lõpuks kaob vahepeal tehtud töö emotsioon ja tagasiside selle kohta ei oma enam suurt tähtsust. Tagasiside andmine aasta asemel nädala- või kuuülevaadete kaudu on kujunenud palju efektiivsemaks (Johnson, 2020).

Samal ajal kui ammutame teadmisi oma uusima tööturule siseneva põlvkonna eelistustest ja käitumisest, peame ühtlasi uurima, kuidas „töö” ise ajas muutub ja areneb. Muutused on suured ja nendest ei ole alati lihtne aru saada ja neid omaks võtta. On tekkimas uued reaalsused, näiteks inimese ja masina pidev koostöö, pikaajalise karjääri, ning talentide hoidmine ja arendamine ühes ettevõttes. Tuleviku töökoht vajab taas osa renessansiaegsest tööetikast, kus inimesel on palju andeid, huvisid ja teadmishaldkondi.

Sellise töökeskkonna arendamine nõuab nelja peamist tööoskust (Deloitte):

- digitaalsed tööriistad ja tehnoloogiaoskused;
- mugavus analüüsi ja andmete osas;
- ärijuhtimise oskused;
- kujundamine ja loomingulised oskused.



Joonis 1. Mida ootab Z-generatsioon tööandjalt? (Ripplematch, 2019)

Ripplematch (2019) on läbi viinud uuringu Z-generatsiooni ootustest töökohale, kus paluti hinnata 5 palli skaalal töölase arengu, sotsiaalse mõjutuste, töökoha kollektiivi ning töö ja eraelu tasakaalu, töökohapoolsete soodustuste, ettevõtte prestiiži ja edasiliikuvuse tähtsust (Joonis 1). Tulemusena langesid kõik vastused üle kolme palli, mis tähendab, et Z-põlvkond peab kõiki pakutud väärtusi mingil

määral tähtsaks. Siiski tähtsustavad nad mõnda väärtust rohkem kui teist, enim peavad nad tähtsaks tööalast arengut, ettevõtte edasilükkuvust, ning töökoha kollektiivi, kõige vähem aga töökoha prestiiži ja töökohapoolseid soodustusi.

Z-generatsioon hõlmab 2020. aastaks umbes 36 protsenti tööjõust. Nende vanus ja suur arv muudavad nad üheks põhiliseks tööturul töötavaks põlvkonnaks, ning ettevõtted ei saa riskida nende ootustele tähelepanu mitte pööramisega. Z-põlvkond on muutumas tänapäeva töökoha domineerivaks põlvkonnaks, seega tuleb varem või hiljem nende soovide ja ootustega kohaneda (Gayle, 2019).

Erinevatest uuringutest ja allikatest leiab erinevaid tulemusi, kuid kokkuvõtvalt uuritud allikatest tuleb välja, et Z-generatsioon ootab tööandjalt võimalust areneda ja õppida, soovib töötada uuenduslikus töökeskkonnas ja kaasata sinna tehnoloogia kasutust, kus samal ajal meeldib neile ka teiste inimestega suhelda. Üheks tähtsaks mõjuriks on siiski ka palk ja stabiilsus, ning enesearendus. Selleks, et vältida Z-generatsiooni tüdimust ja igavust tööst, tuleb neid koolitada ja motiveerida karjääriredelil arenema, kuna nad on üks hoitumaid põlvkondi koduses keskkonnas, siis abi ja juhendamine on neile tähtis, nad tahavad end tunda kasuliku ja vajalikuna, ning selleks tuleb neile tööl pidevat tähelepanu pöörata, kas siis tagasiside andmise või koolitamise teel. Andes neile piisavalt julgust oma ideid ellu viia võivad nad olla väga innovaatilised ja tuua sellega kasu ettevõtte arengule. Igavuse vältimiseks tuleks tööpäevadesse tuua vaheldust ja vaba olekut, seda näiteks ühiste lõunate ja koostegemiste teel, nad tahavad, et ettevõtte kus nad töötavad oleks teistest erinev ja nad püüavad seda ise ka ettevõtetes teha. Oodatud on erinevad koostegemised nagu näiteks stiilipäevad, koos lõuna valmistamine, filmiõhtud, võimalust võtta kaasa oma lemmikloom või käia tööl dressides. Selline mõtteviis ja tegutsemine loob töötajale vabama keskkonna, samas pidev motiveerimine hoiab neid aga siiski töös ja nad soovivad ka koos ettevõttega edasi areneda. Vabama töökeskkonna loomine ei vähenda töö kvaliteeti vaid selle mõte on seda hoopis tõsta, ning seda teha inimsõbralikul ja sujuval teel.

2. EMPIIRILISE UURINGU METOODIKA JA TULEMUSTE ANALÜÜS

Jätkuvalt on probleeme sellega, et tööikka jõudvaid noori on arvuliselt vähem, kui tööturg neid vajaks, selgub 2018. aasta uuringust “Eesti tööturg täna ja homme”. Millest tuleb välja, et tööd on rohkem kui töötajaid, see omakorda annab Z-generatsioonile võimaluse tööd valida ja oma tänapäevaseid tööväärtusi ka kehtestada. Nad on meie töömaastiku tulevik ja seepärast tuleks Z-põlvkonna tööväärtuste ja ootustest rohkem teadlik olla, et praegustel ja tulevastel tööandjatel oleks rohkem aimu, kuidas noorema generatsiooniga käituda ja mida neile tööandjana pakkuda. Väga suur enamus tööandjatest jäävad vanuseliselt eelnevatesse generatsioonidesse ja antud uurimuse tulemus võib aidata neil Z-generatsiooni paremini mõista.

Antud väidet kinnitas ka Mariliis Veeret oma 2019. aasta lõputöös lausega: “Z-generatsiooni puhul on märgata töökoha turvalisuse olulisuse vähenemist. Selle asemel on ettepoole tõusnud töö huvitavus. See haakub ka paljude uurijate seisukohtadega, et tööturul olevad nooremad põlvkonnad ei hoia oma kohast kramplikult kinni”. Mis annab uuringule veelgi tähtsust juurde.

44% töötajatest jälgib tööpakkumisi või on aktiivselt otsimas uut töökohta, lisaks on tööpakkumistele veel avatud 38% töötajatest, selgub CVKeskus.ee ja Palgainfo Agentuuri suurest tööturu-uuringust, milles osales üle 10 000 töötaja ja tööotsija (Läänlane, 2020). Ka sellest uuringust võib välja lugeda rahulolematust, millegi uue otsimist ja seda, et tööd on rohkem kui töötajaid. Viimane statistika tulemus on küll kõikide generatsioonide peale kokku, kuid hõlmab endas ka Z-põlvkonna vastajaid. Põlvkondade suure erinevuse tõttu tuleks neid hoopis üksikhaaval uurida. Selles töös on otsustanud autor lähemalt uurimise alla võtta Z-generatsiooni töötajaid, põhiliselt nende tööväärtused ja ootused tööandjale.

Valimi koostamisel kasutati klastervalimit. Klaster on sarnaste omandustega inimeste või objektide grupp, klastervalimi moodustamiseks tuleb üldkogum jagada gruppideks ehk klastriteks. Selline meetod võimaldab sihtrühma uurida nende tavapärases keskkonnas (Valimiope). Sihtgrupiks on antud uurimuses Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsioon, valimi raamiks on kooli õpilaste nimekiri. Antud uurimuses on õpilane isik, kes õpib õpetaja juhendamisel haridusasutuses (Vikipeedia, 2014). Klastervalimi moodustavad sellest Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni õpilased. Valimi optimaalne suurus on 100 Z-põlvkonna ankeetvastust.

Lõputöö uurimus viidi läbi Tallinna Tööstushariduskeskuses, kuna see on regiooni suurim kutsehariduskool. Tallinna Tööstushariduskeskus on võimalik omandada tiipalasemal kutseharidust iluteeninduse-, infotehnoloogia-, kaubanduse-, logistika-, mehaanika-, rõiva- või transporditehnika valdkonnas. Tallinna Tööstushariduskeskuses on võimalik õppida eesti kui vene keeles. Põhihariduse baasil õppima asudes on võimalik omandada kutsekeskharidus 3 aastaga. Keskhariduse baasil on võimalus õppida erialadel päevases kui ka kaugõppes. Kutseharidus omandatakse 0.5-2 aastaga. Kõikidel soovijatel on võimalik, Tallinna Tööstushariduskeskuse lõpetamise järgselt, suunduda kõrgharidust omandama (Tallinna Tööstushariduskeskus). Uurimuse alla võetakse ainult Z-põlvkonda kuuluvad õpilased ja neid on kokku 1016. Tallinna Tööstushariduskeskus oli uuringu läbi viimiseks sobiv kool, kuna pakub õpinguteks laia valikut, on regiooni suurim ja sinna saab asuda õppima ka peale põhikooli, mis suurendab antud koolis Z-generatsiooni esindajate hulka. Ametialane valik on konkreetne, õpilased õpivad kindlat ametit ja seepärast on neil võimalus töötada ka juba kooli kõrvalt. Seetõttu oli paljudel vastanutel antud hetkeks olemas ka mingi töökogemus, millele ootuste ja tööalaste valikute puhul toetuda. Eelnev teeb omakorda uuringu tulemused põhjalikumaks, kuna vastanute arvamused ja eelistused tulenevad reaalsest töökogemusest.

Lõputöö eesmärk on välja selgitada Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni õpilaste tööväärtusi ja ootusi tööandjale. Vastavalt eesmärgile on püstitatud järgnevad lõputöö ülesanded:

1. Esitada Z-generatsiooni põhilised tööväärtused Tallinna Tööstushariduskeskuses.
2. Selgitada välja millised on Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni tööalased mõjutegurid ja ootused tööandjale.
3. Teha järeldusi ja ettepanekuid tööandjatele arvestades Z-generatsiooniga tööväärtusi ja ootusi.

Uurimus on oma olemuselt kvantitatiivne. Eesmärk oli saada võimalikult objektiivseid empiirilisi andmeid täpselt piiritletud objektide kohta. Uurimismaterjal kogutakse sellise meetodiga, mis võimaldab kvantitatiivset, arvulist mõõtmist ja mõõtmistulemuste saamist (Virkus, 2010). Antud uurimuses on andmekogumismeetodiks anonüümne online-ankeet, kus on lähtutud konkreetsest sihtgrupist, kelleks on Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsioon ehk kõik kes on sündinud 1996-2003 aastate vahemikus (küsitlus on mõeldud täisealistele, seepärast ka lõpuaastaks 2003). Küsitlus viidi läbi just internetis, kuna juba eelnevalt teooriat uurides sai selgeks, et Z-põlvkond tunneb end seal kõige mugavamalt. Küsitlus saadeti kooli esindavatele isikutele, kes küsitluse omakorda sihtgrupile edasi saatis. Uurimisülesannete

ja töö eesmärgi kohaselt uuriti küsitluses põhjalikumalt Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni tööväärtusi ja ootuseid tööandjale, mille tulemusena sai teha järeldusi ja ettepanekuid mida pakkuda ja kuidas käituda Z-generatsiooniga töökeskkonnas. Ettepanekud olenesid vastajate töökogemuste olemasolust ja kestusest. Küsitlus viidi läbi kindla perioodi jooksul. Kuna tegemist on teemaga, mida on juba eelnevalt uuritud, kuid mille teooria vajab pidevat uuendamist ja /või kinnitamist, siis on antud uurimisstrateegia deduktiivne. Tulemused on kokkuvõtavad lähtudes küsitluse tulemustest ja omakorda seotud teoreetilises osas selgunuga.

Ankeetküsitlusena kasutati Priit Laast samateemalise lõputöö küsitlust, kus autor on lähtunud ISSP 2015. aasta tööväärtuste küsimustiku 1. ploki osa küsimustest ja nende ülesehituslikust korrast, mis on muudetud sobilikuks Z-generatsiooni tööalaste hoiakute välja selgitamiseks. Küsitlus koosneb vastajate demograafiliste tunnuste kindlakstegemisest ja veel neljast osast, kus vastajad hindavad erinevate tööväärtuste olulisust. Küsimustikus kasutatakse mõõtmisaskaalana Likerti 5-pallist skaalat, kus hinnang „1“ näitab mittenoustumist või ebaolulisust ning hinnang „5“ täielikku nõustumist või suurt olulisust tingimuse või mõjuteguri suhtes.

Järeldusi tehti uurimismaterjali statistilise analüüsi põhjal, kasutades reastamise, võrdlemise ja keskmiste tulemuste leidmise meetodit, mida kajastatakse selgete tabelite ja jooniste näol. Võrrelda saab objektide sama liiki iseloomustavaid suurusid. Võrreldavad suurused peavad omama sama mõõtühikut. Selle tulemusena saab uuritavaid objekte ja gruppe mingi tunnuse põhjal reastada (Andmete analüüs ja tõlgendamine). Lisaks kasutati töös aritmeetilist keskmist ehk keskväärtust. Selle saamiseks liidetakse kokku kõigi vastajate antud tunnuste väärtused ja jagatakse saadud summa vastajate arvuga. Tulemuseks on näitaja, mida võib käsitleda kui tüüpilist või läbilõikelist vastust vaatlusalusele küsimusele (Rootalu, 2014). Veelgi täpsemateks analüüsiks kasutati standardhälvet. Standardhälve iseloomustab vastuste hajuvust keskmise ümber. Standardhälbe saab, kui leida kõigi vastajate vastuste erinevus üldisest keskmisest ning arvutada nende erinevuste keskmine. Seega näitab standardhälve tüüpilist erinevust üldisest keskmisest. Kui standardhälve on suur, siis võib arvata, et vastajate vastused on enamasti üldisest keskmisest kaugel. Kui standardhälve on väike, siis on vastajate vastused antud üldise keskmise lähedale. Viimasel juhul tundub, et vastajad on olnud oma vastustes küllaltki üksmeelsed (Rootalu, 2014). Keskväärtuse ja standardhälve leidmiseks kasutati töös Excel keskkonda.

Kõige lõppu lisati ka kirjalik analüüs, kus tehti järeldusi ja ettepanekuid Z-generatsiooni tööväärtustest ja ootustest tööandjale. Antud teemal on eelnevalt mitmeid uuringuid läbi viidud, kuid töö autori arvates on tegemist valdkonnaga, mis peakski pideva uurimise all olema. Generatsioonid ja tööturg on omavahel tugevas seoses ja kergesti mõjutatavad ümbritsevast keskkonnast, mis tähendab, et samateemalistel uuringutel võivad olla igal aastal hoopis erinevad vastused ja tulemused.

3. EMPIIRILISE UURINGU TULEMUSTE ANALÜÜS

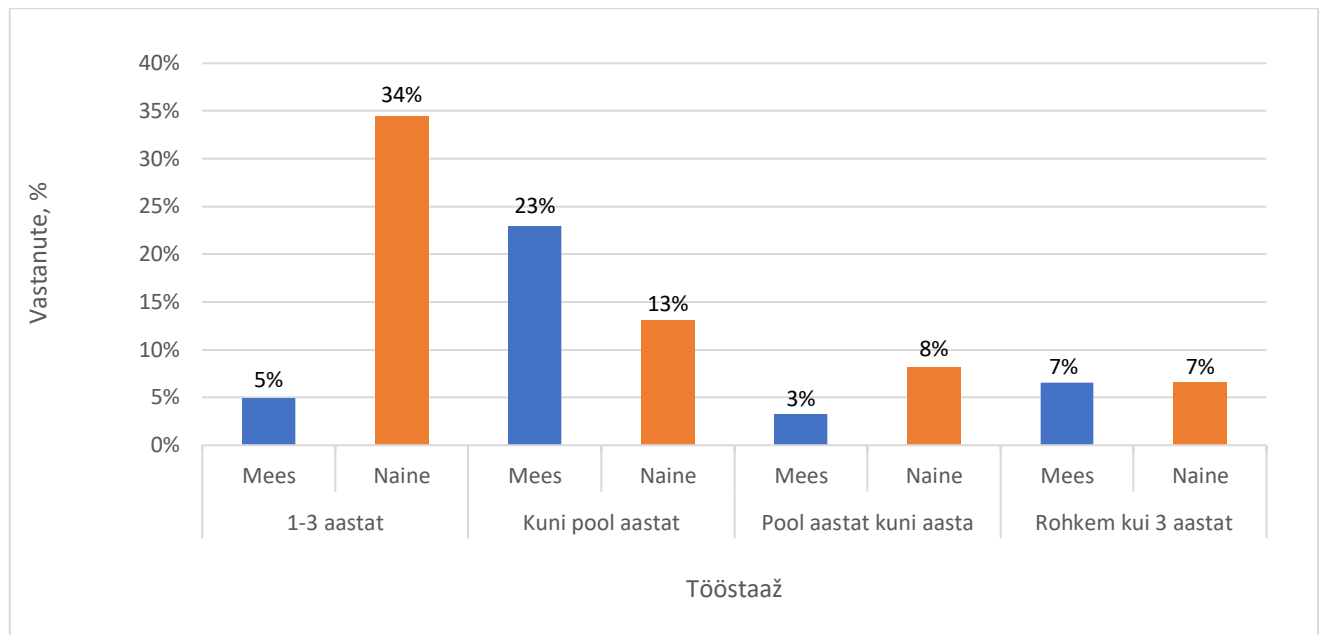
Uuringu üldkogum oli 1016 Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni õpilast, kellest uuringus osales 61, neist 23 meest ja 38 naist (Tabel 4). Küsitlus koostati ja viidi läbi *connect.ee* keskkonnas, ning oli avatud kuu aega. Õpilasteni jõudis küsitlus läbi Tallinna Tööstushariduskeskuse õppedirektor edastatud e-kirja ja lingi kaudu. Küsitlust edastati kaks korda, kuid vastanute arv jäi siiski väikesearvuliseks.

Tabel 4. Respondentide statistika demograafilised tulemused

Kokku osalejaid:	61				
Mees	23	38%			
Naine	38	62%			
Hetke staatus:			Rahvus:		
Õpin	31	50,8%	Eesti	55	90%
Õpin ja töötan	30	49,2%	Vene	6	10%
Kokku	61	100,0%	Kokku	61	100%
Tööstaaž:			Elukoht:		
Kuni pool aastat	22	36,1%	Tallinn	44	72%
Pool aastat kuni aasta	7	11,5%	Harju maakond	14	23%
1-3 aastat	24	39,3%	Hiiu maakond	1	2%
Rohkem kui 3 aastat	8	13,1%	Rapla maakond	1	2%
Kokku	61	100,0%	Tartu	1	2%
			kokku	61	100%

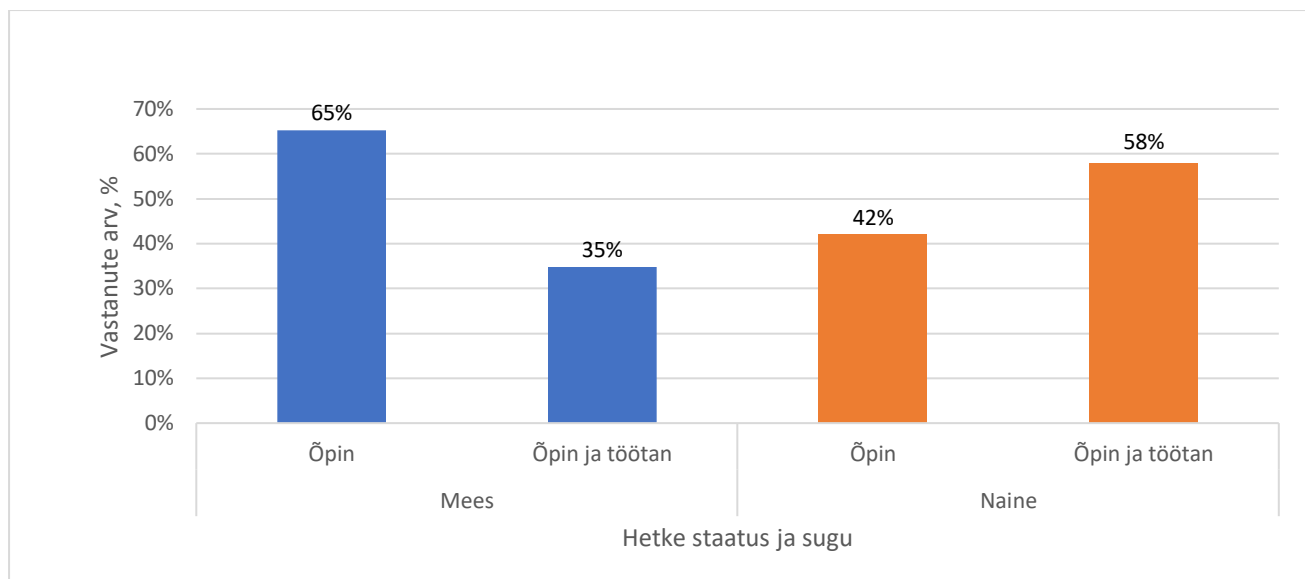
Uuringu alguses tehti kindlaks vastajate demograafilised tunnused (Tabel 4). Tulemustes selgus, et hetkel ainult õpingutega tegelevaid õpilasi on 31 ehk 50,8% ja samal ajal nii töötamise kui ka õppimisega tegeleb 30 õpilast ehk 49,2%. Uuringu tulemusena saame välja tuua, mida Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni noored tööandjalt ootavad, ning millised tööväärtuste eelistused neil juba välja on kujunenud. Teiseks on uuritud õpilaste tööstaaži kestuse kohta ja tulemustest on näha, et kõikidel vastanutel on töökogemus olemas. Kuid jällegi jagunevad vastused suuresti võrdselt kahe erineva vahemiku vahel. 36,1% vastanutest omab minimaalset töökogemust ehk kuni pool aastat ja samal ajal 39,3% vastanutest omab ühe kuni kolme aastast töökogemust. Esineb ka pikemaid töökogemusi kui seda on kolm aastat (13,1%). Antud uuringu jaoks ei ole tähtis kui pikk on tööstaaž vaid selle olemasolu, et saada täpsemaid vastused tööväärtustest ja ootustest tööandjale.

Demograafilistest tunnustest uuriti veel vastajate rahvust ja elukohta. Selgus, et vastanute seas oli 55 eesti ja 6 vene rahvusest õpilast, ning elukohaks on 72% vastanutest Tallinn, 14% elab Harju maakonnas ja 3 vastanutest jagunesid võrdselt Hiiu maakonda, Rapla maakonda, ning Tartu linna. Mõlema tunnuse puhul tulid tulemused arvuliselt suuresti ühele poole kalduvad, seega antud töös neid täpsemalt ei käsitleta.



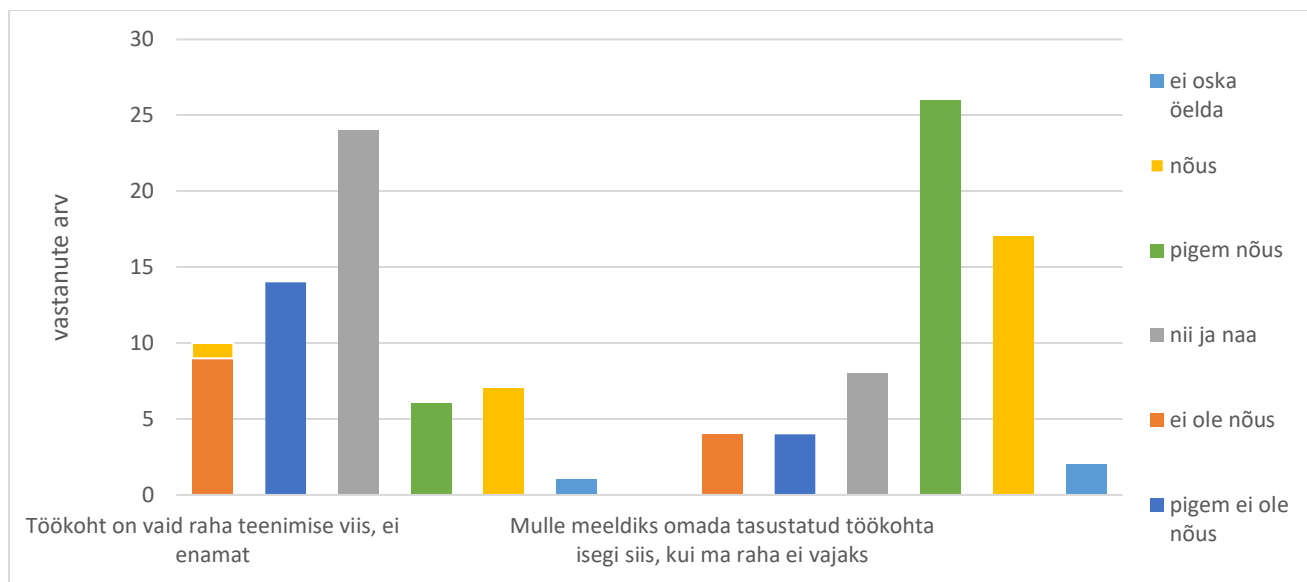
Joonis 2. Tööstaaži osakaaluline jaotus sugude lõikes

Antud uuringu vastajatest on suurem osa naised, seda 62% ja mehi ülejäänud 38% (Tabel 4). Küsitluse põhiline eesmärk oli välja selgitada Z-generatsiooni tööväärtused ja ootused tööandjale, kuid vastajate suure soolise erinevuse tõttu analüüsitakse tööstaaži osakaale ka sugude lõikes. Suurim tööstaaž valikust oli rohkem kui kolm aastat, seda valisid antud uuringus mehed ja naised võrdelt näitajaga 7% (joonis 2). Vaadates sellele eelnevat valikuvõimalust, mis oli üks kuni kolm aastat ja mida valisid 34% naistest ja ainult 5% meestest, siis tuleb selgelt välja, et naistel on õpingute kõrvalt varem tööle asunud ja tänu sellele on nende tööstaaž võrreldes meestega oluliselt pikem. Eelnevat kinnitab ka kuni poole aastase tööstaaži valinud vastajate osakaal, mis on naistel meestest väiksem ehk 13% ja meestel 23%, millest võib omakorda teha järelduse, et mehed asuvad tööle hiljem. Antud lõputöö teoreetiline osa ei keskendunud meeste ja naiste tööväärtuste, mõjutegurite ja tööalaste ootuste erinevusele, aga uuringu tulemusena oli see siiski tähtis välja tuua, kuna tulemused olid suuresti erinevad.



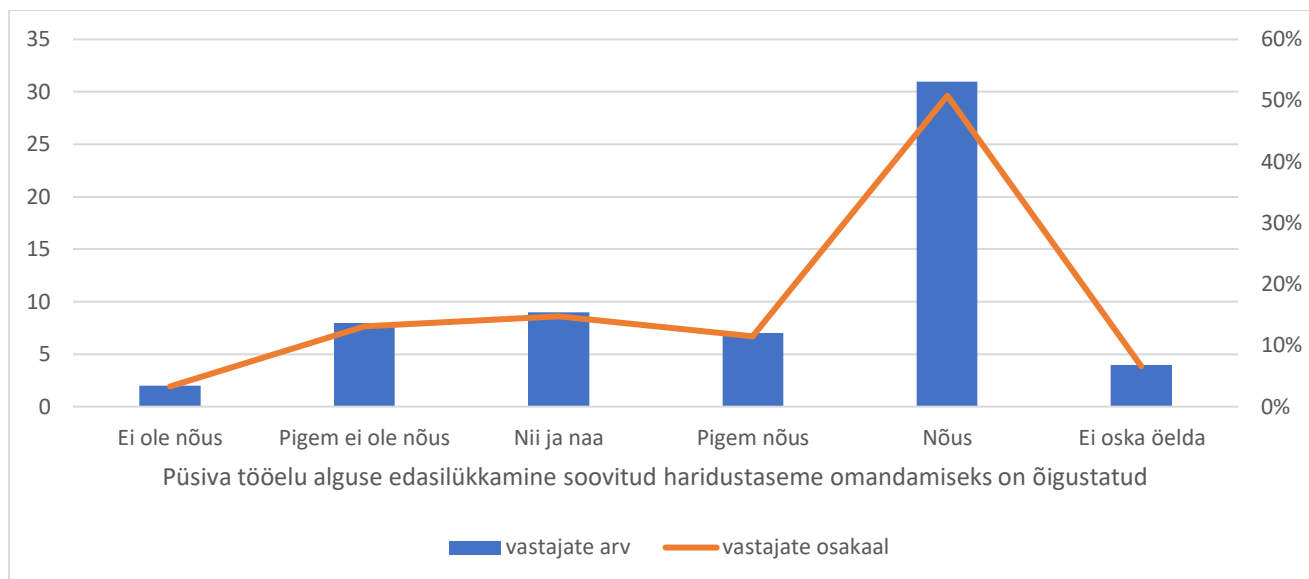
Joonis 3. Hetke staatuse osakaaluline jaotus sugude lõikes

Vaadates veelgi lähemalt sooliste osakaalude võrdlust tuleb välja, et hetkel õppivaid ja töötavaid naisi on 58% ja mehi 35% (Joonis 3). See tähendab, et naiste osakaal samaaegse töötamise ja õppimise juures on meestest 23% võrra kõrgem, mis teeb sellest olulise osa terve meeste 35%-lise osakaalu kõrval. Antud tulemus annab väite, et naised asuvad varem tööle ja omavad tänu sellele pikemat tööstaaži veelgi kinnitust juurde. Põhjust miks see nii on autor hetkel välja ei oska tuua ja selleks tuleks läbi viia täiendavaid uuringuid. Põhjuseks võib tuua naiste varasemat puberteedia algust, mis on põhjustanud naiste kiirema arengu, täiskasvanulikuma käitumise, suurema vastutuse ja üldmise soovi olla iseseisev nii majanduslikus aspektis kui ka üldises elus. Siiski tuleks meeste ja naiste tööväärtuste, mõjutegurite ja tööalaste ootuste kohta teha täpsemaid uuringuid, millest saaks teha antud erinevuse osas täpsemaid järeldusi. Käesoleva lõputöö tulemustest saab siiski järeldada, et Z-generatsiooni esindajatest asuvad kooli kõrvalt varem tööle naised ja seetõttu omavad nad ka pikemat tööstaaži.



Joonis 4. Õpilaste hinnangute seos töötamise ja töötasu vahel

Küsitluse esimeses osas uuriti vastanute hinnangut töötamisele üldiselt, mille tulemusena näeme seost vastanute töötamise ja töötasu vahel (joonis 4). Vastanud õpilastest 47 arvab, et töökoht ei ole, pigem ei ole või nii ja naa on vaid raha teenimise koht, mis teeb kokku 77,1% vastanutest. Samamoodi kajastub ka joonis 4. Teise küsimuse vastustes, kus 43 õpilasele meeldiks omada tasustatud töökohta isegi siis, kui nad raha ei vajaks, mis on 70,5% kogu vastanutest. Antud tulemust kinnitab ka teooria, millest tuli välja, et töökoht on Z-generatsiooni jaoks midagi enamast, kui lihtsalt raha teenimise koht. Töötasuga on samaväärseks muutunud töörõõm, vaba aja maht ja kodus töötamise võimalus. Lisaks kommenteeriti eelnevaid küsimusi järgnevalt: *“Hetke tööd ma tasustamata ei teeks aga kui leian töö mis meeldib, siis oleksin nõus seda ka tasustamata tegema, kui rahalised kohustused oleks täidetud ja oleksin finantsilise vabaduse saavutanud”* ja *“Arvan, et pidevalt sama tööd tehes tekib "masendus" ning inimene ei arene, peame rohkem julgustama töökoha vahetust, küll aga mõistuse piirides”*. Need kaks väidet kinnitavad veelgi, et Z-generatsiooni jaoks on töörõõm ja rahulolu veelgi tähtsamad kui töötasu ja kui nad raha ei vajaks, meeldiks neile siiski omada tasustatud või ka tasustamata töökohta, tähtis on hoopis see, et neile töö päriselt meeldiks.



Joonis 5. Õpilaste püsiva tööelu edasilükkamise õigustatus

Antud küsitlusest tuli juba eelnevalt välja, et üle 50% noortest ei tegele õpingute kõrvalt tööeluga (joonis 3). Küsitluse esimese osa viimasest küsimusest tuli välja, et üle 50% vastanutest on nõus või pigem on nõus õigustusega püsivat tööelu edasi lükata, et omandada enne soovitud haridustase (Joonis 5). Selline tulemus annab arusaama ka joonis 2. nähtavast, kus kõige populaarsemaks vastuseks, nii naiste kui meeste seas, oli tööstaaži pikkus kuni pool aastat (naised 42% ja mehed 61%). Lisandus ka järgnev kommentaar: *Kõigepealt tuleb omandada endale sobiv haridus, seejärel kui see amet või valdkond on sulle meelepärane ja sa saad ennast realiseerida, siis saavutad kindlasti ka endale sobiva töötasu.* Järelikult sellise tulemuse põhjuseks võibki lugeda Z-generatsiooni esmast prioriteeti endale sobiv haridustase omandada ja alles siis endale meelepärane töö leida.

Samas 13,1% vastanutest pigem ei ole antud väitega nõus, ning 21,4% valis vastuseks ei oska öelda või nii ja naa. Tööelu edasilükkamine ei ole kõigi jaoks lihtsalt võimalik, palju oleneb nende finantsolukorrast. Õpilaste majanduslik seisund on kõigil erinev, oleneb suuresti vanemate toest või muudest finantsallikatest, ning võib juhtuda, et alati ei ole võimalik tööelu täielikult edasi lükata. Loomulikult võib tööelu alustamine hariduse omandamise ajal olla õpilase oma enda soov, kas siis iseenda meeleheaks või soov lihtsalt rahaliselt iseseisev olla.

3.1 Z-generatsiooni ootused tööväärtustele

Küsitluse teises alapeatükis keskenduti õpilaste tööväärtustele, et teada saada mida Z-generatsioon oma töö juures enim väärtustab ja hindab. Koostatud on tabel küsitluses olevate väidetega, juurde on lisatud ka nende kategooria nimetused, et oleks lühidalt aru saada väite tähendus. Lähtudes uuringust selgunud töötingimuste keskväärtustest määratletakse alla keskväärtuse 4,09 jäävaid töötingimusi ebaolulisteks (Tabel 6), ning üle 4,09 olulisteks töötingimusteks kõrgemat haridusastet omandavate Z-generatsiooni inimeste suhtes (Tabel 5).

Tabel 5. Z-generatsiooni olulised tööväärtused

Kategooria	Väide	Keskväärtus	Standardhälve
Töö optimaalne aeg	et töö kõrvalt jääks aega ka isikliku elu jaoks	4,85	0,54
Arendav töö sisu	et töö sisu oleks arendav	4,41	0,82
Töö sisu olulisus	et töö oleks sisukas	4,39	0,87
Kõrge sissetulek	et oleks kõrge sissetulek	4,36	0,85
Töö väärtus	et töö tulemuslikkus võimaldaks mõjutada ettevõtte käekäiku (tööga võimalik luua suurt väärtust)	4,31	1,02
Töökoha kindlus	et töökoht oleks kindel (lepingu sõlmitus pigem tähtajatuks kui tähtajaliseks ajaks)	4,26	1,08
Töötamisel iseseisvus	et töö võimaldaks iseseisvalt töötada	4,21	0,87
Töö/tööaja paindlikkus	et töö iseloom võimaldaks ise otsustada, mis kellaaegadel või päevadel töötada	4,11	1,04

Tabel 6. Z-generatsiooni ebaolulised tööväärtused

Eriala põimitus tööga	et töö oleks põimitud omandatava erialaga	4,03	1,07
Eesmärgitunnetus	et tehtav töö on olulise eesmärgi nimel	4,03	1,01
Töö ühilduvus huvide/hobidega	et töö valdkond/sisu? ühilduks huvide, hobidega	3,98	1,00
Väljakutseid esitav	et töö pakuks pidevalt väljakutseid (puudub rutiinsus)	3,85	1,16
Sotsiaalne vastutus	et töö keskenduks rohkem ühis- ja keskkonna parendamisele kui organisatsiooni edule	3,77	1,21
Töö teadmispõhisus	et töö oleks pigem teadmiste põhine (vaimne) kui füüsilist pingutust vajav	3,49	1,05
Kokkupuude inimestega	et töö hõlmaks isiklikku kokkupuudet teiste inimestega	3,25	1,02

Uuringus osalenud Tallinna Tööstushariduskeskuse õpilased peavad kõige tähtsamaks tööväärtuseks töö optimaalset aega ehk seda, et töö kõrvalt jääks aega ka isikliku elu jaoks (Tabel 5). Vaadates ka tööväärtuste standardhälbeid, siis on näha, et selle väärtuse hajuvus üldise keskmise ümber on kõige väiksem, seega on olnud vastajad antud väärtuse hindamisel vägagi üksmeelsed. Sellest võib järeldada, et Z-generatsioon eelistab tasustatud vaba aega kõrgemale palgale, nagu tuli ka välja teooria osas. Tasustatud vaba aeg, millal töötaja saab teha vajalike toimetusi töötaja sees, saades selle eest ka töötasu, muudab töö ja eraelu Z-generatsiooni töötaja jaoks rohkem tasakaalukaks. Tasustatud vaba aega saab töötaja kasutada näiteks arstivisiidiks, asjaajamiseks ametiasutustes või autosõidu eksami sooritamiseks. Kuna Z-generatsioon hindab kõrgelt töö optimaalset aega, siis ettevõtted kes pakuvad tasustatud vaba aega on Z-generatsiooni seas kõrgemalt hinnatud kui näiteks ettevõtted, kes pakuvad veidi kõrgemat töötasu, aga töö optimaalne aeg on tasakaalust väljas. Seda kinnitavalt on vastajad töö kõrge sissetuleku väärtuse valinud alles neljandale kohale (Tabel 5), mis toob selgelt välja optimaalse töötaja eelistatuse kõrge sissetuleku ees. Samal ajal on vastajad valinud töötaja paindlikkuse väärtuste tabelis kaheksandale kohale, seega ei pea vastajad niivõrd tähtsaks seda, mis päevadel või kellaaegadel nad töötavad, vaid hoopis ajamahtu, mis neil isikliku elu jaoks jääb.

Tähtsuselt teiseks ja kolmandaks on vastajad valinud arendava töö sisu ja töö sisu üldise olulisuse (Tabel 5). Tulemus seostub ka Ripplematch (2019) läbi viidud uuringuga, kus pidas Z-generatsioon kõige tähtsamaks tööalaseks ootuseks arengut ja edasiliikuvust. Põhiliseks Z-generatsiooni mõjutajaks on tehnoloogia, tänu millele on nad harjunud kiire ja muutuva eluviisiga, nad veedavad suure aja nutiseadmeid kasutades, ega oska enam olla lihtsalt ilma midagi tegemata, nad tahavad tegutseda ja seepärast vajavad ka sisukat ja arendavat tööd, et vältida igavust. Eelnevat võib jällegi seostada eelpool selgunud väitega, et Z-generatsiooni jaoks on rahulolu tööga tähtsam kui töötasu, mida kajastab ka Tabel 5. kus arendav ja sisukas töö on valitud tähtsamaks kui kõrge sissetulek. Tähtsuselt viiendal kohal on tehtava töö väärtus ja võimalus mõjutada ettevõtte käekäiku oma tulemuslikkusega, millest tuleb välja, et Z-generatsioon tahab ise areneda ja samal ajal areneda koos ettevõttega, kus nad parasjagu töötavad. Ebaoluliseks väärtuseks osutus pidevaid väljakutseid esitav töö ja rutiinsus (Tabel 6), mis esitab teatud ebakõla eelnevate väärtuste ja olulisuse vahel, kuid mida saab seostada uuringus osalenute väheses tööstaažiga (Joonis 2), teadmatuse väljakutsete ees võib tekitada hirmu ja seepärast eelistatakse pigem rutiinset tööd, mis oleks väärtust omav, sisukas ja arendav. Siiski vajaks selline tulemus väärtuse täpsemat uurimist, et teada saada selle ebaolulisuse põhjus ja seos.

Töö teoreetilises osas tuli välja, et Z-generatsiooni kuulujad võivad vahetada töökohta seni, kuni leiavad enda tasakaalustatud eluviisile sobiva rütmi, kus on aega töö kui ka muude tegevuste jaoks. Antud väide sai valimi töötingimuste tähtsuse järjestuses kinnitust, kus tähtsuselt esimeseks valiti töö optimaalne aeg ja alles kuuendaks töökohta kindlus. Keskvärtust vaadates on töökohta kindlus, lepingu sõlmitus pigem tähtajatuks kui tähtajaliseks ajaks, Z-generatsiooni jaoks siiski oluline väärtus, kuid mitte nii, nagu seda on töö kõrvalt isikliku elu jaoks jääv aeg. Seitsmendaks oluliseks tööväärtuseks valiti iseseisvus töötamisel, et oleks võimalik rohkem ise otsustada ja oma eesmärgi määratleda, olla vähem sõltuv teistest töötajatest. Nad tahavad tunda end vajaliku ja kasulikuna, ning seepärast eelistavad suhtlemisel iseseisvuse ja loovuse toetamist (vt tabel 3).

Kõige vähem peeti oluliseks kokkupuudet inimestega, mis on mingil määral vastukajase teooria osas selgunuga, kus toodi välja, et lisaks soovile töötada uuenduslikus töökeskkonnas, kuhu on kaasatud tehnoloogia kasutamine, meeldib Z-generatsioonile ka teiste inimestega suhelda. Kuid inimestega saab suhelda ka ilma päriselus kokku puutumata, seda siis näiteks interneti või mobiilside teenuste teel. Saab teha järelduse, et Z-generatsioonile meeldib inimestega suhelda, aga seda mitte isikliku kokkupuute teel, vaid läbi virtuaalsete võimaluste. Veel peeti ebaoluliseks töö teadmispõhisust, mis tähendab, et vastanud

eelistavad füüsilist pingutust vajavat tööd vaimsele tööle, mis on ilmselt suuresti tingitud valimist endast, kuna vastajad õpivad kutsehariduskoolis, kus omandatavad erialad on rohkem füüsilist pingutust vajavad kui vaimsed. Tulemustes kajastud ebaolulisena veel sotsiaalne vastutus, töö ühilduvus huvide/hobidega, eriala põimitus tööga ja eesmärgitunnetus. Töö ühilduvus huvide/hobidega ja eriala põimitus tööga näitab seda, et vastajad on valmis töötama ka mõnes muus valdkonnas, kui seda on nende omandatav kutseharidus või hobi, tekitades vastukaja hoopis selles, et nende õpitav eriala ei pruugi olla seoses nende huvidega, vaid õppima on mindud hoopis mingil muul eesmärgil.

Z-generatsiooni jaoks kõige tähtsam tööväärtus on töö optimaalne aeg, neile on töö tegemise puhul tähtis selle arendav sisu ja üleüldine sisukus. Alles neljandale kohale on hinnatud töö kõrge sissetulek, mille tõttu saab töökoha valikul määravaks pigem töö sisu, väärtus ja areng, ning alles siis vaadatakse sissetuleku ja töö tasakaalu. Tähtsateks tööväärtusteks valiti lisaks eelnevatele ka töökoha kindlus, võimalus töötada iseseisvalt ja tööaja paindlikkus. Z-generatsioon ei pea oluliseks isiklikku kokkupuudet inimestega, eelistatakse virtuaalsel teel suhtlemist. Ebaoluline on ka töö teadmispõhisus, sotsiaalne vastutus, ning huvide seostumine tehtava tööga.

3.2 Z-generatsiooni ootused tööandjale

Küsitluse kolmandas alapeatükis selgitati välja õpilaste ootuseid tööandjale, mida nad peavad tähtsaks oma praeguse tööandja juures või millised oleks nende ootused tulevasele tööandjale (Tabel 7). Lähtudes uuringust selgunud ootustest tööandjale antud seitsme tingimuse suhtes määratletakse alla keskväärtuse 3,87 jäävaid ootused ebaolulisteks ning üle 3,87 olulisteks ootusteks tööandja suhtes.

Tabel 7. Z-generatsiooni esindaja jaoks oluliste tegurite järjestus tööandja juures

Väide	Keskväärtus	Standardhälve
Ettevõttes peavad olema head ja õiglased võimalused ametiredelil tõusmiseks	4,36	0,73
Ettevõtte peab olema hea mainega	4,26	0,94
Tööandja toob esile minu iseeneslikku produktiivsuse kasvu ja pakub vastavat töötasu	4,23	0,73
Minu osakonda/meeskonda integreerumisprotsess peab olema kiire ja sujuv	3,98	1,08
Ettevõtte pakub lisahüvesid (sportimisvõimalused, tervisega seonduvad)	3,85	1,11
Minu tööandja võiks olla idufirmalike eripäradega kiirelt arenev ettevõtte	3,39	1,37
Minu tööandja võiks olla rahvusvaheline ja pakkuda võimalust töötada välismaal	3,00	1,27

Enim peavad Z-generatsiooni vastajad tähtsaks tööalast arengut ja ettevõtte edasiliikuvust (Tabel 7), mis sai ka kinnitust uuringu tulemustes, kus kõige tähtsamaks ootuseks tööandjale on hea ja õiglane ametiredelil tõusmise võimalus. Nagu selgus ka teoreetilises osas, siis haridusvõimaluste pakkumine on Z-generatsiooni jaoks positiivne lisahüve, nad hindavad võimalust enda professionaalselt oskusi täiendada ja arendada. Selleks on mitmeid viise, näiteks õppemaksu hüvitamise, tasuta mentorluse võimalused, tasuta koolitused, kursused või õpivideod. Z-generatsiooni töötajale tuleks varakult tutvustada karjääriredelil arenemise võimalusi ja anda neile märku, et see on päriselt võimalik.

Veel on Z-generatsiooni jaoks tähtis ettevõtte hea maine, mis tuli välja ka alapeatükis 1.2, kus selgus, et ettevõtte halb maine, ning halb tagasiside ja kommentaarid võivad takistada neid isegi antud ettevõttesse kandideerimast. Lisaks peavad nad tähtsaks tööandja võimet tuua esile töötaja iseeneslikku produktiivsust ja selle eest ka vastava tasu maksmist. Selleks, et tuua välja töötaja produktiivsust on vaja seda näha ja selle kohta tagasisidet anda, parima töö saavutamiseks vajavad Z-generatsiooni esindajad otsest ja konstruktiivset tagasisidet töö kohta, vabadust avaldada arvamust ja iseseisvalt tööd teha, nagu selgus teoreetilise osa 1.2 alapeatükis. Nähes töötajas ambitsiooni tuleks talle sellest märku anda ja

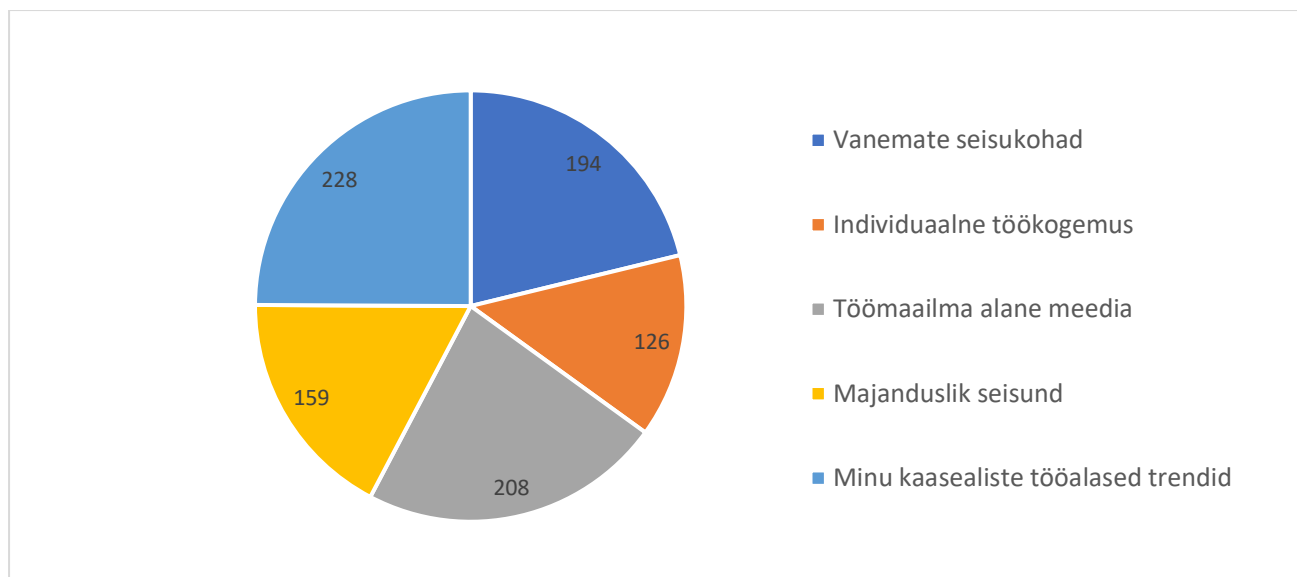
temaga sellest rääkida. Kui töötaja saab aru, et ise pingutades saab ta positiivset tagasisidet ja ametikõrgendus ei ole ilmvõimatu, siis on suur võimalus, et Z-generatsiooni töötaja jääb ettevõttele lojaalseks.

Osakonna/meeskonna integreerumisprotsessi kiirus ja sujuvus ilmnes tulemustes kui ebaoluline tegur (Tabel 7), mida saab seostada 3.1 alapeatükis selgunud asjaoluga, et kõige ebaolulisemaks tööväärtuseks peeti kokkupuudet inimestega, aga oluliseks väärtuseks iseseisvust töötamisel. Võib järeldada, et Z-generatsioon mõtleb rohkem töötamisele üksi kui meeskonnas. Lisahüved nagu näiteks sportimisvõimalused ja tervisega seonduvad soodustused ilmnesid vastajate jaoks pigem ebaoluliseks, nagu ka alapeatükk 1.2 teoreetilises osas, kus toodi välja, et Z-generatsioon ei pea nii tähtsaks transpordi, tervisehoiu, ega elukindlustusega seotud hüvede katmist. Tööandja idufirmalikud eripärad, arenemise kiirus, rahvusvahelisus ja võimalus töötada välismaal ilmnes uuringu tulemuses ebaolulisena. Samal ajal tuli teoreetilises osas välja, et Z-generatsioonil on tänu tehnoloogia arengule lihtsam ligipääs tervele maailmale, mis on muutnud nad reisimisele avatuks ja tahtmine seda teha on olemas. Siinkohal võib teha järelduse, et soov reisida on olemas, kuid seda mitte tööalaselt vaid muudel eesmärkidel. Töölase reisimise ebaolulisust võib põhjustada ka vastanute lühiajalisem töökogemus ja seda ka välislähetuste osas, kuna välislähetustes käivad pigem pikema tööstaažiga töötajad. Seetõttu ei ole Z-generatsioonil töölase reisimisega veel kogemust, mis võib olla põhjus, miks antud ootus kajastus töös ebaolulisena.

Tähtis on pakkuda Z-generatsiooni esindajatele võimalust areneda, nende tehtud tööd on oluline märgata ja neile tuleks pakkuda õiglasi võimalusi karjääriredelil arenemiseks. Z-põlvkond peab arengut ja selle võimalust tööandja juures kõige tähtsamaks teguriks. Lisaks on neile tähtis ettevõtte hea maine, neil on soov olla märgatud, saada tunnustust ning vastavat töötasu hästi tehtud töö eest.

3.3 Z-generatsiooni tööväärtuste ja ootuste mõjutegurid

Küsitluse neljandas alapeatükis paluti vastajatel järjestada viis tööalast mõjutegurit nende tähtsuse järjekorras. Vastavalt sellele, milline neist on enam mõjutanud nende väärtuste ja hoiakute väljakujunemist (1 – avaldanud kõige rohkem mõju, 5 – kõige vähem). Tulemusi kajastatakse 6. joonisel, kus numbrid kajastavad vastanute valikuid 1-5 skaala summana. Valik 5 kajastab kõige vähem mõjutanud tegurit, seetõttu on kõige vähem mõjutanud tegur tabelis kajastatud kõige suurema numbrilise summana, ning kõige rohkem mõjutanud seevastu kõige väiksema summana.



Joonis 6. Z-generatsiooni õpilaste töölaseid väärtuseid ja hoiakuid enim mõjutavad tegurid

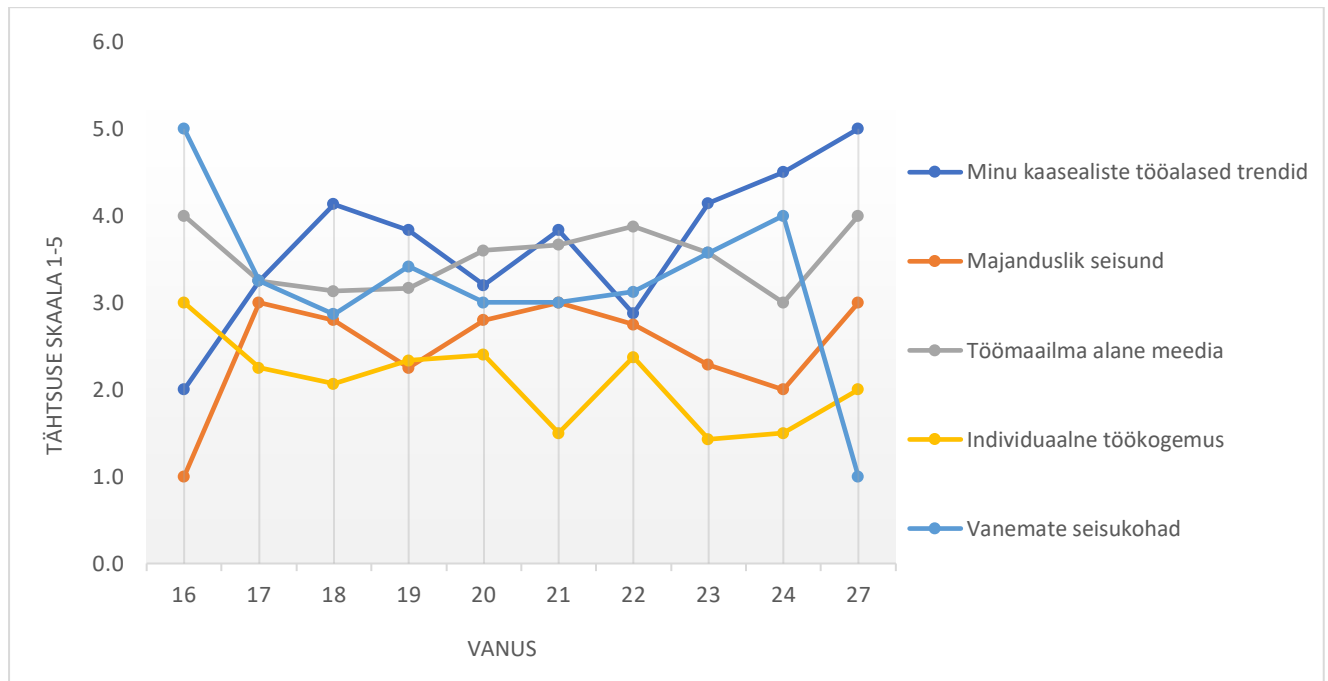
Mitmete teoreetiliste allikate põhjal sai töö sisu osas kinnitust, et Z-generatsiooni kuuluvad noored on eneseteadlikud ja majanduslikult iseseisvad. Vaadates uuringu tulemust on näha, et Z-generatsiooni õpilasi mõjutab enim nende individuaalne töökogemus (Joonis 6). Sellest järeldub, et teooria on antud uuringu osaga seoses, õpilased on eneseteadlikud ja usaldavad enda individuaalset töökogemust muudele mõjuteguritele. Seda kinnitab ka viimaseks ehk viiendaks valitud tegur, kus selgus, et kaasealiste töölased trendid mõjutavad küsitluses osalenuid kõige vähem. Samal ajal on tähtsuselt kolmandaks valitud vastanute vanemate seisukohad, millest tuleb välja, et Z-generatsioon usaldab esimesena iseennast, siis enda vanemaid ja alles siis võivad eakaaslaste töölased tegurid hakata mõjutama vastanute töölaseid valikuid. Vanemate seisukohti saab lugeda oluliseks mõjuteguriks Z-generatsiooni töölastes valikutes ja seda saab seostada teoorias selgunuga, et vanemate kujundatud kodune keskkond paratamatult annab kaasa palju seisukohti ja mõjutusi Z-generatsiooni töölaste valikute kujunemisel. Vanemate mõjutusi võib lugeda ajatuks mõjuteguriks, aga kuidas nad seda teevad on ajas muutuv ja sõltub palju kodusest keskkonnast, ning omavahelistest suhetest.

Tähtsuselt teiseks mõjutajaks on valitud majanduslik seisund, mis on samuti seoses töö teoreetilise osaga. Z-generatsioon on majanduslikult iseseisev, ning see on neile tähtis. Tähtsuselt ettepoole jääb ainult vastajate enda eelnev töökogemus. Individuaalne töökogemus ja majanduslik seisund on joonis 6. alusel Z-generatsiooni tähtsamad töölased mõjutegurid. Millest järeldub, et vastanute töölased valikud sõltuvad suurel määral nende kahe kriteeriumi asjaoludest ja tingimustest. Kuna palju saab alguse

kodusest keskkonnast, siis siinkohal võivad olla kaudseks mõjutajaks siiski vanemad, kes on suunitlenud Z-generatsiooni mõtlema just nende enda kogemustest ja huvidest lähtuvalt, ning samas näidanud läbi koduse keskkonna ja käitumise majandusliku stabiilsuse tähtsust tänapäeva maailmas.

Teoreetilisest osas on välja toodud tehnoloogiat, kui Z-generatsiooni suurimat mõjutajat, ning Z-generatsioon on esimene ja ainuke põlvkond, kes on täielikult üles kasvanud koos tehnoloogiaga. Töölane meedia, kui tehnoloogiaga seotud tegur on küsitluses valitud neljandale kohale (Joonis 6), mis kajastub vastanute seas ebaolulise tegurina. Tehnoloogiaga töötamine ja selle igapäevane kasutamine on Z-generatsiooni jaoks asendamatu, aga tööalastel valikutel meedia neid pigem ei mõjuta. Individuaalset töökogemust, majandusliku seisundit ja vanemate seisukohti peetakse meediast määravamateks teguriteks.

Tööstaaži pikkus ja töökogemus võib suuresti mõjutada Z-generatsiooni esindaja töölaseid valikuid ja ootusi tulevasele tööandjale. Seetõttu uuritakse lähemalt seost vastanute vanuse ja tööalaste mõjutegurite vahel (Joonis 7). Kogemuse puudumise tõttu on mõjutegurid ja otsused töökoha valikul mõjutatud rohkem välistest teguritest, kui iseenda mõtetest ja eelistustest. Töökogemuse puudumise ja üldise teadmatus tõttu ei osata töökohale täpseid ootusi ja kriteeriumeid seada või need ootused võivad olla pigem pealiskaudsed ja hiljem kogemust kogudes ning omades palju muutuda.



Joonis 7. Seos vastanute vanuse ja tööalaste mõjutegurite vahel

Võrreldes tööalaste mõjutegurite ja vanuste vahelisi seoseid näeme, kuidas noorimad vastajad vanuses 16 aastat on pidanud kõige tähtsamaks mõjutakas majandusliku seisundit ehk nad valiksid oma töökoha vastavalt oma hetkelisele rahalisele olukorrale ja ettevõtte poolt pakutavale töötasule, ning nende kahe teguri omavahelisele sobivusele. Järgnevalt on tähtsaks märgitud nende eakaaslaste tööalased trendid, mis vanuse kasvades muutub kõige ebaolulisemaks teguriks (Joonis 7). Üldise tulemusena osutus kõige tähtsamaks tööalaseks mõjuteguriks individuaalne töökogemus, mis oli 17–24 aastaste seas märgitud kui kõige olulisem määraja töökoha vaklikul. Kolmandale kohale oli aga individuaalne töökogemus märgitud kõige nooremate vastajate seas (16 aastat), mille põhjus võibki olla eelnevalt mainitud töökogemuse puudumine ja sellega kaasnev prioriteetide teistsugune paigutus. Vanuse kasvades ja töökogemuse suurenedes see muutub ja kõige tähtsamaks saab siiski iseenda tööalaste kogemuste põhjal tehtavad eelistused. Joonis 7 kajastab vanimat vastanut 27-aastasena ja kõige tähtsamaks mõjuteguriks on valitud hoopis vanemate seisukohad, vaadates uuringu tulemust täpsemalt selgus, et selles vanuses vastaja oli selle ainuke esindaja, seega antud tulemus on kellegi individuaalne, ning sellest üldiseid tulemusi teha ei saa. Üldiselt vaadatuna näeme muutusi vanuse ja tööalaste mõjutegurite vahel, kus vanuse kasvades muutub enim tähtsaks individuaalne töökogemus, selle järel majanduslik seisund. Vaheldumisi peetakse tähtsaks vanemate seisukohti, tööalast meediat ja eakaaslaste tööalaseid trende. Erinevate eelistuse mõjutajaks võib pidada vastanute päritolu keskkonda, perekonna eelistusi ja kasvatust, sõprussidemete tähtsust, ning meedia olulisust igapäevaelus. Siiski on näha, kus eakaaslaste tööalased valikud ja trendid muutuvad alates 22. eluaastast ühtselt kõige ebaolulisemaks valikuks. Selleks ajaks on omandatud juba töökogemust ja mõjutavate tegurite tähtsus muutub isiku enda eelistuste põhiseks ja teiste soovitud ja trendid ei oma enam suurt tähtsust.

Z-generatsioon on iseteadlik ja seetõttu mõjutab nende tööalaseid valikuid kõige enam nende enda töökogemus, ning kõige vähem kaasealiste tööalased trendid. Antud lõputöös on vastanute tööstaaž pigem tagasihoidlik ja seetõttu võib suuresti olla kaudseks mõjutajaks kodune keskkond ja paratamatult ka vanemate seisukohad, mis valiti küsitluses kolmandale kohale. Enne seda valiti oluliseks majanduslik keskkond, mida saab põhjendada Z-generatsiooni üldise sooviga olla majanduslikult iseseisev, nad peavad seda tähtsaks, ning see on Z-generatsiooni jaoks oluline mõjutegur. Vaatamata tehnoloogia suurele mõjutusele ei pea Z-põlvkond tööalast meediat tööalaste valikute puhul tähtsaks.

3.4 Uuringust tulenevad järeldused ja ettepanekud

Järeldused ja ettepanekud tööandjale lähtudes uuringus selgunud Z-generatsiooni tööväärtuste ja ootuste tulemustest.

Vastavalt uuringus selgunule eelistatakse õpingute ajal tööle mitte minna ja ainult haridusetaseme omandamisega tegelevaid noori oli uuringus üle 50%. Tööstaažiks on teistest valikutest märksa rohkem valitud kuni poole aastast tööstaaži või 1-3 aasta tööstaaži, mis kokkuvõttes teeb Z-generatsiooni tööhõive tagasihoidlikuks. Tööelu edasilükkamise põhjus selgus uuringus, kus üle 50% vastanutest õigustas tööelu edasilükkamist sobiva haridustaseme omandamiseks. Lisaks on paljude töökohtade eelduseks teatav haridustase ja valituks saavad pigem need kandidaadid, kellel sobiv haridus juba omandatud. Töös selgus, et Z-generatsioon on eneseteadlik, majanduslikult iseseisev ja suure tahtega areneda, mistõttu on vastanute seas siiski õpilasi, kes õpingute kõrvalt ka töötavad. Põhjuseks võib olla ka majanduslik seisund või lihtsalt enda vaba tahe.

Ettepanek 1: Kuna Z-generatsioonil on suur tahe areneda ja olla majanduslikult stabiilne, siis võimalus neid siduda varases eas töömaailmaga on olemas. Tööandjad peaksid õppivale Z-generatsiooni esindajale rohkem tutvustama kooli kõrvalt töötamise võimalusi. Võimalusel pakkuma ja selgitama osakoormuse võimalusi ja õppepuhkust, et teha samaaegne õppimine ja töötamine Z-generatsioonile lihtsamaks. Alles koolis käivatele kandidaatidele ja juba haridust omavatele kandidaatidele tuleks anda samaväärseid võimalusi tööd saada.

Uuringus selgusid Z-generatsiooni jaoks tähtsamad ootused tööandja juures, ning kolmeks enim tähtsamaks ootuseks peeti võimalust tööalaselt areneda, ettevõtte head mainet ja tehtud töö märkamist, ning sellele vastava töötasu pakkumist. Selleks, et Z-generatsioon oleks teadlik võimalustest tööalastest areneda tuleb nende teadlikkust suurendada, samal ajal nende teadlikkust suurendades kasvab ka ettevõtte positiivne kuvand ja maine. Areneda soovivad nad juba siis, kui nad alles haridust omandavad, ning siinkohal tulekski siduda hariduse omandamine ja töö. Tihtipeale ei ole haridust omandades nii väga aega töökohta omada, aga pea igas kõrg- ja kutsekoolis on kohustuslikuks osaks praktika sooritamine, ning selleks on antud kooli ajast oma aeg. Õpilase eesmärk on oma praktika edukalt sooritada ja ettevõtja tahab uusi töötajaid, praktikante või lihtsalt ettevõtte teadlikkust suurendada, siis siin ongi hea võimalus need kaks omavahel siduda.

Ettepanek 2: Ettevõtjad võiksid pakkuda rohkem praktikaid, nii saavad alles koolis käivad Z-generatsiooni esindajad rohkem aimu töömaailmast ja neil võib tekkida suurem soov õpingute kõrvalt ka töötada. Vähese töökogemusega praktikante on lihtne oma ettevõttega siduda ja kujundada, lisaks on võimalus, et praktikant soovib ettevõttesse peale praktika lõppu ka tööle jääda. Praktika on kasulik tegevus nii tudengile kui ka ettevõtjale, kes saab praktikaperioodil praktikanti õpetada ja kohendada just oma ettevõttele sobivaks.

70,5% kogu vastanutest omaks töökohta ka siis, kui nad raha ei vajaks. Antud tulemust kinnitab ka teooria, millest tuli välja, et töökoht on Z-generatsiooni jaoks midagi enamat, kui lihtsalt raha teenimise koht. Töötasuga on samaväärseks muutunud töörõõm, vaba aja maht ja kodus töötamise võimalus. Samal ajal lükkavad Z-generatsiooni esindajad aga edasi stabiilset tööelu, et pigem enne omandada endale sobiv haridus. Seda on põhjendanud eelnevalt mainitud tõsiasi, et tööle võetakse eelistatult neid, kellel sobiv haridustase juba omandatud on. Seoses sellega on tööturule sisenemine Z-generatsiooni jaoks keerulisemaks tehtud. Nad on ka töö osas valivad ja eelistavad häid töökohti, kuhu aga kandideerivad ka eelnevate generatsioonide esindajad, kellel on Z-generatsiooni ees tihti eelis hariduse, töökogemuse või lihtsalt vanuse näol. Siiski on palju ettevõtteid, kes eelistavad just nooremaid töötajaid. Sellistel ettevõtetel tuleks kasuks oma ettevõtet ise nooretele tutvustada, et nende teadlikust ja huvi suurendada.

Ettepanek 3: Z-generatsiooni tööstaaž on tagasihoidlik ja sellega kaasnevalt ka kogemus ja teadlikkus töömaailmast on väiksem. Enda ettevõtte tuleks neile nähtavaks ja atraktiivseks teha. Tööandja peaks tutvustama Z-generatsioonile ka muid hüvesid, mis ettevõttel pakkuda on. Neis tuleks tekitada huvi ja arusaam, et töökoht ongi palju enamat kui lihtsalt raha teenimise koht.

Z-generatsiooni jaoks on tähtis töö ja eraelu tasakaal, töö kõrvalt peab jääma ka aega isikliku elu jaoks. Nad tahavad areneda ja teha tööd mille tulemus on väärtust loov, neile on tähtis karjääriredelil arenemise võimalus. Nad on iseteadlikud ja neile on tähtis, et neid usaldatakse ja võetakse kuulda. Eelnevad tööväärtused kajastusid uuringus kui olulised tööväärtused. Sidudes uuringu tulemused ja töö teoreetilise osa tuli välja, kuidas tänu tehnoloogia ja nutiseadmete mõjutustele tahavad nad sisukat tööd, et vältida igavust. Nende teadmised tehnoloogiast on arenenud ning muutnud nad internetis rohkem kättesaadavamad ja maailmast teadlikumad. Lihtsam ligipääs tervele maailmale on muutnud nad reisimisele avatuks ja nad tahavad seda teha

Ettepanek 4: Võimalusel pakkuma erinevaid töövahetusi või kodukontori võimalust, et töötajad saaksid oma vaba aega paremini tööga siduda. Igavuse ja tüdimuse vältimiseks pakkuda neile võimalust osaleda erinevatel lähetustel. Lähetusi võib pakkuda kas Eesti siseselt või ka välismaale. Sellised hetkelised töökeskkonna vahetused aitavad neil rutiinist välja saada, muudavad tööl käimise meeldivamaks, ning neil tekib tunne, et töö ja eraelu on tasakaalus.

Teoreetilises osas kui ka küsitluse analüüsi osas selgus, et Z-generatsioon on tugevalt mõjutatud tehnoloogiast, ning ei oska selleta töökeskkonnas ega tavaelus enam hakkama saada. Samal ajal selgus teoorias, et nad siiski vajavad ja peavad tähtsaks peale tehnoloogia ka teiste inimestega suhtlemist, kuid küsitluse tulemusena sai teha järelduse, et suhtlemist vajavad nad pigem virtuaalselt teel, mitte isiklikus kokkupuutes. Neil on vajadus kuhugi kuuluda, nad tahavad karjääriredelil areneda ja olla ettevõttes nähtud, selleks aga on vaja inimest, kes seda teeks. Vastavalt analüüsi osas selgunule, oleks selleks edukam kasutada tehnoloogiat. Tehnoloogia, online-küsitluste ja muude programmide taga on siiski teine inimene ja sellist suhtlust ei pea ettevõttes arendama just ettevõtte juht. Seda võib teha ka tiimikaaslane, vanem töötaja, personalivaldkonnaga tegelev inimene või üldse keegi neljas. Ettevõttes peaks olema igal töötajal võimalus avaldada oma arvamust, teha ettepanekuid, rääkida muredest ja rõõmudest. Analüüsi tulemuna oleks soovituslik seda teha virtuaalselt. Lahenduseks võiksid olla online tagasiside ankeedid, anonüümsed võimalused rääkida ettepanekutest, muredest ja rõõmudest. Online koolitused ja kohtumised töökaaslastega virtuaalselt arutamaks tööasju tekitab Z-generatsiooni seas samamoodi kuuluvustunnet ja usaldust ettevõtte vastu, tundes virtuaalses keskkonnas end turvaliselt ja mugavalt. Samal ajal toetudes teooria osale, kus suhtlus teiste inimestega kajastus kui tähtis tööväärtus, siis tuleks kombineerida mõlemat võimalust, et tagada tervislik töökeskkond. Selleks, et tagada Z-generatsioonile suhtlus virtuaalsel teel on tähtis arenenud töökeskkond. Tulles tagasi tehnoloogia tähtsuse juurde Z-generatsiooni seas, mida võib teooria alusel pidada isegi kõige tähtsamaks Z-generatsiooni kujundajaks ja mõjutajaks.

Ettepanek 5: Z-generatsiooni töötajaga on tähtis tööl suhelda, neid kuulata ja usaldada. Soovitus oleks kombineerida suhtlust läbi tehnoloogia kui ka isikliku kokkupuute teel. Neile tuleks anda tihedat tagasisidet tehtud töö kohta, mis oleks neile eelistatult kajastatud virtuaalselt. Z-generatsiooni tuleks kaasata erinevatesse tööprotsessidesse, et nad saaksid areneda ja tunda end vajalikuna. Z-generatsiooni töötajale tuleks tutvustada karjääriredelil arenemise võimalusi, nii tekib neil tunne, et nende tehtav töö on ettevõttele väärtuslik. Võimalusel pakkuda online koolitusi, õpivideoid või treeningplaane. Selleks

peab tööandja pakkuma kaasaegset töökeskkonda, seda eriti tehnoloogia näol. Z-generatsioon on harjunud tehnoloogiat kasutama oma igapäeva elus ja selle puudumine tööl võib neile raskuseks kujuneda.

Uuringus kajastus oluliste tööalaste ootustena Z-generatsiooni seas soov olla märgatud, teha väärtusliku tööd ja kuuluda ettevõttesse, millel on hea maine. Nad väärtustavad kui neid märgatakse ja neile pakutakse tehtud töö eest vastavat töötasu. Nende tööalaseid valikuid mõjutavad enim nende individuaalne töökogemus ja majanduslik seisund. Sidudes need küsitluses selgunud ootused ja tööalased mõjutegurid siis näeme, kuidas kaks põhilist tingimust Z-generatsiooni jaoks on töörahulolu ja töötasu tasakaal. Siinkohal peakski tööandja oma ettevõtte puhul eelneva kahe tingimuse koosluse ja nende tasakaalu esmalt üle vaatama, ning vajadusel tegema muudatusi.

Ettepanek 6: Tööandja peaks esmalt tagama Z-generatsiooni töötajale töörahulolu. Töötasu on tähtis, kuid sama tähtis on tunda rõõmu tehtud tööst. Töörahulolu alla käib ka ettevõtte hea maine ja selle hoidmine, nad hindavad seda kõrgelt. Z-generatsioonile tuleks tagada väärtust omav töö ja sellele ka vastav töötasu.

Teoreetilises osas tuli välja, et Z-generatsioon on iseteadlik ega karda oma mõtteid ja valikuid väljendada. Antud seisukoht sai kinnitust ka uuringu tulemustest, kus peeti tähtsaks rahulolu tööga, töö rõõmu, mis on samaväärne ja isegi tähtsam kui töö eest saadav töötasu. Z-generatsiooni esindajad pidasid kõige tähtsamaks mõjuteguriks tööalaste valikute langetamisel iseenda individuaalset töökogemust ja eelistusi, kuid ebaoluliseks teiste eakaaslaste tööalaseid. Seetõttu ei liigu nad massiga, vaid teevad valikuid just enda kogemuste ja prioriteetide põhjal. Nad ei karda teistest erineda ja oma enda rada valida.

Ettepanek 7: Z-generatsioonile tuleb läheneda kui indiviidile, nad on kõik erinevad ja langetavad otsusteid iseenda seisukohalt. Seetõttu tuleks neile tutvustada mida ettevõttel pakkuda on ja sama tähtis on kuulata, mida nad ettevõttelt ise ootavad ja tahavad. Vahel võivad need olla väga lihtsad asjad, mida on ettevõttel lihtne pakkuda, muuta või lahendada. Juba töötavatelt Z-generatsiooni esindajatelt (ja ka teiste generatsioonide esindajatelt) võiks küsida anonüümset tagasisidet, ootusi ja eelistusi. Selline tegevus arendab ettevõtet ja selle heaolu taset. Samal ajal võivad küsitluste teel selguda ja läheneda ettevõtte väiksed kui ka suured murekohad.

Lõputöö autoril on plaan uurimuses selgunud tulemusi ettepanekute näol jagada ka online lehekülgedega, mis on seotud tööandja ja Z-generatsiooniga, kes otsivad tööd või kohta praktikaks. Uurimuse tulemustest võib seega olla kasu tööandjatele, kes saaksid Z-generatsiooni olemusest, tööväärtust ja ootustest rohkem aru, ning edaspidi teaksid paremini, kuidas nendega töökeskkonnas käituda või mida neile seal pakkuda. Plaan on jagada tulemusi CV Keskuse ja Eesti Töötukassaga.

KOKKUVÕTE

Iga generatsioon omab eripärasid ja norme, mida nad tõeks peavad ja järgnevatele generatsioonidele edasi annavad. Antud lõputöö baseerub generatsiooniteoorial, kus võeti vaatluse alla Z-generatsioon, nende tööväärtused, mõjutegurid ja ootused tööandjale. Z-generatsioon on hetkel viimane tööturule siseneja, nad omavad endas tõekspidamisi alates esimestest generatsioonidest ja on lisanud sinna juurde suurema teadlikkuse tehnoloogiast, ning selle kasutamisest tänapäeva töökeskkonnas. Z- põlvkond on esimene generatsioon, kes on täielikult üles kasvanud koos tehnoloogiaga, on sellest tugevalt mõjutatud ja nad ei kujuta elu ilma selleta ette. Nad on eneseteadlikud, uuendusmeelsed, majanduslikult iseseisvad, tolerantid ja haritud põlvkond.

Lõputöö eesmärk oli välja selgitada Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni õpilaste tööväärtusi, mõjutegureid ja ootusi tööandjale, et neid siduda teoreetiliste allikatega, ning võttes arvesse töö tulemusi teha järeldusi ja ettepanekuid tänapäeva tööandjale. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitati lõputöö ülesanded, ning autori hinnangul said need töö käigus täidetud ja sellega saavutati lõputöö eesmärk.

Tugineti teema teoreetilistele allikatele, kus esmalt selgitati generatsiooni, tööväärtuste ja hoiakute termineid. Kirjeldati Z-generatsiooni iseloomulike tunnuseid, nende tööväärtusi ja ootusi tööandjale. Käsitleti ka erinevaid generatsiooniteooriaid, esitati eelnevate samateemaliste uuringute tulemusi, kus selgitati välja Z-generatsiooni tööalaseid hoiakuid, suuremaid mõjutegureid ja ootusi töökeskkonnale. Teooriale koostati empiirilise uuringu metoodika ja valiti teemale sobiv küsimustik. Metoodika peatükis kirjeldati valimi kujunemist, andmekogumismeetodit, uuringustrateegiat ja andmeanalüüsi meetodeid, mille läbiviimise ja analüüsi tulemusena saadi kätte vajalik info, millest omakorda tehti järeldusi ja ettepanekuid vastavalt lõputöö teemale.

Z-generatsioon on liikumas maailma juhtivaks generatsiooniks, ning tänapäeva tööandjal on vaja Z-generatsiooni töötajate eripäradega harjuda ja oma töökeskkonda ümber kohandada innovaatilisemaks, rakendades seal tehnoloogiat kui ka inimesi, muutes sellega oma ettevõtte mugavamaks ja paindlikuks. Töökeskkond peaks olema vaba ja vaheldusrikas, eelistada virtuaalset suhtlust, et info jõuaks kõigini ja kõik tunneksid end kaasatuna. Hea on kasutada töö tegemisel ka äppe ja rakendusi, nii saab tagada Z-põlvkonnale turvalisema keskkonna ja parema töö sujumise. Enamasti on see ka tõhusam ja kiirem kui vanamoodsad lahendused, kuna nende õppimisvõime läbi tehnoloogia on kõige tõhusam.

Nad ootavad avatust uutele mõtetele, võimalust end arendada ja harida, selleks on neid vaja julgustada ja motiveerida pideva tagasiside andmise näol. Võimalust käia koolis ja töötada samal ajal kodukontoris või paindliku graafiku alusel.

Motiveerides, arendades ja koolitades Z-generatsiooni töotajaid on lootust, et nad jäävad ettevõttele lojaalseks ja pikaajaliseks töotajaks, vastupidiselt neid unarusse jättes võivad nad oma sammud hoopis konkurendi poole seada. Oma ettevõtte tuleb juba värbamisprotsessil teha huvitavaks ja näidata välja võimalust arenemiseks, tuleks rõhuda just Z-põlvkonna eelistustele ja kasudele ettevõttega liitumisel. Neil on tahe töötada ka siis, kui nad sissetulekut ei vajaks, neile on esmatähtis töörõõm, selle sisukus ja tähtsus ettevõtte arengus.

Kokkuvõttes hindab Z-generatsioon kõrgelt paindliku graafikut ja vaba aega, nende töö märkamist ja vastava palga pakkumist, võimalust ise otsustada ja seada eesmäärke. Eelistavad vabamat töökeskkonda koos arenenud töökeskkonnaga, tuleks vältida igavust ja tüdimust. Z-generatsioonile meeldivad huvitavad ja mainekad ettevõtted, kes omavad karjääriredelil arenemise võimalusi.

Arvestades lõputöös selgunud Z-generatsiooni tööväärtusi, mõjutegureid ja ootusi tööandjale tehti tööandjatele järgnevad seitse ettepanekut:

1. Kuna Z-generatsioonil on suur tahe areneda ja olla majanduslikult stabiilne, siis võimalus neid siduda varases eas töömaailmaga on olemas. Tööandjad peaksid õppivale Z-generatsiooni esindajale rohkem tutvustama kooli kõrvalt töötamise võimalusi. Võimalusel pakkuma ja selgitama osakoormuse võimalusi ja õppepuhkust, et teha samaaegne õppimine ja töötamine Z-generatsioonile lihtsamaks. Alles koolis käivatele kandidaatidele ja juba haridust omavatele kandidaatidele tuleks anda samaväärseid võimalusi tööd saada.
2. Ettevõtjad võiksid pakkuda rohkem praktikaid, nii saavad alles koolis käivad Z-generatsiooni esindajad rohkem aimu töömaailmast ja neil võib tekkida suurem soov õpingute kõrvalt ka töötada. Väheste töökogemusega praktikante on lihtne oma ettevõttega siduda ja kujundada, lisaks on võimalus, et praktikant soovib ettevõttesse peale praktika lõppu ka tööle jääda. Praktika on kasulik tegevus nii tudengile kui ka ettevõtjale, kes saab praktikaperioodil praktikanti õpetada ja kohendada just oma ettevõttele sobivaks.

3. Z-generatsiooni tööstaja on tagasihoidlik ja sellega kaasnevalt ka kogemus ja teadlikkus töömaailmast on väiksem. Enda ettevõtte tuleks neile nähtavaks ja atraktiivseks teha. Tööandja peaks tutvustama Z-generatsioonile ka muid hüvesid, mis ettevõttel pakkuda on. Neis tuleks tekitada huvi ja arusaam, et töökoht ongi palju enam kui lihtsalt raha teenimise koht.
4. Võimalusel pakkuma erinevaid töövahetusi või kodukontori võimalust, et töötajad saaksid oma vaba aega paremini tööga siduda. Igavuse ja tüdimuse vältimiseks pakkuda neile võimalust osaleda erinevatel lähetustel. Lähetusi võib pakkuda kas Eesti siseselt või ka välismaale. Sellised hetkelised töökeskkonna vahetused aitavad neil rutiinist välja saada, muudavad tööl käimise meeldivamaks, ning neil tekib tunne, et töö ja eraelu on tasakaalus.
5. Z-generatsiooni töötajaga on tähtis tööl suhelda, neid kuulata ja usaldada. Soovitus oleks kombineerida suhtlust läbi tehnoloogia kui ka isikliku kokkupuute teel. Neile tuleks anda tihedat tagasisidet tehtud töö kohta, mis oleks neile eelistatult kajastatud virtuaalselt. Z-generatsiooni tuleks kaasata erinevatesse tööprotsessidesse, et nad saaksid areneda ja tunda end vajalikuna. Z-generatsiooni töötajale tuleks tutvustada karjääriredelil arenemise võimalusi, nii tekib neil tunne, et nende tehtav töö on ettevõttele väärtuslik. Võimalusel pakkuda online koolitusi, õpivideoid või treeningplaane. Selleks peab tööandja pakkuma kaasaegset töökeskkonda, seda eriti tehnoloogia näol. Z-generatsioon on harjunud tehnoloogiat kasutama oma igapäeva elus ja selle puudumine tööl võib neile raskuseks kujuneda.
6. Tööandja peaks esmalt tagama Z-generatsiooni töötajale töörahulolu. Töötasu on tähtis, kuid sama tähtis on tunda rõõmu tehtud tööst. Töörahulolu alla käib ka ettevõtte hea maine ja selle hoidmine, nad hindavad seda kõrgelt. Z-generatsioonile tuleks tagada väärtust omav töö ja sellele ka vastav töötasu.
7. Z-generatsioonile tuleb läheneda kui indiviidile, nad on kõik erinevad ja langetavad otsusteid iseenda seisukohalt. Seetõttu tuleks neile tutvustada mida ettevõttel pakkuda on ja sama tähtis on kuulata, mida nad ettevõttelt ise ootavad ja tahavad. Vahel võivad need olla väga lihtsad asjad, mida on ettevõttel lihtne pakkuda, muuta või lahendada. Juba töötavatelt Z-generatsiooni esindajatelt (ja ka teiste generatsioonide esindajatelt) võiks küsida anonüümset tagasisidet, ootusi ja eelistusi. Selline tegevus arendab ettevõtet ja selle heaolu taset. Samal ajal võivad küsitluste teel selguda ja läheneda ettevõtte väiksed kui ka suured murekohad.

SUMMARY

Z-generation work values and expectations for the employer on the example of Tallinn Centre of Industrial Education students

Every generation has its own ways and norms to pass down to subsequent generations. This dissertation is based on generation theory, where the work values, influencing factors and expectations for the employer of Z-generation was taken under observation. The Z-generation is currently the last to enter the job market, they have had their beliefs since the first generations and have added a greater awareness of technology and its use in today's work environment. The Z-generation is the first generation which has grown up with technology, is heavily influenced by it, and cannot imagine life without it. It is a self-conscious, innovative, financially independent, tolerant and educated generation.

The aim of the dissertation was to find out the work values, influencing factors and expectations of the Z-generation students of the Tallinn Industrial Education Center in order to link them with theoretical sources and to draw conclusions and suggestions for today's employer. To achieve the goal of the dissertation, dissertation tasks were set, which according to the author, were completed and thus the goal of the dissertation was achieved.

The terms related to generation, work values and attitudes were first explained, based on theoretical sources related to the topic. The characteristics of the Z-generation, their work values and expectations to the employer were described. Different generation theories were also discussed, and the results of previous studies on the same topic were presented, which identified the Z-generation work attitudes, major influencing factors and expectations for the work environment. An empirical research methodology was prepared for the theory and a questionnaire suitable for the topic was selected. The methodology chapter described the sample formation, the data collection method, the research strategy and the methods of data analysis. As a result of data analysis, necessary information was obtained from which conclusions and suggestions were made according to the topic of the dissertation.

Considering the Z-generation work values, influencing factors and expectations for the employer, the following seven suggestions were made to the employers:

1. As the Z-generation has a strong will to evolve and be financially stable, there is an opportunity to connect them to the world of work at an early age. Employers should make Z-generation more aware of the possibilities of working and studying at the same time. When possible, offer and explain part-time opportunities and study leave to make learning and working easier for the Z-generation. Candidates who are still in school and those who already have needed education should be given equal opportunities to get a job.
2. Employers should offer more internships, so those students still in school can get a better idea of the world of work and may be more willing to work and study at the same time. It is easy to link and design trainees with little work experience with your company, in addition, there is a possibility that the trainee wants to stay in the company after the internship. An internship is a useful activity for both the student and the company, who can teach and adapt the trainee to suit their company during the internship period.
3. Generation Z overall work experience is little and as a result they are less aware of the world of work. Companies should make themselves visible and attractive to them. The employer should also introduce Z-Generation other benefits that the company has to offer. They should generate interest and an understanding that a job is much more than just a place to make money.
4. The employer should provide a schedule with great work-life balance. If possible, offer various shifts or the possibility to work from home office, so that employees can combine their free time with work better. Offer them the opportunities to work abroad to avoid boredom. Postings can be offered either in Estonia or abroad. Such momentary changes in the work environment help them to get out of their routine, it makes it more pleasant to go to work, and the work-life feels balanced.
5. It is important to communicate, listen and trust a Z-generation employee at work. The recommendation would be to combine communication through technology as well as through other people. They should be given feedback on the work done, preferably in a virtual way and often. The Z-generation should be involved in different work processes so that they can evolve and feel needed. Generation Z employees should be introduced to career development opportunities, so they feel that the work they do is valuable to the company. Where possible, provide online training, instructional videos, or exercise plans. To do this, the employer must provide a modern working environment,

especially in the form of technology. The Z generation is used to have technology in their daily lives, and lack of it at work can be a challenge for them.

6. The employer should first ensure job satisfaction for the Z-generation employee. Salary is important, but it is just as important to enjoy the work they do. Job satisfaction also includes the good reputation of the company and its maintenance, they value it highly. Generation Z should be provided with valuable work with suitable salary.
7. Generation Z must be approached as an individual, they are all different and make their decisions from their own point of view. Therefore, they should be introduced to what the company has to offer and it is equally important to listen what they expect and want from the company itself. Sometimes these can be very simple things that can be easily offered, changed or solved by company. Anonymous feedback, expectations and preferences should be asked from Z-generation employees (as well as other generations). Such activities develop the company and its overall well-being. At the same time, smaller and bigger company problems can be identified and solved through feedbacks and surveys.

VIIDATUD ALLIKAD

- 44% töötajatest vaatab tööturul aktiivselt ringi. (19.02.2020). Kasutamise kuupäev: 10.08.2021., allikas: <https://www.laanlane.ee/44-tootajatest-vaatab-tooturul-aktiivselt-ringi/?sfw=pass1628566338>
- Andmete analüüs ja tõlgendamine. Kasutamise kuupäev: 29.12.2021., allikas: <https://uurimistoodetormistamine.wordpress.com/uurimuse-loogika/andmete-analuusimine/>
- Benify. (2020). *How to Attract Gen Z to Your Workplace According to Generation Researcher*. Kasutamise kuupäev: 20.04.2020., allikas: <https://medium.com/@benify/how-to-attract-gen-z-to-your-workplace-according-to-generation-researcher-7b89b96f0514>.
- Deloitte. *Understanding Generation Z in the workplace*. Kasutamise kuupäev: 19.02.2020., allikas: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/understanding-generation-z-in-the-workplace.html>.
- Demographics. (02.01.2018). *Generations by date of birth*. Kasutamise kuupäev: 28.05.2020., allikas: <https://ktwop.com/2018/02/01/generations-by-date-of-birth/>.
- Eesti tööturg täna ja homme. (2018). Kasutamise kuupäev: 10.08.2021., allikas Kutsekoda: <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2018/12/Eesti-t%C3%B6%C3%B6turg-t%C3%A4na-ja-homme-2018.pdf>
- Eesti uuringust selgus, mida lumehelbekesed töölt tegelikult ootavad. (21.08.2019). Kasutamise kuupäev: 10.08.2021., allikas Personaliuudised: <https://www.personaliuudised.ee/uudised/2019/08/21/eesti-uuringust-selgus-mida-lumehelbekesed-toolt-tegelikult-ootavad>
- Elmore, T. (2013). *Here's What You Need to Know About Generation Z*. Kasutamise kuupäev: 19.02.2020., allikas: <http://growingleaders.com/blog/generation>.
- Gayle, L. (2019). *How Generation Z Is Transforming the Workplace*. Kasutamise kuupäev: 28.01.2020., allikas: <https://www.financialexecutives.org/FEI-Daily/August-2019/How-Generation-Z-Is-Transforming-the-Workplace.aspx>.
- Infokäitumise, info hankimise ja otsingu ning infopädevuse uurimise meetodid. (2010). (Virkus Sirje). Kasutamise kuupäev: 13.08.2021., allikas Tallinna Ülikool: https://www.tlu.ee/~sirvir/Infootsingu%20teooria/Infokaitumise,%20info%20hankimise%20ja%20%20otsingu%20ning%20infopadevuse%20uurimise%20meetodid/lk_32.html
- Iorgulescu, C. M. (2016). *Generation Z and its perception of work*. Kasutamise kuupäev: 18.05.2020., allikas: http://seaopenresearch.eu/Journals/articles/CMJ2016_I1_6.pdf.

- Jenkins, R. (2019). *How Generation Z Will Transform the Future Workplace*. Kasutamise kuupäev: 23.05.2020., allikas: <https://www.inc.com/ryan-jenkins/the-2019-workplace-7-ways-generation-z-will-shape-it.html>.
- Jenkins, R. (2017). *Top 4 factors that are shaping Generatsioon Z*. Kasutamise kuupäev: 29.12.2021., allikas: <https://www.inc.com/ryan-jenkins/meet-your-future-workforce-4-factors-shaping-gener.html>
- Johnson, M. (2020). *Is Your Business Keeping up with Modern Workplace Trends?* Kasutamise kuupäev: 04.07.2020., allikas: https://instapage.com/blog/modern-workplace-trends?fbclid=IwAR2QuJQYqTx-IWOeJ1FOvsq3ke-WyHq6po8_Os_x6KS-lGlpzjhGx8wMzp4
- Jörg, M. (2017). *Introducing: Generation Z*. Kasutamise kuupäev: 19.02.2020., allikas: <https://www.engarde.net/introducing-generation-z/#.Xk0JfsgzZaR>.
- Kagan, J. (2021). *Generation X*. Kasutamise kuupäev: 06.12.2021., allikas: <https://www.investopedia.com/terms/g/generation-x-genx.asp>
- Kalmus, V. (2014). *Digitaalne põlvkond või meediapõlvkondade digitaliseerumine?*, Kasutamise kuupäev: 23.05.2020., allikas: <https://www.sirp.ee/s1-artiklid/c21-teadus/2014-05-22-10-02-25-2/>.
- Kasasa. (2020). *Boomers, Gen X, Gen Y, and Gen Z Explained*. Kasutamise kuupäev 20.04.2020., allikas: <https://www.kasasa.com/articles/generations/gen-x-gen-y-gen-z>.
- Markoviz, D. (2019). *What Does Generation Z Value?*, Kasutamise kuupäev: 24.05.2020., allikas: <https://www.ehstoday.com/safety-leadership/article/21920499/what-does-generation-z-value>.
- Olle, K. (2019). *Z-generatsiooni tööväärtused*. Kasutamise kuupäev: 19. 02.2020., (Magistritöö), allikas Eesti Maaülikool: http://dspace.emu.ee/xmlui/bitstream/handle/10492/4739/Kadri_Olle_MA2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Ripplematch. (2020). *A Running List of Studies and Reports on the Generation Workforce*. Kasutamise kuupäev 29.05.2020., allikas: <https://ripplematch.com/journal/article/a-list-of-studies-and-reports-on-the-generation-z-workforce-593f551c/>.
- Robinson, M, T. *Which Generatsioon are You?* Kasutamise kuupäev: 23.05.2020., allikas: <https://www.careerplanner.com/Career-Articles/Generations.cfm>.

- Robinson, R. (2017). *The new rules and expectations shaping today's workplace*, Kasutamise kuupäev: 28.07.2020., allikas: <https://relate.zendesk.com/articles/new-rules-expectations-for-todays-workplace/>.
- Rootalu, K. (2014). *Kirjeldav statistika*. Kasutamise kuupäev: 7.12.2021., allikas Tartu Ülikool: <https://samm.ut.ee/kirjeldav-statistika>
- Schwartz, S. H., Surkiss, S. (1999). *Basic Individual Values, Work Values, and the Meaning of Work*. Kasutamise kuupäev: 20.02.2020., allikas Applied psychology: An International Review 48 (1), pp 49 – 71., https://www.researchgate.net/publication/228079327_Basic_Individual_Values_Work_Values_and_the_Meaning_of_Work.
- Smola, K. W., Sutton, C. (2002). *Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium*. Kasutamise kuupäev: 20.02.2020., allikas: Journal of Organizational Behavior, 23, 363–382., https://www.researchgate.net/publication/227533994_Generational_Differences_Revisiting_Generational_Work_Values_for_the_New_Millennium.
- Sotsaalministeerium, (2017). *Töökeskkond ja töösuhted*, Kasutamise kuupäev: 04.07.2020., Allikas: <https://www.sm.ee/et/tookeskkond-ja-toosuhted>
- Tallinna Tööstushariduskeskus. (Tallinna tööstushariduskeskus) Kasutamise kuupäev: 07.10.2021., allikas Tallinna Tööstushariduskeskus: <https://www.tthk.ee>
- Teleioni, D. D. (2018). *Generation differencesin extrinsic and intrinsic international work values between generation x and millenial*. Kasutamise kuupäev: 28.04.2020., allikas (Uurimitöö): <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/21893/4/TeleioniDimitraMsc2018.pdf>.
- The Center for Generational Kinetics. *GENERATIONAL BREAKDOWN: Info About All of the Generations*. Kasutamise kuupäev: 19.02.2020, allikas: <https://genhq.com/faq-info-about-generations/>
- Titma, M. (2002). *30- ja 50-aastaste põlvkonnad uue aastatuhande künnisel*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus. Kasutamise kuupäev: 22.04.2020.
- Töenäosuslike valimite moodustamise meetodid. Kasutamise kuupäev: 13.08.2021., allikas Valimiope: <https://valimiope.weebly.com/totildeenaumlosuslikud-meetodid.html>
- Tõnismäe, S. (2018). *Kuidas kootsingu abil käivitada Y- ja Z-generatsiooni?* Kasutamise kuupäev: 19.02.2020., allikas: <https://www.aripaev.ee/erilehed/2018/04/19/kuidas-kootsingu-abil-kaivitada-y-ja-z-generatsiooni>.

Vikipeedia vaba entsüklopeedia. (2014). *Õpilane*. Kasutamise kuupäev: 29.12.2021., allikas:
<https://et.wikipedia.org/wiki/Õpilane>

Veeret, M. (2019). *Y- JA Z-GENERATSIOONI TÖÖVÄÄRTUSTE VÕRDLUS*. (Lõputöö). Kasutamise
kuupäev: 10.02.2020., allikas:
<https://is.eek.ee/download.php?t=kb&dok=p1d9kn7e4rndhjbb1q30jjeqv53.pdf>.

LISAD

Lisa 1. Olle 2019 magistritöö uurimuses hinnatavad tööväärtused

Hinnatavad tööväärtused:

- tunnustus: saavutada heakskiit ja lugupidamine
- prestiiž: tuntus töös ja ühiskonnas
- palk: töö eest saadav tasu
- hüved: hea töö eest saadavad preemiad, lisatasud
- karjäär: vastutusala suurenemine, edenemine karjääris
- juhtimine: võimalus mõjutada, juhtida, käskida
- rutiin: korrapärane ajakava, kindlad ülesanded, püsivus
- vaheldusrikkus: võimalus muuta kohustusi ja ülesandeid
- eluviis: töö peab võimaldama elada sinu valitud elustiilis
- paindlik ajakasutus: tööaega saab vastavalt oma soovile sättida
- asukoht: töökoht peab olema sulle mugavas asukohas
- töötingimused: mugavus, puhtus, kaasaegne töökoht
- väljakutsed: sagedased probleemide lahendamised
- rahulikkus: vaikne, rahulik, harmooniline töökeskkond
- saavutused: võimalus arendada oma potentsiaale
- loovus: luua ja kujundada uusi asju, ideid, sündmusi
- rõõm: tehtav töö peab pakkuma rõõmu
- altruism: hoolitseda teiste heaolu eest ja aidata ühiskonda
- esteetika: töö kenas keskkonnas või maailma ilusamaks muutmine
- kuuluvus: võimalus olla organisatsiooni liige, kelle töö või staatus on sulle oluline
- tähenduslikkus: töö, mis on oluline ühiskonnale laiemalt
- suhtlus: töö inimestega, regulaarne kontakt inimestega
- sõprus: rõõm olla koos kolleegidega ja ülemustega
- töötamine üksi: minimaalne kontakt kolleegidega
- sotsiaalne kuuluvus: vajadus kuskile kuuluda

Lisa 2. Ankeetküsitlus Tallinna Tööstushariduskeskuse Z-generatsiooni tööväärtused ja ootused tööandjale

Hea vastaja!

Oled osutunud oma sünniaja põhjal uuringu jaoks sobivaks vastajaks.

Olen Tallinna Tehnikakõrgkooli IV kursuse ärijuhtimise üliõpilane ning uurin oma lõputöö raames Z-generatsiooni (inimeste sünniaastaga al 1996.) tööväärtusi ja ootusi tööandjale. Sinu ja kaasvastajate vastuste põhjal kujuneb ettevõtluses juhtivatel organisatsiooniliikmetel teadmine, millisena Z-generatsiooni inimesed töömaailma ja selle erinevaid koostisosi (töö ise, tööandja, organisatsioon kui inimesed) mõtestavad ja milliste meie poolt väärtustavate tingimuste tagamisel on meie tööalaste hoiakute avaldumisviisid pigem positiivsed.

Küsimustiku täitmine võtab aega 5-8 minutit. Küsimustikule vastamine on anonüümne ja tulemused esitatakse üksnes üldistatud kujul.

Aitäh, et aitas kaasa minu lõputöö valmimisele!

Mirjam Koppelmann
mikoppel@tktk.ee

Esmalt palun valida Teile kohanduvad sotsiaaldemograafilised näitajad (tee ring ümber):

Vanus: ...

Sugu:

- Mees
- Naine

Esimene keel:

- eesti
- vene
- soome
- muu

Milline järgmistest liigitustest iseloomustab Teie elukohta, kus oled suurema osa ajast üleskasvanud:

- suurlinn
- väikelinn või alev
- tiheasustusega küla
- hajaasustusega küla

Hetke staatus:

- õpin
- õpin ja töötan

Tööstaaž:

- kuni pool aastat
- pool aastat kuni aasta
- 1-3 aastat
- rohkem kui 3 aastat

I OSA

Alustuseks palun Teil mõelda töötamisele üldiselt. Kuivõrd Te nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega?

Väide	Ei ole nõus	Pigem ei ole nõus	Nii ja naa	Pigem nõus	Nõus	Ei oska öelda
Töökoht on vaid raha teenimise viis, ei enam	1	2	3	4	5	9
Mulle meeldiks omada tasustatud töökohta isegi siis, kui ma raha ei vajaks	1	2	3	4	5	9
Püsiva tööelu alguse edasilükkamine soovitud haridustaseme omandatuse ajaks on õigustatud	1	2	3	4	5	9

Soovi korral kommenteeri eelmise ploki vastuseid:

.....

II OSA

Palun öelge iga järgneva küsimuse kohta, kui oluline see Teile isiklikult töötamise juures on. Kui oluline on Teile ...?

	Ei ole üldse oluline	Ei ole oluline	Nii ja naa	Oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
... et töökoht oleks kindel (lepingu sõlmitus pigem tähtajatuks kui tähtajaliseks ajaks)	1	2	3	4	5	-
... et oleks kõrge sissetulek	1	2	3	4	5	-
... et töö oleks sisukas	1	2	3	4	5	-
... et töö pakuks pidevat väljakutset (puudub rutiinsus)	1	2	3	4	5	-
... et töö tulemuslikkus võimaldaks mõjutada ettevõtte käekäiku (tööga võimalik luua suurt väärtust)	1	2	3	4	5	-
... et töö võimaldaks iseseisvalt töötada	1	2	3	4	5	-
... et töö iseloom võimaldaks ise otsustada, mis kellaaegadel või päevadel töötada	1	2	3	4	5	-
... et töö hõlmaks isiklikku kokkupuudet teiste inimestega	1	2	3	4	5	-
... et töö sisu oleks arendav	1	2	3	4	5	-
... et töö oleks põimitud omandatava erialaga	1	2	3	4	5	-
... et töö valdkond/sisu? ühilduks huvide, hobidega	1	2	3	4	5	-
... et töö oleks pigem teadmispõhine (vaimne) kui füüsilist pingutust vajav	1	2	3	4	5	-
... et tehtav töö on olulise eesmärgi nimel	1	2	3	4	5	-
... et töö keskenduks rohkem ühis- ja keskkonna parendamisele kui organisatsiooni edule	1	2	3	4	5	-
... et töö kõrvalt jääks aega ka isikliku elu jaoks	1	2	3	4	5	-

.....

III OSA

Järgmisena palun Teil mõelda omadustele, mis peavad kindlasti sellel ettevõttel ja organisatsioonil olema, kus Te sooviksite töötada ning nende olulisust samuti hinnata.

	Ei ole üldse oluline	Ei ole oluline	Nii ja naa	Oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Minu tööandja võiks olla idufirmalike eripäradega kiirelt arenev ettevõtte	1	2	3	4	5	-
Minu tööandja võiks olla rahvusvaheline ja pakkuda võimalust töötada välismaal	1	2	3	4	5	-
Ettevõtte pakub lisahüvesid (sportimisvõimalused, tervisega seonduvad)	1	2	3	4	5	-
Tööandja toob esile minu iseeneslikku produktiivsuse kasvu ja pakub vastavat töötasu	1	2	3	4	5	-
Ettevõtte peab olema hea mainega	1	2	3	4	5	-
Ettevõttes peavad olema head ja õiglased võimalused ametiredelil tõusmiseks	1	2	3	4	5	-
Minu osakonda/meeskonda integreerumisprotsess peab olema kiire ja sujuv	1	2	3	4	5	-

Soovi korral palun kirjelda kuidas oleks õige seda teha?

.....

IV OSA

Palun järjestada allolevad mõjutegurid nummerdatult selliselt, mis Teie arvates on kõige rohkem avaldanud mõju Teie väärtuste ja ootuste väljakujunemisele seoses töömaailmaga (1 – avaldanud kõige rohkem mõju, 5 – kõige vähem).

- ☐ vanemate seisukohad
- ☐ individuaalne töökogemus
- ☐ töömaailma alane meedia
- ☐ majanduslik seisund
- ☐ minu kaasealiste tööalased trendid

Lisa 3. Uuringu tulemused

Uuring ""Z-generatsiooni tööväärtused ja ootused tööandjale""

Respondentide statistika:

Kokku osalejaid	61
Mees	23
Naine	38
Keskmine vanus	20
	aastaid

Tulemuste kokkuvõte:

1. Hetkene staatus:

Õpin	31		50.8 %
Õpin ja töötan	30		49.2 %
Kokku vastuseid	61		

2. Tööstaaž

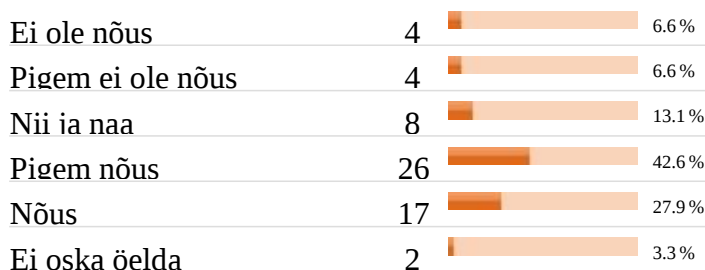
Kuni pool aastat	22		36.1 %
Pool aastat kuni aasta	7		11.5 %
1-3aastat	24		39.3 %
Rohkem kui 3 aastat	8		13.1 %
Kokku vastuseid	61		

3. Palun Teil mõelda töötamisele üldiselt. Kuivõrd Te nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega:

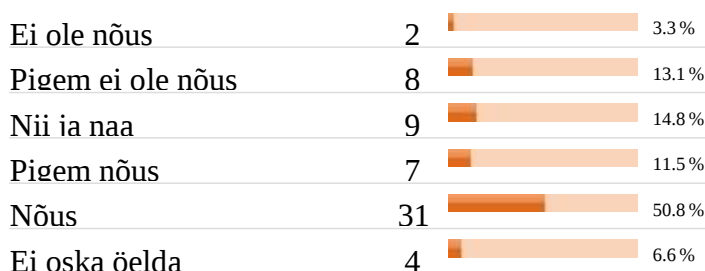
Töökoht on vaid raha teenimise viis, ei enamat

Ei ole nõus	9		14.8 %
Pigem ei ole nõus	14		23 %
Nii ja naa	24		39.3 %
Pigem nõus	6		9.8 %
Nõus	7		11.5 %
Ei oska öelda	1		1.6 %

Mulle meeldiks omada tasustatud töökohta isegi siis, kui ma raha ei vajaks



Püsiva tööelu alguse edasilükkamine soovitud haridustaseme omandatuse ajaks on õigustatud

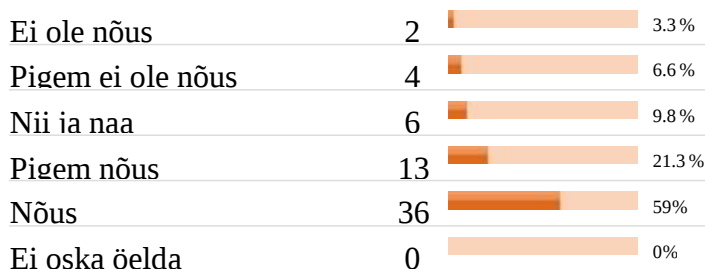


4. Soovi korral kommenteeri eelmise ploki vastuseid: (vastus ei ole vajalik)

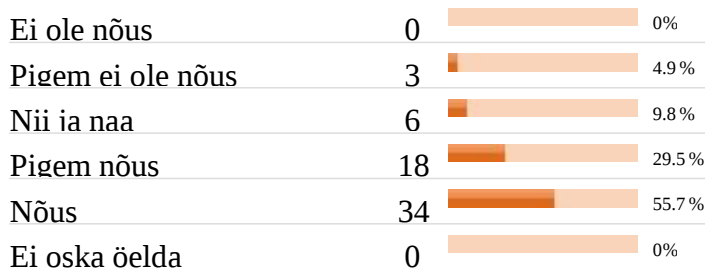
- 1) Kõige pealt tuleb omada sobiv endale haridust, see järel kui see amet või valdkond meeldib sulle ja sa saad ennast realiseerida, raudselt saavutad ka sobiva töötasu.
- 2) ei
- 3) Teine küsimus oli ebaselge. Hetke tööd ma tasustamata ei teeks aga kui leian töö mis meeldib siis oleksin nõus seda ka tasustamata tegema, kui rahalised kohustused oleks täidetud ja oleksin finantsilise vabaduse saavutanud.
- 4) raskesti sõnastatud
- 5) Arvan, et pidevalt sama tööd tehes tekib "masendus" ning inimene ei arene. Ma arvan, et peame rohkem julgustama töökoha vahetust. Küll aga mõistuse piirides

5. Palun öelge iga järgneva küsimuse kohta, kui oluline see Teile isiklikult töötamise juures on. Kui oluline on Teile ...?

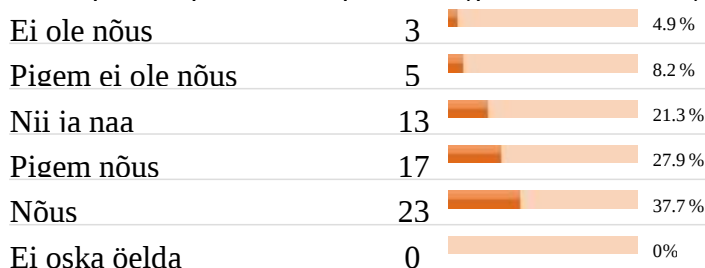
... et töökoht oleks kindel (lepingu sõlmitus pigem tähtajatuks kui tähtajaliseks ajaks)



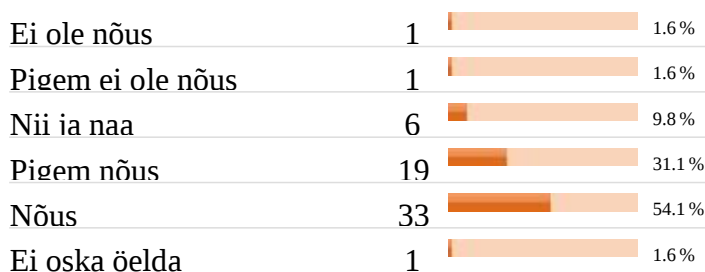
... et oleks kõrge sissetulek



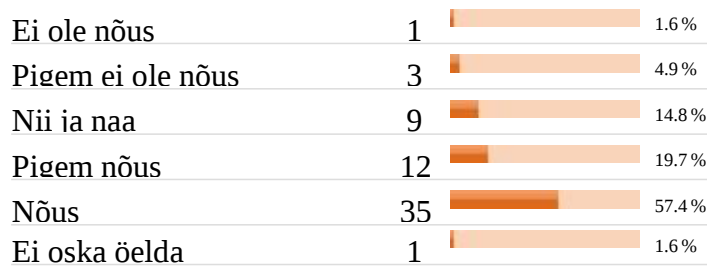
... et töö pakuks pidevalt väliakutseid (puudub rutiinsus)



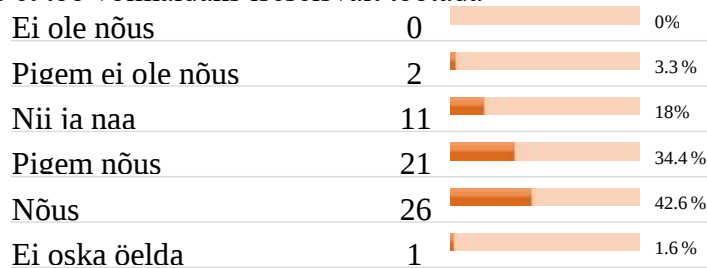
... et töö oleks sisukas



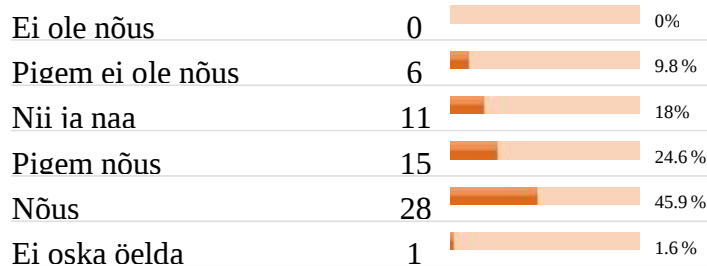
... et töö tulemuslikkus võimaldaks mõjutada ettevõtte käekäiku (tööga võimalik luua suurt väärtust)



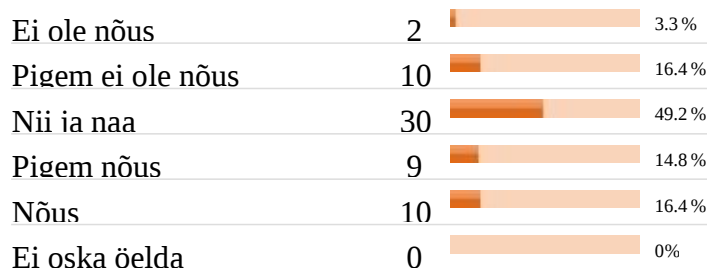
... et töö võimaldaks iseseisvalt töötada



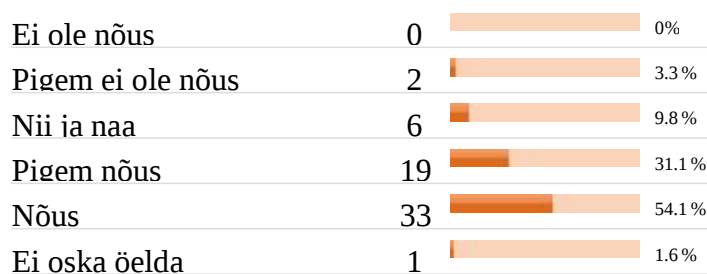
... et töö iseloom võimaldaks ise otsustada, mis kellaaegadel või päevadel töötada



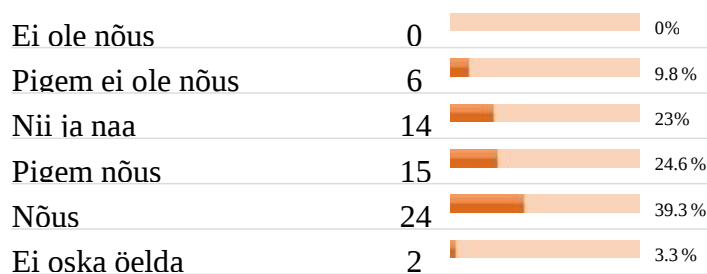
... et töö hõlmaks isiklikku kokkupuudet teiste inimestega



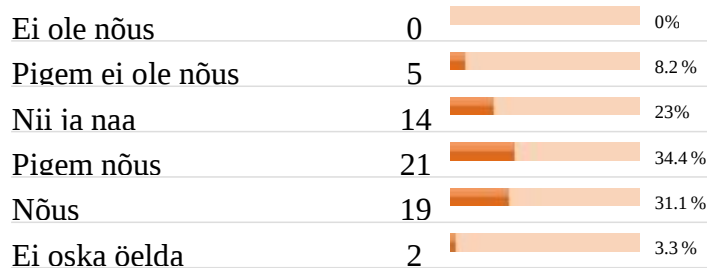
... et töö sisu oleks arendav



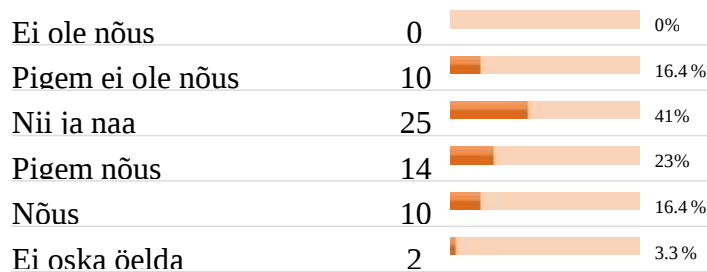
... et töö oleks põimitud omandatava erialaga



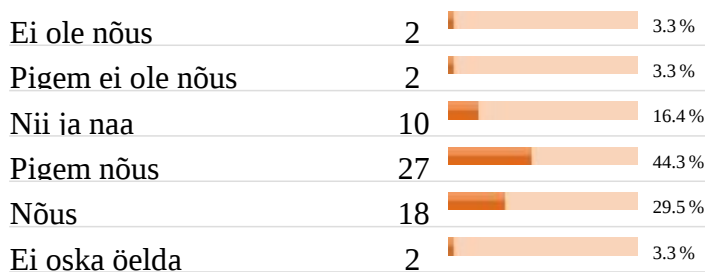
... et töö valdkond/sisu? ühilduks huvide, hobidega



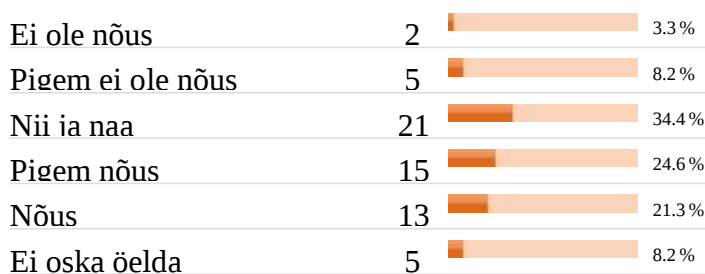
... et töö oleks pigem teadmispõhine (vaimne) kui füüsilist pingutust vajav



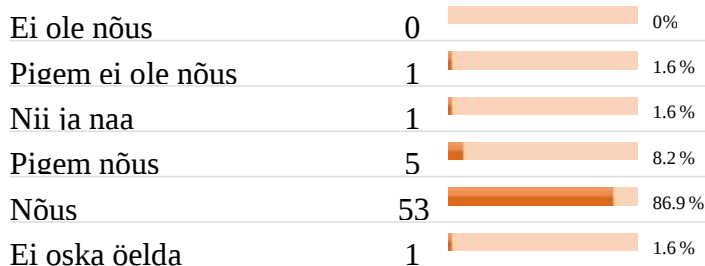
... et tehtav töö on olulise eesmärgi nimel



... et töö keskenduks rohkem ühis- ja keskkonna parendamisele kui organisatsiooni edule



... et töö kõrvalt jääks aega ka isikliku elu jaoks

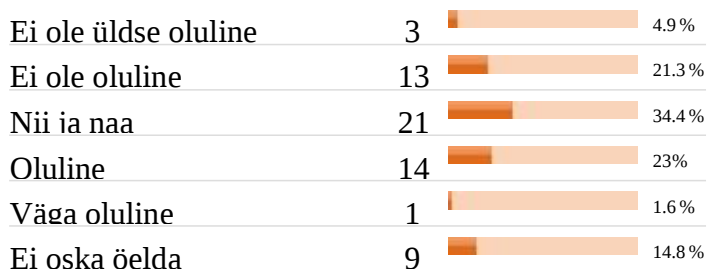


6. Soovi korral kommentaari eelmise ploki vastuseid: (vastus ei ole vajalik)

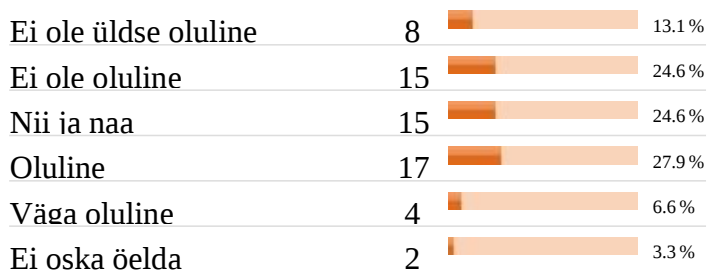
- 1) Minu arvates isiklik elu peab olema päevas rohkem kui tööd, Eestis inimesed liiga palju teevad tööd. Rohkemelu ja arenevad tööd!

7. Järgmisena palun Teil mõelda omadustele, mis peavad kindlasti sellel ettevõttel ja organisatsioonil olema, kus Te sooviksite töötada ning nende olulisust samuti hinnata.

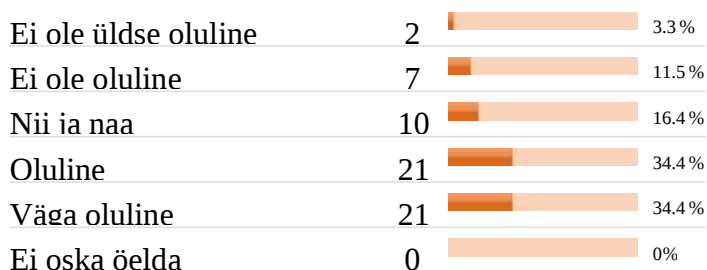
Minu tööandja võiks olla idufirmalike eripäradega kiirelt arenev ettevõte



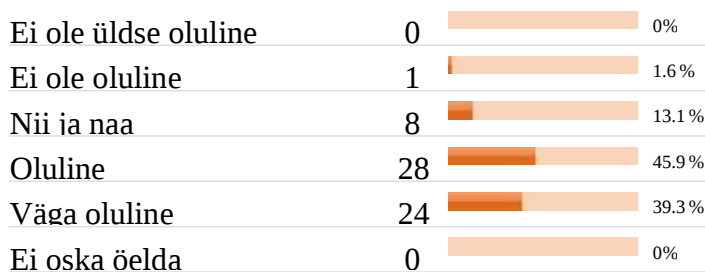
Minu tööandja võiks olla rahvusvaheline ja pakkuda võimalust töötada välismaal



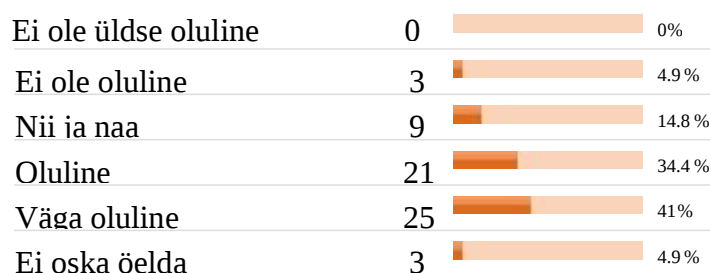
Ettevõtte pakub lisahüvesid (sportimisvõimalused, tervisega seonduvad)



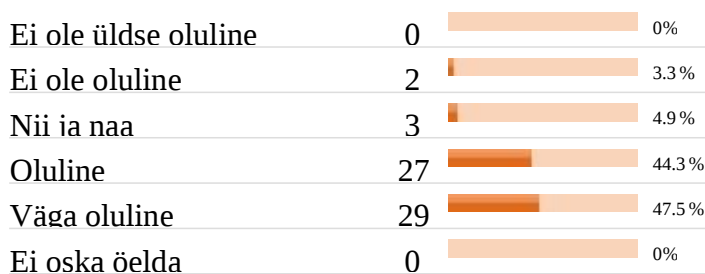
Tööandja toob esile minu iseeneslikku produktiivsuse kasvu ja pakub vastavat töötasu



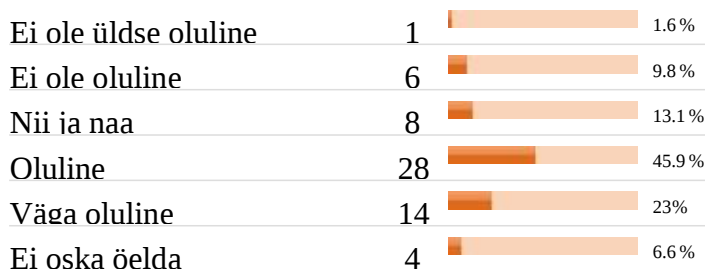
Ettevõtte peab olema hea mainega



Ettevõttes peavad olema head ja õiglasel võimalused ametiredelil tõusmiseks



Minu osakonda/meeskonda integreerumisprotsess peab olema kiire ja sujuv



8. Palun järjestada all olevad mõjutegurid nummerdatult selliselt, mis Teie arvates on kõige rohkem avaldanud mõju Teie väärtuste ja ootuste väljakujunemisele seoses töömaailmaga (1 – avaldanud kõige rohkem mõju, 5 – kõige vähem).

	Koht	Punktid
Individuaalne töökogemus	1	126
Majanduslik seisund	2	159
Vanemate seisukohad	3	194
Töömaailma alane meedia	4	208
Minu kaasealiste tööalased	5	228

Koht näitab vastusevariandi olulisust. Kõrgeima koha võtab kõige olulisem vastusevariant. Punktid on vastuste kogusumma selle vastuse jaoks. Kõige olulisemal vastusel on kõige vähem punkte. Kõige vähem olulisemal vastusel on kõrgeim punktide arv.

Selgitus: Koguvastused on kõikide vastuste summa, mis osaleja on teatavale küsimusele vastanud.

Iga vastuse protsent arvutatakse jagades selle vastuse arvu kõikide küsimuste arvuga.