

TARTU ÜLIKOOL
Majandusteaduskond

Annabel Loorits

TÖÖTAJATE OOTUSED ORGANISATSIOONI EETILISUSELE EESTIS

Bakalaureusetöö

Juhendaja: teadur Krista Jaakson

Tartu 2022

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Sisukord

Sissejuhatus	4
1. Organisatsiooni eetilise teoreetilised alused.....	5
1.1. Organisatsiooni eetilise mõiste ja selle seos sotsiaalse vastutusega.....	5
1.2. Organisatsiooni eetilisus keskkonnahoiu, heategevuse ja sotsiaalse tegevuse aspektist ..	10
2. Uuring töötajate ootustest organisatsiooni eetilisele Eestis	16
2.1. Metoodika ja valimi kirjeldus	16
2.2. Kirjeldav statistika ja dispersioonanalüüs uuringu andmete põhjal.....	19
Kokkuvõte.....	29
Viidatud allikad.....	32
Lisad.....	38
Lisa A. Palgainfo Agentuuri poolt 2019. aasta sügisel läbiviidud uuringust välja valitud küsimused	38
Lisa B. Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Tööandja väärtustab keskkonnahoidu” kohta soo, vanuse, haridustasemete ja sektorite lõikes	39
Lisa C. Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Tööandja panustab heategevusse” kohta soo, vanuse ja haridustasemete lõikes	39
Lisa D. Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Tööandja panustab heategevusse” kohta sektorite lõikes	40
Lisa E. Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Organisatsiooni tegevusel on laiem ühiskondlik tähendus” kohta soo, vanuse, haridustasemete ja sektorite lõikes	40
Lisa F. Dispersioonanalüüsi tulemused välimise sotsiaalse tegevuse väidete kohta soo, vanuse ja haridustasemete lõikes	41
Lisa G. Dispersioonanalüüsi tulemused välimise sotsiaalse tegevuse väidete kohta sektorite lõikes	42
Lisa H. Dispersioonanalüüsi tulemused sisemise sotsiaalse tegevuse väidete kohta soo, vanuse ja haridustasemete lõikes	42
Lisa I. Dispersioonanalüüsi tulemused sisemise sotsiaalse tegevuse väidete kohta sektorite lõikes	43
Summary.....	44

Sissejuhatus

Eetilise organisatsiooni roll on ühiskonna erinevate huvigruppide jaoks järjest olulisemaks muutunud. Sellele viitab ka teadlaste suurenenud huvi viimastel kümnenditel. Eetilisi otsuseid on keeruline vastu võtta ning selle üle arutlevad ka filosoofid juba sajandeid. Eetilisus ja eetiline käitumine on meedias tähelepanu saanud ja aktuaalseks teemaks muutunud erinevate ebaeetiliste otsuste tõttu üle maailma tuntud organisatsioonides, mis on kahju toonud nii ettevõtetele kui investoritele. (Trevino & Brown, 2004) Seetõttu üritavad suured globaalsed organisatsioonid olla eeskujuks eetilise käitumise ja moraalselt õiglaste ja õigete otsuste vastuvõtmisega. Oluline on seda teemat käsitleda, sest ühiskonnas toimuvate kiirete muutuste tõttu peavad organisatsioonid ajaga kaasas käima ning töötajate ja tarbijate eetiliste tõekspidamistega arvestama. Selleks aga tuleb juhtidel vastu võtta otsuseid, mis loovad positiivseid muutusi kogu ühiskonna jaoks.

Eetilisust võib kirjeldada kui õiget ja õiglast käitumist, kuid selle juurde käivad lisaks märksõnad moraalsus ja sotsiaalselt vastutustundlik käitumine. Juhtide kohustuseks on organisatsioonis luua ühiskonna poolt aktsepteeritud moraalsete väärtuste süsteem, millest juhendaksid nii töötajad kui ka ettevõtte juhid (Aronson, 2001). Eetiline juht peaks käituma sotsiaalselt vastutustundlikult, õigesti, õiglaselt ja ausalt (Zhu, 2008). See tähendab, et tema tegevus peaks olema läbipaistev ja teisi mitte kahjustav. Eetiline tööandja hoolib keskkonnast, kus organisatsioon tegutseb, ja enda ümber olevatest inimestest ehk kogukonnast, luues nende jaoks olulist väärtust ja parandades elanike elukvaliteeti. Eetiliste kohustuste roll on muutunud organisatsiooni juhtimise juures üha olulisemaks ja ka töötajatel on omad ootused juhtide eetilisele käitumisele.

Nii Eesti kui ka üle maailma tuntud ettevõtted paistavad viimastel aastatel silma just keskkonnaalaste küsimuste lahendamisel. Näiteks investeerivad pangad rohelistesse fondidesse, ettevõtted toodavad ja müüvad keskkonnasõbralikult valmistatud tooteid ja toorainet ning üritavad oma tegevuses võimalikult palju taaskasutada materjali ja vähendada jäätmeid. Antud bakalaureusetöös keskendutakse lisaks keskkonnahoiule ka sotsiaalsele tegevusele ning heategevusele.

Bakalaureusetöö eesmärgiks on välja selgitada, millised seosed on sotsiaaldemograafiliste tunnuste ja töötajate eetiliste ootuste vahel. Töö käigus peaks selguma, kuivõrd eetilisi otsuseid ootavad Eesti töötajad nii organisatsioonilt kui tööandjalt, arvestades kolme peamist aspekti, milleks on keskkonnahoid, sotsiaalne tegevus ja heategevus.

Eesmärgi saavutamiseks püstitati uurimisülesanded:

- Defineerida eetilise organisatsiooni, eetilise tööandja ning ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõisted.
- Kirjeldada varasemate uuringute põhjal töötajate ootusi organisatsiooni eetilisele käitumisele seoses keskkonnahoiu, sotsiaalse tegevuse ja heategevusega.
- Analüüsida Töötajate tööturu- ja palgauuringu andmeid 2019. aastal.
- Teha uuringutulemuste põhjal järeltusi Eesti töötajate ootuste kohta organisatsiooni eetilisele.

Bakalaureusetöö on koostatud kaheosalisena: teoreetiline ja empiiriline osa. Esimene alapeatükk keskendub eetilise seotud mõistete nagu organisatsiooni eetilisus ja sotsiaalne vastutus defineerimisele. Järgmises kolmes alapeatükis kirjeldatakse organisatsiooni eetilist kolmest erinevast aspektist lähtudes: keskkonnahoid, sotsiaalne tegevus ning heategevusega tegelemine. Alateemade all tuuakse näidetena ettevõtteid, kes pööravad rõhku ühiskonnas oluliste probleemide lahendamisele ja on eeskujuks jätkusuutliku ja sotsiaalselt vastutustundliku käitumisega. Teine peatükk koosneb empiirilise uuringu metoodika ja valimi kirjeldusest ning uuringutulemuste analüüsist. Analüüsi põhjal selgub, milliseid käitumisviise töötajad organisatsioonilt ootavad ning milliseid väärtusi peetakse olulisemaks võttesse arvesse sugu, vanust, haridustaset ning töö erialast valdkonda ehk sektorit.

Töö autor soovib tänada juhendaja Krista Jaaksonit asjaliku ja sisuka tagasiside eest ning tänusõnad ka Kadri Seederile Palgainfo Agentuurist tööturu- ja palgauuringu andmete kasutamise võimaldamise eest.

Märksõnad: organisatsiooni eetilisus, tööandja eetilisus, ettevõtte sotsiaalne vastutus, keskkonnahoid, sotsiaalne tegevus, heategevus.

1. Organisatsiooni eetilise teoreetilised alused

1.1. Organisatsiooni eetilise mõiste ja selle seos sotsiaalse vastutusega

Organisatsiooni eetilisus tähendab moraalseid valikuid, mida mõjutavad organisatsiooni väärtused, põhimõtted ja kehtestatud reeglid. See keskendub nii üksikisiku kui grupi valikutele. (Letendre, 2015) Eetilisus üldisemalt hõlmab seda, kuidas ja mille põhjal inimene ise otsuseid langetab, ning mida teistelt ootab, nii oma perelt ja sõpradelt kui ka töökaaslastelt ja võõrastelt.

Organisatsiooni eetilist on defineeritud erinevalt, selle iseloomustamiseks on autor koostanud Tabeli 1. Ronald W. Clement (2006) on välja toonud eetilise kui moraalse ettevõttesise käitumise, mille kohaselt järgitakse seadusi. Tema analüüside põhjal on ebaetilised organisatsioonid vaid sellised, kes on oma tegevuses rikkunud seadust. Moraalsusele

rõhku pöörates toob J. M. Lozano (2005) välja, et moraalse kultuuri arendamiseks peab organisatsioon koostama selged eetilised strateegiad ja neid toetavad struktuurid, võttes arvesse ettevõtte võimalusi, riske, ressursse ja kompetentsi, töötajate isiklike väärtusi ja eelistusi ning majanduslikke ja sotsiaalseid kohustusi. Robert W. Sexty (2011) sõnul tegeleb eetilisus organisatsioonikultuuriga seotud sisemiste väärtustega ning kujundab otsuseid, mis puudutavad sotsiaalset vastutust väliskeskkonna ees. Kui eetilisus selgitab, kuidas moraalne inimene käituma peaks, siis inimese isiklikud väärtushinnangud määravad ära, kuidas indiviid tegelikult konkreetses situatsioonis käitub (Adda, Azigwe & Awuni, 2016). Richard L. Daft (2001) on arvamisel, et eetilisus hõlmab aususe ja õigluse printsiipidest kinni pidamist, kui suheldakse kolleegide, alluvate või klientidega. Neljakordselt maailma kõige eetiliseima organisatsiooni tiitli saanud Voya Financiali tegevjuht Rodney Martini sõnul on eetilisus juhi pühendumus tegeleda ettevõtlusega õigesti. Rõhk on usaldusel ja läbipaistvusel ning premeeritakse töötajaid mitte ainult selle eest, mida nad on saavutanud, vaid kuidas on eesmärkideni jõutud. Organisatsiooni eetilise mõiste kõrvale võib tuua tööandja eetilise, mis keskendub konkreetse juhi tegevustele ja otsustele. Organisatsiooni eetilisus on aga üldisem mõiste, mis hõlmab kogu organisatsiooni mainet ja tegutsemisviisi ning millele antud bakalaureusetöös keskendutakse. Tööandja eetilise juurde käivad ka märksõnad: mitmekesisus, kaasatus ja võrdsus, keskkonnasäästlikkus ning vabatahtlik- ja heategevus. (Reiss, 2017) Paljudes definitsioonides kõlavad sarnased sõnad, milleks on väärtused, moraalsus, ausus ja õiglus. Neid kõiki võib kasutada defineerimaks organisatsiooni eetilise mõistet.

Tabel 1

Organisatsiooni eetilise definitsioonid erinevate autorite vaatenurgast

Autor	Erinevused eetilise definitsioonides
Ronald W. Clement (2006)	Eetilisus kui moraalne ettevõttesisene käitumine, oluline on järgida seadusi. Vastasel juhul pole tegemist eetilise organisatsiooniga.
Jose Manuel Lozano (2005)	Eetilised strateegiad ja struktuurid on olulised organisatsiooni moraalse kultuuri arendamiseks, arvesse tuleb võtta nii ettevõtte kui töötajate isiklike väärtusi.
Robert W. Sexty (2011)	Organisatsiooni eetilisus tegeleb sisemiste väärtustega, mis puudutavad väliskeskkonda mõjutavaid otsuseid.
Richard L. Daft (2001)	Eetilisus tähendab, et inimestega (nii kolleegide kui klientidega) suheldes ollakse aus ja õiglane.
Rodney Martin (2017)	Eetilisus on juhi pühendumus tegeleda ettevõtlusega õigesti. Oluline on usaldus, läbipaistvus, töötajate tunnustamine eesmärkideni jõudmise puhul.

Allikas: Autori koostatud tabelis esitatud allikate põhjal

Läbi aegade on uuritud tööandja eetilistust ja töötaja ootuseid sellega seoses, sest inimene veedab suure osa ajast tööl olles. Uuringutest on välja tulnud, et eetilistust võivad mõjutada erinevad tegurid nagu sugu, vanus, haridustase, rahvus, sektor, kus töötatakse. Enim on tähele pandud just soo mõju eetilisele ning levib tugev arvamus, et naised on tööalaste küsimuste ja läbirääkimiste lahendamisel eetilised kui mehed. (Loo, 2003) Professor Laura Kray sõnul vajavad mehed ja naised erinevat moodi toetust, et oma põhimõtetele kindlaks jääda. Mehed võtavad eetikanorme üsna egotsentriliselt ja näevad otsuste tegemist kui “lihtsalt äri”. Meeste madalamad eetika standardid on osaliselt ajendatud soovist tõestada oma mehelikkust, seega on oluline tunnustada mehi eetiliste valikute puhul, et nad ei tunneks end nõrga või vähem mehelikuna. Naised aga suruvad oma ego alla ning näevad suuremat pilti, kuidas üks või teine otsus ümbritsevat mõjutab. Naised töötavad pigem ühise eesmärgi nimel kollektiivina ja mõistavad, et koos saab olulisi probleeme lahendada. Lisaks on uuringutest selgunud, et vanemad inimesed peavad eetilistust tähtsamaks ja on ka ise oma otsustes eetilised (Learned, 2014). Justiitsministeerium viis läbi 1000 Eesti ja Taani ettevõtja seas korrupsiooni uuringu, mille raporti kohaselt peavad ärikorrupsiooni vastuvõetavamaks just nooremad meessoost väikeettevõtete juhid. Samuti võib organisatsiooni eetilisus olla ka sektoriti erinev. Näiteks primaarsektoris, kuhu kuulub põllu- ja metsamajandus, kalandus, jahindus, maavarade kaevandamine, esineb korrupsiooni rohkem kui teistes sektorites. Korrupsiooni põhjustena nähakse nii Euroopa Liidu toetusi kui varimajanduse negatiivseid külgi. Juhid ise vabandavad end välja väitega, et teised teevad samuti nii. Üle 90% uuringus osalenutest on arvamusel, et juhi isiklik eeskuju on kõige tõhusam meede ennetamiseks korrupsiooni, lisaks kontrollimine ja karistamine ning eetikaalane koolitus või täiendõpe (Johannsen et al., 2016).

Mandatum Life'i palgakonsultandi Roosa Kohvakka sõnul on viimastel aastatel eriti oluliseks muutunud noorte ootuste arvestamine tööandja eetilisele, sest juba aastaks 2020 oli Y-põlvkond moodustanud poole kogu maailma tööjõust. Noorte tööotsijate jaoks on oluline ettevõttekultuur ja väärtushinnangud, mis tähendab organisatsiooni läbipaistvust ja õiglast tegevust. (Noored ootavad..., 2019) Seega peab ettevõtte maine, tegevusvaldkond ja juhtkonna väärtushinnangud sobima töötaja omadega.

Veel 1990ndatel oli ettevõtte eesmärgiks toota ja müüa kaupu, et kasumit teenida. Aja möödudes on organisatsioonidele kohustuslikuks muutunud reeglite ja regulatsioonide täitmine, mille piires kaubandusega tegeleda võib. Tänapäeval on oluline osa juhtide kohustustest ka eetilisel ja vastutusel. Eetilised kohustused on nii tarbijate kui töötajate ootused tööandjale või ettevõttele, kes turul tegutseb. Need on kui kirjutamata reeglid, mille täitmist üksteiselt oodatakse. (Carroll, 1991) Ärieetika on oluline tegur mõistmaks organisatsiooni kõige tähtsamat vara – mainet, mida kujundab organisatsiooni juhtide ja töötajate eetilise tegevus (Walker &

Dyck, 2014). Rahvusvaheline hulгимüügiga tegelev ettevõtte Costco on tuntud töötajasõbralike tavade ja traditsioonide poolest. Ettevõtte juht James D. Sinegali sõnul on üks organisatsiooni eetilise aspektidest töötajatele hea ja õiglase palga maksmine ning see suurendab töötajate seas eetilist mainet. Organisatsioonidele võib eetilisele rõhku pööramine palju kasu tuua oma brändi tutvustamisel ja turundamisel (Sierra et al., 2015). Eestis võib tuua näitena AS SEB Panga, kes püüab olla eetiline ja propageerida jätkusuutlikku tarbimist ja ettevõtlust. Pank peab oluliseks investeerida rohelistesse pensionifondidesse ja toetada ettevõtlust ning innovatsiooni läbi erinevate programmide ja rahatarkuse kursuste. Nende jaoks on tähtis anda kogukonnale midagi tagasi kasutades klientide raha otstarbekalt ja jätkusuutlikult. (Võrklaev, 2019)

Iga organisatsioon on oma juhtide nägu, just nemad on eeskujuks oma tegevuse ja väärtushinnangutega. Kui organisatsiooni eetilisus on üldisem mõiste, siis tööandja eetilisus keskendub organisatsiooni juhi käitumisele ja tema viisile otsuseid vastu võtta. Kui juhid toimivad õiglaselt, siis seda järgivad ka töötajad. Kui juhi selge visioon, innovaatiline mõtlemine ja usaldus töötajate vastu pole seotud kompetentsuse, läbipaistvuse ja inimlikkusega, siis ei pruugi töötajad tunnistada oma liidrit kui eetilist tööandjat. Juhtide kohustuseks on luua töötajatele tingimused, millele tuginedes on võimalik tegutseda eetiliste normide kohaselt. Õigesti ja õiglaselt käituma motiveerib töötajaid juht ja tema isiklik eeskuju. (Kooskora, 2012) Et ise õigesti ja eetiliselt käituda, ootavad töötajad liidritl samasugust tegutsemist. Jurkiewicz (2009) ja Vershoor (2007) on täheldanud tööandja eetilisusel olulist mõju töötajatele. See tähendab, et juhtidel on võimu muuta ja suunata, kas organisatsiooniliikmed on oma tegevuses eetilised või mitte. Selle kohta käib ütlus: „kala mädaneb peast“ ehk probleemid algavad ettevõtte juhtidest. (Jurkiewicz & Giacalone, 2016: 411) Ettevõtete juhid on teadlikuks saanud asjaolust, et ebaeetiline käitumine mõjutab negatiivselt organisatsiooni tulemusi ja mainet, seega tehakse kõik selle nimel, et näidata end eetilise organisatsioonina (Shukla & Srivastava, 2016). Eetiline juhtimine eeldab juhi iseloomujoonte nagu ausus, õiglus ja väärikus olemasolu (Trevino & Brown, 2004: 75).

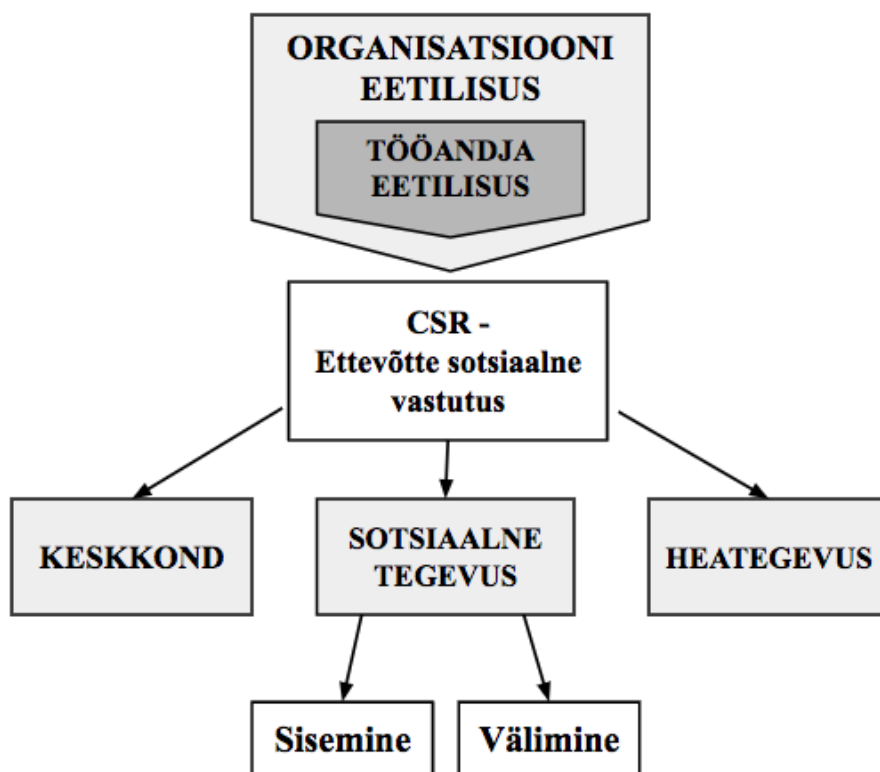
Tööandja eetilisus loob õhkkonna, kus valitseb vastastikune usaldus ja ausus, mis on olulised meeskonnatöö puhul. Töötajad mõistavad tööandja ootusi, motiveerivad üksteist ühise eesmärgi nimel pingutama ja seavad sellega aluse efektiivsele koostööle. Lisaks pakub tööandja alluvale emotsionaalset turvalisust, mis tähendab, et kõigi panust hinnatakse ja töötatakse harmoonilises keskkonnas. Eetilises organisatsioonis saab tööandja olla kindel, et tema vara on kaitstud, ükski töötaja ei varasta, ei valeta töötundide või haiguste kohta, ei võltsi dokumente. Võimalusel peaks tööandja lisaks töötajate heale kohtlemisele ja hindamisele neid ka premeerima, kui tehtud töö toob tulevikus kasu tervele ettevõttele. Ettevõtte, kus praktiseeritakse

ja arendatakse tööeetikat, on nii ühiskonna kui investorite ja partnerite silmis atraktiivne organisatsioon, kellega koostööd teha. (Jayabalan, 2013)

Tööandjatel peaks olema moraalne kohustus hoolitseda oma töötajate heaolu eest. Küsimus pole niivõrd heades töötingimustes ja õiglasel palgal, mida töötajad ootavad, kuivõrd töötajate heaolule tähelepanu pööramises, isegi kui see suurendab ettevõtte kulusid ja vähendab kasumlikkust. Nii, nagu töötajad peaksid olema lojaalsed tööandjatele, peaks see olema ka vastupidi. Tööandja poolt peaks tulema signaal, et töötajad võivad kartmata tõstatada erinevaid eetilisi probleeme, kui need peaksid tekkima. Juht, kes ei pea oma lubadusi, taganeb kokkulepetest või kasutab alluvaid justkui vahendina organisatsiooni kasumlikkuse tõstmiseks, ebaõnnestub eetiliste kohustuste täitmisel. (Josephson, 2016)

Eetilises ettevõttes on peamine rõhk õigete otsuste vastuvõtmisel, et need tooksid pikaajalise kasu tervele organisatsioonile. Willard Butcher (1997:5-6) on öelnud: „Eetiline organisatsiooni juhtimine ei eelda ainult tänaste viljade korjamist ja lühiajaliste investeeringute tasuvust, vaid peamine on selliste tingimuste loomine, mis lubaks meil saada/loota rikkalikku saaki tulevikus.“ Sellises organisatsioonis on töötajad lojaalsed ning tunnevad end osana organisatsioonist kui tervikust, töötatakse ühise eesmärgi nimel, mis toob pikas perspektiivis kasu tervele ettevõttele.

Tihti samastatakse majanduses eetikat ettevõtte sotsiaalse vastutusega (edaspidi CSR - *corporate social responsibility*), mis tähendab, et ettevõtte võtab vastutuse oma tegevuse ees ning lähtub oma otsustes jätkusuutlikkuse printsiibist (Sierra et al., 2015). CSR on kontseptsioon juhtimises, mis aitab ettevõttel käituda vastutustundlikult võttes arvesse ettevõtet, selle eesmärke ja väärtusi ning sidusrühmade huvisid (Meffert & Münstermann, 2005). Sotsiaalselt vastutustundlikult tegutsemine eeldab seda, et lisaks kasumi teenimisele, samal ajal mitte kedagi kahjustades, saavutatakse midagi positiivset: annetatakse raha heategevusse, aidatakse kogukonda investeerides haridusse või tervishoiusüsteemi, algatatakse keskkonda säästvaid programme (Brunk, 2012). Kolm mõistet - organisatsiooni eetilisus, tööandja eetilisus ja ettevõtte sotsiaalne vastutus – on tihedalt seotud, sest need kõik aitavad selgitada, milline peaks olema tänapäeva organisatsioon. Mõistete omavahelist seost on kujutatud järgneval joonisel 1. Sotsiaalne tegevus on edaspidiseks analüüsiks jagatud sisemiseks ja välimiseks sotsiaalseks tegevuseks, mõisteid seletatakse järgmises alapeatükis.



Joonis 1. Organisatsiooni eetilise seos tööandja eetilise ja sotsiaalse vastutusega

Allikas: autori koostatud

Organisatsiooni ja tööandja eetilist mõjutavaid ja selgitavaid tegureid on mitmeid, kuid antud uurimuses käsitletakse töötaja ootusi tööandja eetilisele läbi kolme põhilise komponendi: keskkonnahoid, sotsiaalne tegevus ja heategevusega tegelemine.

1.2. Organisatsiooni eetilisus keskkonnahoiu, heategevuse ja sotsiaalse tegevuse aspektist

Keskkonna- ja sotsiaalse vastutuse alaste tegevuste osatähtsus on järjest kasvav ning need omavad üha suuremat mõju organisatsiooni maine kujundamises, mille põhjal töötajad oma valiku teevad (Walker & Dyck, 2014). Ettevõtted üritavad aru saada kõige olulisemast märksõnast - jätkusuutlikkus - ja püüavad lahendusi leida küsimustele: milles seisneb organisatsiooni jätkusuutlikkus ja millises suunas peaks liikuma. Sellised küsimused ja dilemmad puudutavad keskkonnaeetikat, mis Brennani ja Lo (2016) definitsiooni kohaselt kujutab endast filosoofilist teadust, mille eesmärgiks on uurida keskkonna- ja inimesevahelisi moraalseid seoseid. Sharma (2014:1-2) definitsioon jätkusuutlikkuse kohta ei puuduta ainult keskkonda, vaid ka sotsiaalseid ja majanduslikke aspekte, tema sõnul on jätkusuutlikkus meie ökosüsteemide vastupidavus ja pikaajalisus (mille alla kuulub taimestik, veekogud, atmosfäär, kliima) ning ühiskond (mis hõlmab kultuuri, keeli ja elukvaliteeti) ja majandus. (Schuler et al., 2017)

Milton Group AS-i läbiviidud ettevõtete ühiskondliku aktiivsuse ja sotsiaalse kaasamise arvamusuuringu kohaselt on Eesti, Soome ja Rootsi elanikud arvamusel, et ettevõtted peaksid keskkonnavalaste küsimuste tõstatamisel ja lahendamisel oma panuse andma. See oluline tegur mõjutab isegi tööandja valikut. (Arras, 2017) Sama ettevõtte poolt läbiviidud jätku-uuringust selgus, et 2020. aastal ootas lausa 58% töötajatest tööandjalt konkreetseid tegusid vastutustundliku tegevuse väljendamiseks ning 70% on arvamusel, et ettevõtte peaks avalikult sõna võtma keskkonda ja ühiskonda puudutatavatel teemadel (Arras, 2020). Hea ja tulemuslik juhtimine eeldab organisatsiooni juhtidelt jätkusuutlikku käitumist. Töötajate jaoks on oluline inimeste väärtustamine kui ka ettevõtte sees ja selle ümber toimuvaga arvestamine. Iga organisatsioon on vaid väike osa kogu ühiskonnast ja keskkonnast ning ümbritsevat mitte arvesse võttes võib sattuda olukorda, kus polegi võimalik tegutsemist jätkata. See tähendab, et iga organisatsiooni olemasolu ei ole ühiskonna jaoks nii tähtis kui ümbritsev keskkond ettevõtte jaoks. Seega peaks organisatsiooni tegevus olema eelkõige jätkusuutlik ja keskkonda hoidev. (Kooskora, 2012) Need omadused on olulised nii ettevõtte töötajate kui ka tarbijate ja teiste turuosaliste jaoks. Töötaja ootab oma juhilt eeskujuks olemist, alustades väiksemate käitumisharjumuste muutmisega. Esimeseks muutuseks võiks proovida „olla rohelisem“ ehk taaskasutada materjali, sorteerida prügi, luua loodust säästvaid tehnoloogilisi arendusi toetades sellega jätkusuutlikumat eluviisi, et luua puhtam keskkond järgnevale põlvkondadele (Stein, 2012)

Üheks näiteks jätkusuutlikust tegevusest võib tuua Soome vedelkütuste jae- ja hulgimüügiga tegeleva ettevõtte Neste, kelle eesmärgiks on pakkuda keskkonnasäästlikke ja turvaliselt kasutatavaid tooteid ja teenuseid ning tegutseda vastutustundlikult nii ühiskonnas kui loodusressursside kasutamisel. Ettevõtte on Eestis tegutsenud alates 1989. aastast ja moodustab turuosast 22%. Kümne aastaga on nafta rafineerimisettevõttest saanud ülemaailmne liider taastuvkütuste tootmisel ja müümisel. 2019. aastaks on Nestest saanud maailma üks jätkusuutlikum organisatsioon, nende sihiks on luua puhtam planeet tulevastele põlvkondadele. Organisatsioon tagab, et olenemata asukohast avaldab nende tegevus minimaalselt kahju ümbritsevale keskkonnale. Neste olulisemaks ülesandeks on kasutada loodusressursse vastutustundlikult ja töötada aktiivselt selle nimel, et luua säästvaim tarneahel. See tähendab, et Neste loodud tooted saastavad vähem õhku ning seeläbi välditakse tagajärgi, mis võivad viia globaalse kliima soojenemiseni. (Neste..., 2019) Lisaks on Neste 2021. aastal turule toonud madalama emissiooniga diiselkütuse, mis vähendab tekkivaid kasvuhooonegaase ning viib diiselauto süsinikujalajälje elektriauto säästlikkuse tasemele (Neste..., 2021).

Coca-Cola on meedia kaudu teavitanud nende uuest globaalsest visioonist „Jäätmeteta maailm“ (inglise keeles „*World without waste*“), mille kohaselt tahab ettevõtte aastaks 2030

koguda ja taaskasutada 100% plastikpudelitest. Ettevõtte tegevjuht James Quincey tõdeb, et plastikpudelite ja jäätmete teema on maailmas väga aktuaalne probleem ja nagu teistel organisatsioonidelgi, on ka Coca-Colal kohustus ja vastutus sellele lahendus leida, sest kliendid 200 erinevast riigist üle maailma hoolivad keskkonnast ja soovivad, et suured organisatsioonid selle nimel pingutaksid. Eesmärgi saavutamiseks on tehtud mitmeaastane investering, et muuta pudelid keskkonnasõbralikumaks. Aastaks 2030 peaks olema plastikpudeli koostises umbes 50% taaskasutatavat materjali, mis looks uue globaalse standardi ka teistele karastusjookide tootjatele. (Beverage giant..., 2019) Inimeste jaoks on tähtis, et suured organisatsioonid üritavad leida lahendusi globaalsetele probleemidele, mis mõjutavad kogu ühiskonda.

Varasemate uuringute puhul on välja tulnud, et naised hindavad keskkonna väärtustamist kõrgemalt kui mehed. Ka Eestis tehtud uuringute põhjal on naised nii teadlikumad kui tundlikumad teemade suhtes, mis puudutavad keskkonda, inimõigusi ja vastutustundlikkust (Arras, 2020). Bamptoni ja Maclagani (2009:188) poolt Suurbritannias korraldatud uuringus küsiti inimestelt, kui vastuvõetamatu on järgnev olukord:

“Briti mahetoidu jaemüüja hangib oma toodangu kohalikest taludest. Omanikule pakutakse alternatiivset odavamamat ja seega tulusamat välismaist allikat, kust tooteid hankida. Toote peab lennukiga transportima Suurbritanniasse, mille käigus tekkiv saaste keskkonnale kütuse kasutamise tõttu on üsna suur. Jaemüüja otsustab odavama välismaise alternatiivi kasuks.”

Meeste ja naiste hinnangutes on oluline erinevus, 34% naistest peab situatsiooni vastuvõetamatuks, kuid meestest on samal arvamusel vaid 7% vastanutest. Sama tulemus, et naised on keskkonnahoiuga seoses eetilised kui mehed, tuli neljal juhul viiest olukorrast. (Bampton & Maclagan, 2009:188) Lisaks on uuritud erinevusi vanuse ja haridustasemete lõikes. Enam kui 80% vanematest kui 55-aastastest teeksid keskkonda hoidvaid otsuseid ja ootaksid seda ka teistelt inimestelt (Frumkin, Fried & Moody, 2012). Kõrgema haridustasemega inimeste puhul peaks olema tõenäolisem keskkonda säästev ja jätkusuutlik käitumine (Van Liere & Dunlap, 1980; Vaske et al., 2001). Nende eelduste kohaselt peaksid naised, vanemad inimesed ja kõrgema haridustasemega inimesed ootama keskkonda panustamist ka oma tööandjalt.

Ettevõtte sotsiaalse tegevuse puhul on ootused nii tööandjale kui tervele ettevõttele aastatega muutunud. Enam pole organisatsioonid töökohtade loojad ja kaubapakkujad, vaid n-ö „korporatiivkodanikud“, kes vastutavad üha rohkem ühiskondlike muutuste ja arengu eest. Mitmed rahvusvahelised suurfirmad nagu Apple, Microsoft ja Ikea on hakanud ühiskonnas aktuaalsetel teemadel oma arvamust avaldama ja selle nimel tegutsema, sest organisatsioonide ülesandeks on tänapäeval organiseerida ja ellu viia suuri muutusi, mis puudutavad positiivselt kogu ühiskonda. Lisaks kasumi teenimisele on ühiskondlikult aktiivsel ettevõttel ka laiem eesmärk: pöörata tähelepanu ühistele väärtustele, mille saavutamiseks osaletakse oluliste

probleemide lahendamises ja võideldakse sotsiaalse ebaõiglusega. 62% eelmainitud Milton Group AS-i läbiviidud uuringus osalenud eestlastest on seisukohal, et ettevõtte peaksid osalema ühiskondlike probleemide lahendamisel isegi siis, kui need tekitavad konflikte ja lahkarvamusi. Eestlaste jaoks on tähtsaimateks teemadeks inim- ja tööõigused, taaskasutus, jäätmete vähendamine, ületarbimine, loodushoid ja sooline palgaerinevus. (Arras, 2017)

Ettevõtte sotsiaalne tegevus hõlmab endas eelkõige kogukonnast ja oma töötajatest hoolimist. Kindlas piirkonnas tegutsev organisatsioon peab lugu ümbrusest ja seal elavatest inimestest ning panustab kogukonna arengusse. (Vastutustundliku..., 2019) Kui veel kümnend tagasi oli ettevõtte peamine eesmärk keskenduda aktsionäridele ja alles siis töötajatele ja kogukonnale, siis tänaseks on asjad muutunud. Organisatsioonide jaoks on vajalik muutuva ühiskonna ja keskkonnaga kaasas käia ning kohaneda. Üha enam ollakse aktiivselt kaasatud kogukonna tegemistesse ja arengusse. (Koovit, 2019) CSR-i alla kuuluvad ka ettevõttesisesed aspektid nagu võrdsete võimaluste loomine kõikidele töötajatele, nende kaasamine erinevatesse projektidesse, head töötingimused, töötajate tervise ja turvalisuse eest hoolitsemine. Näiteks on Ameerika Ühendriikide ettevõtte Johnson & Johnson loonud töötajatele suitsetamisest loobumise programme. Sellega on kokku hoitud 250 miljonit dollarit tervishoiukulude pealt ning töötajad on tööülesannete täitmisel produktiivsemad (Porter & Kramer, 2011).

CSR-i näitena võib tuua selle, et motiveeritakse alluvaid tegelema vabatahtliku tööga, mis on töötaja jaoks tasustatud, see tähendab, et vabatahtlikku tööd tehakse tööajast. Vabatahtlik töö on midagi, mille teeb ära inimene kogukonnas, et see tooks kasu kõigile. Trend vabatahtlikku tööd väärtustada sai alguse küll Ameerika Ühendriikidest ja Kanadast, kuid üha rohkem on ka Euroopas selliseid ettevõtteid, kes vabatahtlikku tööd propageerivad. 2018. aastal tellitud Siseministeeriumi uuringu kohaselt on heaoluriigis vabatahtlikul tööl oluline roll inimese elus, sest see aitab suurendada tööga rahulolu ja enese väärtuslikuna tundmist. (Koovit, 2019) Rasmus Pedaniku sõnul on ettevõtete ja avaliku sektori vabatahtlik tegevus töötajate aja, oskuste ja energia panustamine kodanikuühiskonna arengusse. Selle abil peaks kasvama koostöö asutuste, ettevõtete ja kodanikuühiskonna vahel, mis omakorda peaks parandama kodanikuühenduste tegutsemisvõimet ja elujõulisust. (Pedanik, 2011: 57) Ka Eestis on Töötukassa poolt välja pakutud erinevaid vabatahtliku töö programme, milleks on näiteks töö koduta loomade heaks, usaldustelefoniliinil, loodustalgutel, pääste- või otsimistööl (Eesti Töötukassa..., 2019). Tänu ettevõtete sotsiaalsele tegevusele võib kogukonnas muuta suuri asju, mis inimeste jaoks olulist rolli omavad ning mida iseseisvalt teha ei suudeta. Elanike jaoks on oluline, et organisatsioonid löövad kaasa probleemide lahendamisel ning aitavad elukeskkonda parandada.

Bakalaureusetöös käsitletakse sotsiaalset tegevust lisaks veel välimise ja sisemise sotsiaalse tegevusena, kuna empiirilises osas analüüsitava küsimustiku andmetes on väiteid,

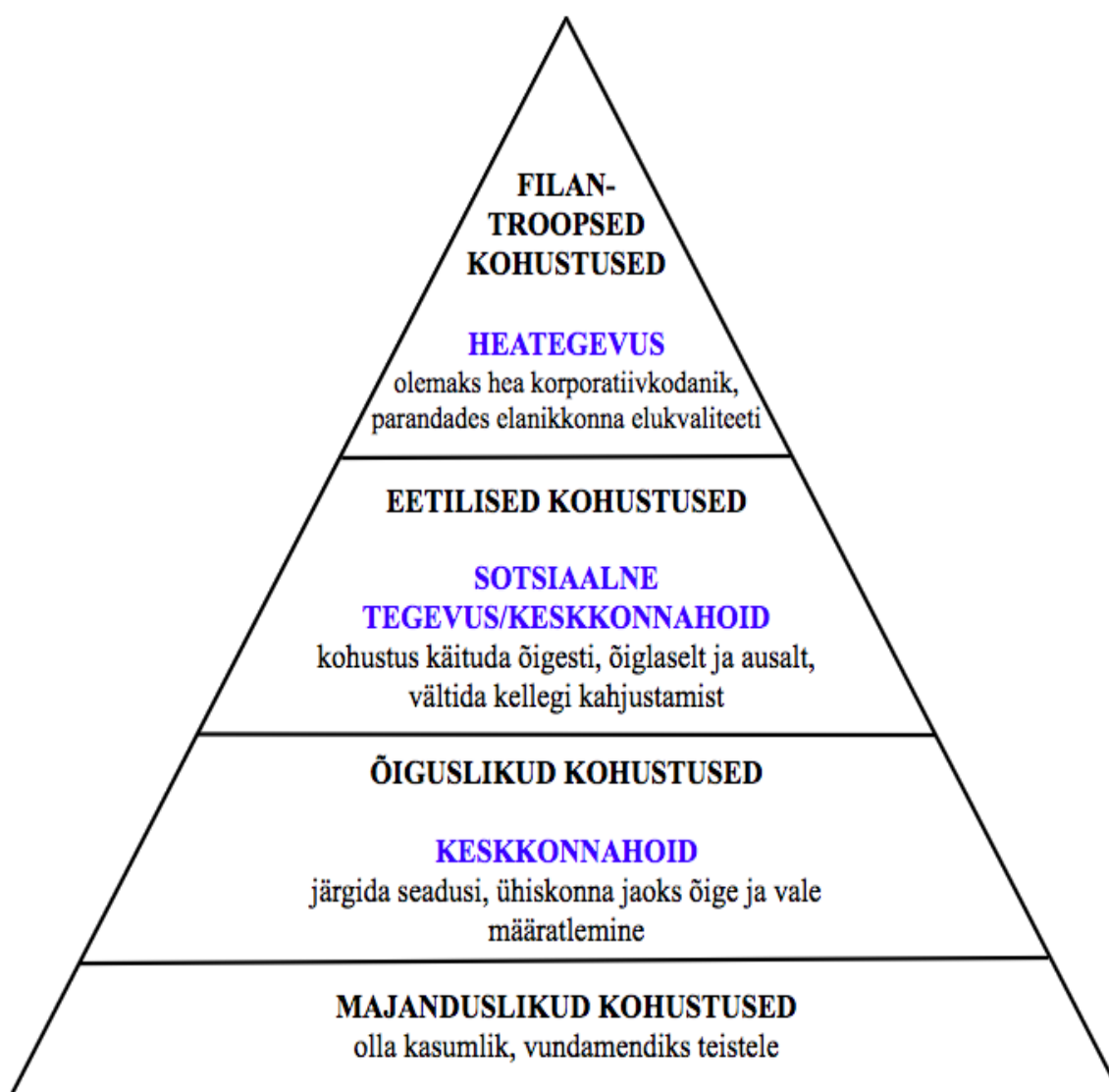
mida võib vastavalt jagada sisemiseks ja välimiseks sotsiaalseks tegevuseks. Välimise CSR-i alla kuulub antud töös seadustest kinni pidamine ning äritegevuses headest tavadest ja üldtunnustatud ärieetikast lähtumine. Varasemates uuringutes on välimist ettevõtte sotsiaalset vastutust seostatud keskkonna-alaste, heategevuslike ja sotsiaalsete küsimuste lahendamise, mis aitavad tugevdada ettevõtte mainet väliste sidusrühmade, tarbijate ja investorite jaoks (Hameed et al., 2016). Sisemine ettevõtte sotsiaalne vastutus hõlmab töös aga töötajate võrdset kohtlemist, asjaolu, et ebaeetilisus pole organisatsioonis sallitud ning juhtkonna sõnad ja teod on kooskõlas. Oluline aspekt sisemise CSR-i puhul on mitmekesisus, mille all mõistetakse nii soolise võrdõiguslikkuse edendamist kui ka vähemuste ja sotsiaalselt tõrjutud rühmade diskrimineerimise ennetamist, lisaks tähendab see seda, et kõikidel töötajatel on organisatsioonis võrdsed võimalused arenemiseks ning oma ideede elluviimiseks (Mory, Wirtz & Göttel, 2015).

Kuna tänapäeva maailmas on rohkem töökohti kui tööotsijaid, on üsna suur võimalus valida endale meelepärane töökoht. Inimesed tahavad töökohalt saada rohkemat kui lihtsalt head palka – töö peab olema nende jaoks tähendus. Selles osas aitab kaasa ettevõtte juht, kellelt töötajad teatud käitumist ja väärtushinnanguid ootavad. Suurbritannias tehtud uuringu põhjal lahkuksid 32% vastanutest oma töökohalt, kui ettevõtte, kus nad töötavad, annetab liiga vähe raha heategevusele. Töötajad ootavad, et kui organisatsioon tahab näidata end sotsiaalselt vastutustundlikuna, siis ettevõtte kajastab oma eetilist erinevate heategevuslike väljakutsete ja teadlikkuse tõstmise kampaaniate abil. Sellisel juhul näeb töötaja, et tegevused vastavad antud lubadustele, ettevõtte pole pealiskaudne ning aidatakse tõelisi abivajajaid. Lisaks ootavad töötajad, et neid ennast samuti heategevuslikesse projektidesse kaasatakse, et oma panus anda. (Abercrombie, 2017) Naiste muutunud sotsiaalsed rollid ühiskonnas on kujundanud nende pühendumist heategevusele olulisel määral, peamist rolli mängivad selles kõrgem sissetulek ja haridustase. Keskmiselt panustavad naised nii aega kui raha heategevusse rohkem. Kui mehi panevad annetama egoistlikud motiivid, siis naised loodavad saada tunnustust tehtud heateo eest. (Mesch et al., 2011)

Carroll (1991) on ettevõtte sotsiaalse vastutuse komponentidest koostanud püramiidi (Joonis 2), kus heategevuslikud ehk filantroopsed tegevused on püramiidi tipus, järgmisena eetilised ja õiguslikud kohustused ja viimasena majanduslikud kohustused. Püramiidi kohaselt peab sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte olema kasumlik, samal ajal järgima seadusi ja tegutsema õigesti ja õiglaselt, olema oma tegevuses ja otsustes eetiline ning lööma aktiivselt kaasa ühiskonna arengus, mille all mõistetakse ettevõtte ressursside panustamist kogukonda, et parandada elukvaliteeti. Filantroopsed kohustused hõlmavad ettevõtte neid tegevusi, mida ühiskond healt korporatiivkodanikult ootab: toetused ja annetused tervishoiusüsteemi, haridusse,

kogukonda. Eetilised kohustused on nii ühiskonna kui ka teiste sidusrühmade, näiteks töötajate ootused ettevõttele (Ferrell & Fraedrich, 1997).

Antud bakalaureusetöös välja toodud kolm peamist komponenti: keskkonnahoiu, sotsiaalse tegevuse ja heategevusega tegelemise saab autori arvates lisada Carrolli püramiidi järgmiselt: heategevusega tegelemine tippu filantroopsete kohustuste alla, sotsiaalne tegevus eetiliste kohustuste hulka ning keskkonnahoid võiks paigutada nii eetiliste kui õiguslike kohustuste hulka. Eetiliste kohustuste alla sellepärast, et organisatsioonidel on kohustus käituda õigesti ja vältida kellegi kahjustamist, mille võib saavutada läbi keskkonna hoidmise. Lisaks on seaduse kohaselt ettevõtetele määratud näiteks saastekvoodid, mille järgi võib eeldada, et ettevõttel on õiguslikud kohustused ka keskkonda puudutavates küsimustes ja tuleb järgida etteantud seadusi selles valdkonnas.



Joonis 2. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse püramiid

Allikas: autori koostatud Carrolli (1991) joonise põhjal

Kõik eeltoodud kohustused on ettevõtte efektiivse ja eetilise tegevuse jaoks olulised. Ettevõtete eesmärgiks on endiselt teenida kasumit ja püsida konkurentsivõimelise seaduste piires, kuid järjest olulisemaks on muutunud muud kohustused nagu keskkonnanõuet, sotsiaalse tegevuse ja heategevusega tegelemisega seotud aspektid.

2. Uuring töötajate ootustest organisatsiooni eetilisele Eestis

2.1. Metoodika ja valimi kirjeldus

Bakalaureusetöö empiirilise osa analüüsiks kasutatakse 2019. aasta sügisel läbiviidud Töötajate tööturu ja palgauuringu tulemusi. Kaks korda aastas toimuv palgauuring on Eestis osalejate arvult suurim, keskmiselt osaleb selles igal korral 10 000 palgatöötajat või töötajat, 2019. aastal 9500 töötajat. (Palgainfo..., 2020). Empiirilised andmed on kogutud kvantitatiivsel meetodil Palgainfo Agentuuri poolt. Kvantitatiivne uurimismeetod sobib antud juhul, sest tegemist on struktureeritud küsimustikega, mis võimaldavad kvantitatiivset mõõtmist ning töö eesmärgiks on koguda objektiivseid andmeid kindlate objektide kohta. Antud meetodi puhul on oluline roll ka hüpoteeside testimisel. Kvantitatiivse meetodi puhul saab küsida: mitu protsenti, kui palju, kui suur osa ning miks antud nähtus või seaduspära esineb. (Uus, 2007) Need küsimused on olulised tegemaks järeldusi populatsiooni kohta seda esindava valimi põhjal (Rämmer, 2014).

Uuringu puhul kasutati juhuvalimit, mis tähendab, et igal uuringus osalenud inimesel on võrdne võimalus valimisse sattuda. Töötajate tööturu ja palgauuringu küsimustik koosnes 2019. aastal 141 küsimusest, mis puudutasid vastaja töösuhet, sektorit, sissetulekut, ootusi organisatsioonile seoses palga, soodustuste, hüvivate ja töökeskkonnaga ning olulisi tegureid tööandja valikul. Analüüsiks valitakse välja väited, mis puudutavad töötajate ootusi tööandjale ehk millised on töötaja jaoks olulised väärtused. Selle alla kuuluvad olulised tegurid lähtudes keskkonna, sotsiaalse tegevuse ja heategevusega tegelemise aspektist. Sotsiaalne tegevus jagatakse töö analüüsimisel kaheks: sisemine sotsiaalsus, kuhu alla kuuluvad väited võrdse kohtlemise, juhtkonna sõnade ja tegude kooskõla ning ebaetilisuse mitte sallimise kohta, ning välimine, mis hõlmab seadustest ja üldtunnustatud ärieetikast kinnipidamist.

Kuna varasemates uuringutes on analüüsitud eetilist üldisemalt nii soo kui vanusegruppide ning mõnel juhul ka haridustasemetel lõikes, siis käesolevas töös tehtud analüüsi järeldusi on keeruline võrrelda eelnevate uuringutega, sest antud analüüs võrdleb eetilise kolme aspekti lähemalt ning võtab arvesse ka erialast valdkonda, kus töötatakse. Mingil määral saab siiski tulemusi võrrelda, sest mõningate teemade puhul on leitud sarnaseid järeldusi. Teistest rohkem on uuritud keskkonnaga seonduvaid eetilisi käitumisviise ja väärtusi, vähem on

uuringuid heategevusse panustamise väärtustamisest ning sotsiaalselt vastutustundlikust ettevõtte juhtimisest.

Tabelis 2 on toodud küsimustikus olnud väited, mis koos vastusevariantide ning sotsiaaldemograafiliste tunnustega on toodud lisas A kodeerimata kujul. Kõikide väidete puhul kasutati küsimustikus Likerti tüüpi skaalat 1-5, kus 1 vastas hinnangule “Väga ebaoluline”, 2 - “Pigem ebaoluline”, 3 - “Nii ja naa”, 4 - “Pigem oluline” ja 5 - “Väga oluline”. Vastajaid saab analüüsida võttes arvesse sugu, vanust, haridust, töötamise staatust ja sektorit, ka elukohta ja töötamise staaži. Kuna varasematest uuringutest on välja tulnud erinevusi just soo- ja vanusegruppide lõikes, siis ka antud bakalaureusetöö puhul analüüsitakse töötaja ootusi organisatsiooni väärtustele neid tegureid arvesse võttes, lisaks arvestatakse vastajate haridustaset ning töö erialast sektorit.

Tabel 2

Bakalaureusetöö teoreetilise osa aspektide seos küsimustiku väidetega

Teooriast tulenev kategooria	Väide küsimustikus
Keskkonnahoid	Tööandja väärtustab keskkonnahoidu.
Heategevus	Tööandja panustab heategevusse.
Sotsiaalne tegevus	Organisatsiooni tegevusel on laiem ühiskondlik tähendus.
Sisemine sotsiaalne tegevus	Ebaeetiline käitumine ei ole tööandja juures sallitud. Tööandja kohtleb kõiki töötajaid võrdselt. Juhtkonna sõnad ja teod on kooskõlas.
Välimine sotsiaalne tegevus	Oma ärieesmärkide saavutamisel lähtub tööandja headest tavadest ja üldtunnustatud ärietikast. Tööandja peab alati kinni seadustest.

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu põhjal

Töö analüüsimiseks valiti MS Exceli tabelitest välja vajalikud andmed analüüsiks ning sisestati need kodeerimiseks andmetöötlusprogrammi IBM SPSS Statistics. Esialgu analüüsiti vastanute sotsiaaldemograafilisi andmeid, mis on välja toodud tabelis 3. Andmete põhjal võib öelda, et enim oli vastanute seas naisi, vanusegruppide poolest pigem keskealisi inimesi ning haridust arvesse võttes keskhariduse või kõrgema haridustasemega inimesi, sektoritest oli aga kõige rohkem vastanuid tööstuse ja kaubanduse sektorist.

Kokku oli vastajaid 10 086. Sooliselt jagunesid vastajad järgmiselt: naisi oli 59,6% ning mehi 35,2%, ülejäänud 5,2% küsimustikus osalenutest jätsid küsimusele vastamata.

Tabel 3

Töötajate tööturu ja palgauuringu küsimustikule vastanud inimeste sotsiaaldemograafilised andmed

Tunnus	Kategooria	Vastanute arv	%
Sugu	Naine	6013	59,6
	Mees	3547	35,2
Vanus	Puuduvaid väärtusi	526	5,2
	Kuni 24-aastased	434	4,3
	25-34	2309	22,9
	35-44	2331	23,1
	45-54	2159	21,4
	55-64	1894	18,8
	Üle 65-aastased	438	4,3
	Puuduvaid väärtusi	521	5,2
Haridustase	Põhiharidus või vähem	433	4,3
	Kesk(eri)haridus	4135	41
	Kõrgharidus	2935	29,1
	Magistri- või doktorikraad	2062	20,4
	Puuduvaid väärtusi	521	5,2
Töösuhe	Töötasin	8403	83,3
	Ei töötanud	1377	13,7
	Ei töötanud, kuid oli kehtiv töösuhe (tööleping peatatud)	305	3
	Puuduvaid väärtusi	1	0
Tööstaaž	Alla aasta	1477	14,6
	1-2 aastat	1647	16,3
	3-4 aastat	1443	14,3
	5-9 aastat	1567	15,5
	Üle 10 aasta	2269	22,5
	Puuduvaid väärtusi	1683	16,7
Sektor	Finantssektor ja ärijuhtimine	1514	15
	Tervishoid	339	3,4
	Põllumajandus, kaevandus	210	2,1
	Haridus	638	6,3
	Ehitus, kinnisvara	608	6
	Tööstus, kaubandus	3327	33
	Avalik-õiguslik	729	7,2
	IT	537	5,3
	Muu (MTÜ-d)	269	2,7
	Puuduvaid väärtusi	1916	19

Allikas: autori koostatud Palgainfo agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Kuna vanuseliselt oli vastajaid kõige vähem vanusegruppides kuni 15-aastased ja 16-24-aastased ning 65-74-aastaste ja üle 75-aastaste seas, siis liideti nii nooremate kui vanemate gruppide puhul kaks vanusegruppi kokku. Seega moodustati kuus vanusegruppi, mis on välja toodud sotsiaaldemograafiliste tunnuste tabelis. Samuti kodeeriti kokku üheksa haridustaseme gruppi neljaks kategooriaks. Esimeses kategoorias ehk inimesi, kel on põhiharidus või vähem kui

põhiharidus, oli kõige vähem vastajaid. Kutseharidusega inimesed, kes on selle omandanud pärast põhikooli või koos keskkharidusega, üldkeskkharidust omandanud ning omandatud kutseharidus pärast keskkharidust kodeeriti kokku üheks kategooriaks “kesk(eri)haridus”. Rakendusliku kõrghariduse ning bakalaureusekraadi grupid ühendati ning samuti magistri- ja doktorikraadi omandanute grupid.

Küsimustikule vastamise perioodil oli püsivas töösuhtes üle 80% vastanutest, ligikaudu 10% ei töötanud ning 3% inimestest kehtis tööleping, kuid hetkel ei töötatud. Kõige rohkem oli vastajaid, kellel on tööstaaži üle 10 aasta. Teistes kategooriates oli küsimustikule vastanud inimesi üsna võrdselt. Erialased sektorid kodeeriti analüüsimiseks suuremateks gruppideks, et tulemusi oleks lihtsam kokku võtta. Kõige rohkem oli vastanuid tööstuse ja kaubanduse sektoris ning finants- ja ärijuhtimise valdkonnas, kõige vähem aga põllumajanduse ja kaevanduse sektoris.

2.2. Kirjeldav statistika ja dispersioonanalüüs uuringu andmete põhjal

Kirjeldava statistika tabelist (Tabel 4) on näha, et bakalaureusetöö teoreetilises pooles välja toodud kolme aspekti, keskkonnahoiu, heategevuse ja sotsiaalse tegevuse ehk antud küsimustikus väite “Organisatsiooni tegevusel on laiem ühiskondlik tähendus” keskväärtused on mõnevõrra madalad kui teiste tööandja eetilist puudutavate väärtuste puhul. Kõige madalamalt on hinnatud heategevusse panustamist. Tabeli puhul võib öelda, et ühe palli võrra kõrgemalt on hinnatud väiteid, mis ütlevad, et tööandja peaks alati oma tegevuses kinni seadustest, et juhtkonna sõnad ja teod oleks kooskõlas ning et kõiki töötajaid koheldaks võrdselt. Samuti on oluline, et ebaetiline käitumine poleks töö juures sallitud ning et tööandja lähtuks oma ärieesmärkide saavutamisel headest tavadest ja üldtunnustatud ärietikast.

Tabel 4

Väidete kirjeldav statistika

Väide/tegur	Kesk- väärtus	Standard- hälve	Mediaan	Valimi maht
Keskkond	3,96	0,938	4	9054
Heategevus	3,23	1,067	3	8940
Laiem ühiskondlik tähendus	3,42	1,054	3	8854
Head tavad, ärietikast kinnipidamine	4,26	0,804	4	8839
Seadustest kinnipidamine	4,55	0,710	5	9059
Ebaetiline käitumine pole sallitud	4,48	0,744	5	8928
Juhtkonna sõnade ja tegude kooskõla	4,66	0,637	5	9033
Võrdne kohtlemine	4,54	0,703	5	9050

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Dispersioonanalüüsi põhjal selgitatakse välja vastajate hinnangute erinevused tööandja eetilisele soo, vanuse, haridustaseme ning sektori lõikes. Olulise nivoo on testide puhul 0,05. Dispersioonanalüüs võimaldab hinnata statistiliselt olulisi erinevusi erinevate sotsiaaldemograafiliste gruppide lõikes. Statistiliselt oluliselt erinevate hinnangute puhul saab analüüsida keskvärtusi ning teha järeldusi, millistes gruppides on töötajate ootused organisatsiooni eetilist puudutavatele teguritele kõrgemad või madalamad.

Välja selgitamiseks hinnanguid töötajate ootustes tööandja eetilisele kasutati sõltumatute muutujate t-testi (*Independent-Samples T-test*), kui võrreldavaid gruppe oli kaks nagu soo puhul. Esmalt vaadati Levene'i testist olulisuse tõenäosust, mis peab olema väiksem kui 0,05, sellisel juhul on hinnangud statistiliselt oluliselt erinevad. Ühefaktorilise dispersioonanalüüsi ehk ANOVA-testi jaoks, mis eeldab ühte arvtunnust (antud analüüsi puhul hinnang keskkonna väärtustamisele) ning ühte kategoriaalset tunnust (antud juhul vanusegrupid), püstitatakse hüpoteesid, mis väidavad järgnevat:

H_0 : uuritavate gruppide keskvärtuste hinnangud ei erine.

H_1 : leidub vähemalt 2 gruppi, mille keskvärtuste hinnangud on statistiliselt oluliselt erinevad.

Kui olulisuse tõenäosus on väiksem kui 0,05, siis võtame vastu alternatiivse hüpoteesi ehk leidub vähemalt kaks gruppi, mille keskvärtuste hinnangud on statistiliselt oluliselt erinevad. Enamasti analüüsiti andmeid mitteparameetrilise Kruskal Wallise H-testi abil, seda juhul, kui võrreldavad gruppe oli kolm või enam. Mitteparameetrilist testi tuli analüüsis kasutada sellepärast, et normaaljaotuse ja dispersioonide võrdsuse tingimused polnud täidetud. Järgnevatelt analüüsitakse vastanute hinnanguid töös eelnevalt mainitud kolme aspekti suhtes, milleks on keskkonnahoid, heategevus ning sotsiaalne tegevus, mis on jagatud sisemiseks ja välimiseks sotsiaalseks tegevuseks.

Küsimustikus väärtuste teema all olevat väidet "Tööandja väärtustab keskkonnahoidu" analüüsiti sarnaselt teistele väidetele soo, vanuse, haridustaseme ning sektori lõikes. Meeste ja naiste hinnangute keskvärtused, standardhälbed ja testide tulemused on toodud tabelis 5. Keskvärtused ja standardhälbed koos testide tulemustega leiab lisast B.

Tabel 5

Keskkonna väärtustamisele antud hinnangute võrdlemine soogruppide lõikes

Tunnus	Kategooria	Valimi maht	Keskväärtus	Standardhälve	Olulisuse tõenäosus
Sugu	Mees	3260	3,77	1,000	0,000*
	Naine	5726	4,07	0,882	
Vanus	Kuni 24	407	4,00	0,980	0,000*
	25-34	2201	3,88	0,970	
	35-44	2201	3,92	0,957	
	45-54	2047	4,02	0,909	
	55-64	1742	4,04	0,886	
	Üle 65	393	3,98	0,921	

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Nagu ka varasemate uuringute põhjal (Bampton & Maclagan, 2009:188), selgub kahe sõltumatu grupi T-testi põhjal, et naised hindavad keskkonda panustamist kõrgemalt kui mehed. Kui Suurbritannia uuringu põhjal on naiste ja meeste hinnangud üsna erinevad, siis eestlaste puhul leidub samuti hinnangutes erinevusi. Naised mõistavad paremini, kuidas ärilised otsused ümbritsevat keskkonda mõjutavad ning sellest lähtuvalt teevad valikuid, mehed teevad otsuseid pigem ärilist poolt silmas pidades (Learned, 2014). Antud töös ei saa väita, et naised on eetilised keskkonda puudutavates küsimustes, vaid võib järeldada, et nende ootused tööandja keskkonna väärtustamisele on veidi kõrgemad kui meestel.

Vanusegrupe võrreldes kasutati Kruskal Wallise H-testi, kuna dispersioonid olid erinevad. Statistiliselt oluliselt erinev on vanusegrupp 25-34, kelle hinnangud on oluliselt madalamad vanusegruppide 45-54 ning 55-64. Viimasena nimetatud vanusegrupid on keskkonda panustamist kõige kõrgemalt hinnanud. Samamoodi on kõrge keskväärtusega kuni 24-aastaste inimeste hinnangud keskkonna küsimuse puhul. Varasemast uuringust (Frumkin, Fried & Moody, 2012) on välja tulnud, et 83% vanematest kui 55-aastastest inimestest teeksid otsuseid, mis olenemata kuludest oleksid õiged keskkonna jaoks ning 96% vastanute arvates peaksid inimesed tegema kõik endast oleneva, et säilitada keskkond tulevastele põlvetele. Loogiliselt järeldades võivad vanemate inimeste ootused tööandjale olla kõrgemad kui keskealistel ja noortel.

Haridustasemete lõikes on hinnangud keskkonna väärtustamisele sarnased, tulemusi näeb lisast B. Kuna ANOVA eeldus pole täidetud, kasutame Kruskal Wallise H-testi, mille tulemusel jääme nullhüpoteesi juurde. Seega ei leidu gruppide hinnangutes statistiliselt olulisi erinevusi üldistuste tegemiseks. Tulemus oli mõnevõrra üllatav, sest varasematest uuringutest on välja tulnud, et kõrgema haridustasemega inimeste puhul on tõenäolisem keskkonda hoidev käitumine ning keskkonnapoliitika toetamine (Van Liere & Dunlap, 1980; Vaske et al., 2001). Kui

kõrgema haridusega inimesed ise keskkonda säästvalt käituvad, ootavad nad seda eeldatavasti ka oma tööandjalt. Eestlaste puhul ei tundu see väide 2019. aasta andmete põhjal kehtivat.

Viimasena analüüsitakse keskkonda panustamist sektorite lõikes. Kruskal Wallise testi põhjal on tulemused statistiliselt olulised ning leidub vähemalt kaks gruppi, mille hinnangud on statistiliselt oluliselt erinevad. Keskkonda panustamist on kõige kõrgemalt hinnanud haridustöötajad, kuid ka põllumajandussektori ning tervishoiu töötajad. Kõige madalamad hinnangud on antud IT-sektori töötajate poolt. Kõikide sektorite hinnangud on toodud lisas B ning kõrgemad ja madalamad hinnangud tabelis 6. Sektoriti võivadki tulemused olla erinevad, sest kõikides sektorites ei pruugi olla ärilisel tegevusel nii suurt mõju keskkonnale (näiteks IT-valdkonna puhul), mistõttu on keskkonda panustamist ka madalamalt hinnatud. Infotehnoloogia sektoris on pöhirõhk andmete kaitsel ja privaatsusel. Töö eeldab palju arvutis tegutsemist ning võib arvata, et keskkonnale on sellel väga väike mõju. Kuid arvutite tootmiseks kasutatakse erinevaid metalle ning mitmeid toksilistest materjalidest komponente on raske taaskasutada. Inimeste suurenev ligipääs tehnoloogiale suurendab aga tarbitava elektri mahtu. Telefone ning uusi tehnoloogiaid vahetatakse tihedamini uute vastu välja, mis tähendab, et tegelikult on kogu IT-sektoril väga suur mõju keskkonnale, mis lähitulevikus ei kahane. Analüüsi põhjal tundub ka IT-sektoris töötavate eestlaste seas levivat arvamust, et keskkonda panustamine pole niivõrd oluline. Õnneks on maailmas selline arvamused hääbumas ning mitmed ettevõtted kasutavad energiasäästlikke seadmeid, et sektor ja inimeste tarbimine oleks jätkusuutlikum. (Ethical..., 2020) Ameerikas tehtud edetabeli põhjal kuuluvad kõige keskkonnasõbralikumate organisatsioonide hulka ka tehnoloogia ja elektroonika firmad nagu Samsung, Sony, Microsoft, Apple, Dell. Esimese kahekümne seas on rohkem aga kaubandusettevõtteid, millest tuntuimad on Wal-Mart, Starbucks ja Coca-Cola. (100 of..., 2017)

Tabel 6

Keskkonna väärtustamisele antud hinnangute võrdlemine sektorite lõikes

Sektor	Valimi maht	Keskväärtus	Standardhälve	Olulisuse tõenäosus
Haridus	593	4,2	0,845	
Põllumajandus, kaevandus	196	4,12	0,851	
Tervishoid	298	4,09	0,949	0,000*
IT	505	3,52	1,039	

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Üldiselt võib järeldada, et tööandja keskkonda panustamist ootavad rohkem naissoost töötajad, vanuse poolest pigem noored kuni 24-aastased, ning vanemad inimesed alates 45.

eluaastast, kes mõtlevad rohkem tuleviku ja järeltulevate põlvete peale. Samuti haridus-, tervishoiu- ja põllumajandus töötajad.

Analüüsid hinnanguid tööandja heategevusse panustamise puhul soogruppide lõikes, selgub, et hinnangud on statistiliselt oluliselt erinevad, tulemused on toodud tabelis 7. Ka heategevuse puhul on naised hinnanud antud väidet kõrgemalt kui mehed, kuigi võrreldes keskkonnahoiuga peavad vastajad heategevusse panustamist vähem tähtsamaks. Keskmiselt panustavad naised nii aega kui raha heategevusse rohkem. (Mesch et al., 2011)

Inimeste vanust arvesse võttes on üldkogumite dispersioonid võrdsed. Paarikaupa vanusegrupe võrreldes selgub, et oluline erinevus on vanuste kuni 24 eluaastat ja 25-34 ning kolme viimase vanusegrupi vahel, mis algavad 45. eluaastast. 25-34-aastased on heategevusse panustamist hinnanud kõige madalamalt. Analüüsi põhjal hindavad heategevusse panustamist vanemad inimesed kõrgemalt.

Haridustasemete lõikes on olulised erinevused kesk(eri)hariduse ja magistri- ning doktorikraadi omandanute hinnangute vahel. Viimane haridustaseme grupp on heategevusse panustamist hinnangud mõnevõrra madalamalt kui keskharidusega inimesed. Kuigi varasemast uuringust on välja tulnud, et kõrgem haridustase ja sissetulek on olulised tegurid, näiteks naiste puhul, heategevusse panustamisel (Mesch et al., 2011).

Tabel 7

Heategevusse panustamisele antud hinnangute võrdlemine soo, vanuse ja haridustasemete lõikes

Tunnus	Kategooria	Valimi maht	Keskväärtus	Standardhälve	Olulisuse tõenäosus
Sugu	Mees	3201	3,00	1,106	0,000*
	Naine	5672	3,36	1,024	
Vanus	Kuni 24	405	3,12	1,119	0,000*
	25-34	2195	3,11	1,111	
	35-44	2175	3,15	1,075	
	45-54	2014	3,31	1,035	
	55-64	1710	3,37	1,005	
	Üle 65	379	3,40	1,045	
Haridus	Põhiharidus	373	3,26	1,092	0,001*
	Kesk(eri)haridus	3773	3,27	1,071	
	Kõrgharidus	2780	3,22	1,064	
	Magistri-, doktorikraad	1952	3,15	1,059	

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Sektorite tasandil on heategevust samuti üsna madalalt hinnatud. Tulemused on statistiliselt oluliselt erinevad, testimisel kasutati Kruskal Wallise H-testi. Kõige rohkem väärtustavad tööandja puhul heategevusse panustamist tervishoiu- ja haridustöötajaid ning kõige

vähem taaskord IT-sektoris töötavad inimesed. Kogu tabel sektorite hinnangutest heategevusele koos keskväärtuste ja standardhälvetega on lisas D.

Tabel 8

Heategevusse panustamisele antud hinnangute võrdlemine sektorite lõikes

Sektor	Valimi maht	Keskvärtus	Standardhälve	Olulisuse tõenäosus
Tervishoid	296	3,51	1,032	
Haridus	584	3,48	0,988	0,000*
IT	499	2,85	1,093	

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Üldiselt on küsimustikus osalenud tööandja heategevusse panustamist hinnanud madalamalt kui teisi tööandja ning organisatsiooni eetilisusega seotud väiteid. Kirjeldavast statistikast välja tulnud heategevuse keskväärtus 3,23 kogu valimi ulatuses viitab sellele, et vastajad on üsna üksmeelselt hinnanud väidet vastustega “nii ja naa” või “pigem oluline”.

Algselt hinnatakse sotsiaalse tegevuse teema all väidet “Organisatsiooni tegevusel on laiem ühiskondlik tähendus”. Võib tõdeda, et naised hindavad väidet kõrgemalt kui mehed, ning, et erinevus on statistiliselt oluline, võib näha tabelist 9 ja lisast E. Erinevad empiirilised uuringud on kinnitanud, et naiste suurem osakaal organisatsioonis on positiivses korrelatsioonis organisatsiooni tulemuslikkusega ning naissoost juhatuse liikmete arvu suurendamisega kasvab ka ettevõtte sotsiaalne vastutus (*CSR*) (Bear, Rahman & Post, 2010; Hussein & Kiwia, 2009).

Analüüsis on nii vanuse kui haridustaseme lõikes samuti erinevused statistiliselt olulised. Inimesed alates 45. eluaastast on väidet hinnanud kõrgemalt kui kuni 24-aastased. Hariduse puhul on hinnangutes erinevused kõige madalama ja kõige kõrgema taseme vahel, põhiharidusega inimeste hinnang kõige madalam ning magistri- ja doktorikraadiga vastanute oma kõige kõrgem. Sektoreid arvesse võttes, hindavad kõige kõrgemalt ettevõtte sotsiaalset tegevust samuti haridus- ja tervishoiutöötajad ning madalamalt IT-töötajad.

Tabel 9

Hinnangute võrdlemine väite "Organisatsiooni tegevusel on laiem ühiskondlik tähendus" kohta soo, vanuse, haridustasemete ja sektorite lõikes

Tunnus	Kategooria	Keskväärtus	Standardhälve	Olulisuse tõenäosus
Sugu	Mees	3,24	1,080	0,000*
	Naine	3,53	1,025	
Vanus	Kuni 24	3,35	1,135	0,000*
	25-34	3,38	1,093	
	35-44	3,36	1,049	
	45-54	3,47	1,042	
	55-64	3,50	1,002	
	Üle 65	3,54	1,024	
Haridus	Põhiharidus	3,32	1,096	0,000*
	Kesk(eri)haridus	3,38	1,035	
	Kõrgharidus	3,41	1,063	
	Magistri-, doktorikraad	3,56	1,061	
Sektor	Finants- ja ärijuhtimine	3,43	1,034	0,000*
	Tervishoid	3,82	0,965	
	Põllumajandus	3,44	0,919	
	Haridus	3,93	0,934	
	Ehitus	3,24	1,045	
	Tööstus, kaubandus	3,30	1,036	
	Avalik-õiguslik	3,76	1,011	
	IT	3,12	1,124	
	Muu	3,62	1,041	

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Välimise sotsiaalsuse alla kuuluvate ärieetikast ja seadustest kinni pidamise väärtustamise hinnangute analüüsimise tulemusel selgus, et sugu omab jätkuvalt olulist rolli hinnangute keskväärtustes. Testide tulemused tuuakse välja lisas F. Kahe grupi võrdlemise tulemusena Kruskal Wallise testiga on mõlema väite hinnangutes statistiliselt olulisi erinevusi. Sarnaselt eelnevatele tulemustele on nii ärieetikast kui seadustest kinni pidamist naised kõrgemalt hinnanud ehk naiste ootused organisatsiooni välimisele sotsiaalsele tegevusele on kõrgemad kui meeste puhul (Tabel 10).

Tabel 10

Hinnangute võrdlemine välimise sotsiaalse tegevuse kohta soo, vanuse ja haridustasemetega lõikes

Tunnus	Kategooria	Keskväärts	
		Seadustest kinni pidamine	Ärietikast kinnipidamine
Sugu	Mees	4,40	4,13
	Naine	4,63	4,34
Vanus	Kuni 24	4,55	4,15
	25-34	4,51	4,25
	35-44	4,54	4,26
	45-54	4,59	4,34
	55-64	4,56	4,26
	Üle 65	4,55	4,20
	Haridus	Põhiharidus	4,43
	Kesk(eri)haridus	4,51	4,21
	Kõrgharidus	4,58	4,32
	Magistri-, doktorikraad	4,60	4,33

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Samale tulemusele võib jõuda vanust analüüsid. Levene'i testis on heade tavade ja ärietikast kinnipidamise hinnangute dispersioonid võrdsed, kuid seadustest kinnipidamise väite puhul mitte (Lisa F). Kruskal Wallise abil saame teada, et hinnangud on mõlema väite puhul statistiliselt oluliselt erinevad. ANOVA testi tulemusel leidub mõlema väite puhul vähemalt kaks gruppi, mille hinnangud on statistiliselt oluliselt erinevad. Erinevused ärietika väite hinnangutes on vanusegruppide kuni 24-aastaste ja 45-54-aastaste vahel. Seadustest kinnipidamise hinnangutes aga 25-34 ja 45-54-aastaste vahel. Välimist sotsiaalset tegevust hindavad vanemad inimesed kõrgemalt kui nooremad.

Hariduse puhul on jällegi ärietikast kinnipidamise hinnangute dispersioonid võrdsed, kuid seaduste kinnipidamise hinnangute puhul mitte. Mõlema väite puhul on hinnangud statistiliselt oluliselt erinevad. Ärietika puhul erinevad vastajate hinnangud põhiharidusega inimeste ja kõikide teiste haridustasemetega inimeste puhul. Põhihariduse omandanud vastajad on välimise sotsiaalse tegevuse väiteid hinnanud madalamalt kui kõrgema haridustasemega inimesed. Statistiliselt olulist erinevust pole vaid põhihariduse ja kesk(eri)haridusega vastajate lõikes seadustest kinnipidamisele.

Sektorite puhul on tulemused statistiliselt oluliselt erinevad (Lisa G). Välimisi sotsiaalseid väärtusi on teistest kõrgemalt hinnanud finants- ja ärijuhtimise sektori töötajaid, tulemused on toodud tabelis 11. Seda arvatavasti sellepärast, et nemad peavad kinni pidama seadustest ja ärietikast, et organisatsioon toimiks ausalt, õiglaselt ja läbipaistvalt ning ei tekiks korrupsiooni. Ka tervishoiu ja avalik-õiguslike organisatsioonide jaoks on seadustest ja

ärieetikast kinni pidamine oluline, sest nemad võivad väga kergesti sattuda avalikkuse ette. Lisaks on välimist sotsiaalsust kõrgelt hinnanud mittetulundusühingute liikmed. Kõige vähem oluliseks peavad seda aga IT- ja ehitussektori töötajad. Välimisi väärtusi võrreldes on inimeste jaoks olulisem tööandja puhul pigem seadustest kinni pidamine, seda on uuringus kõrgemalt hinnatud kui headest tavadest ja ärieetikast lähtumist.

Tabel 11

Hinnangute võrdlemine välimise sotsiaalse tegevuse väidete kohta sektorite lõikes

Sektor	Keskväärts	
	Seadustest kinni pidamine	Ärieetikast kinni pidamine
Finants- ja ärijuhtimine	4,64	4,43
Tervishoid	4,60	4,35
Põllumajandus	4,47	4,31
Haridus	4,60	4,19
Ehitus	4,37	4,20
Tööstus, kaubandus	4,52	4,21
Avalik-õiguslik	4,64	4,24
IT	4,47	4,16
Muu	4,60	4,37

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Sisemist sotsiaalset tegevust, kuhu alla kuuluvad võrdne kohtlemine, ebaeetilise käitumise mitte sallimine ning juhtkonna sõnade ja tegude kooskõla, analüüsitakse samuti soo, vanuse, hariduse ning sektorite lõikes. Tulemused on toodud tabelites 12 ja 13. Naiste ja meeste hinnangud on statistiliselt oluliselt erinevad. Sarnaselt eelnevatele järeldustele on ka neid väiteid naised kõrgemalt hinnanud kui mehed. Juhid peaksid siiski kõiki töötajaid võrdselt kohtlema, olenemata töötaja soost, sest ilma siira ja usaldusväärse töösuheteta võidakse luua negatiivne tööandja bränd ning töötajad võivad hakata otsima uusi paremaid võimalusi, samal ajal, kui potentsiaalsed kandidaadid kuulevad organisatsiooni negatiivsest mainest (Nicholson, 2020).

Tabel 12

Hinnangute võrdlemine sisemiste sotsiaalsete tegevuste kohta soo, vanuse ja hariduse lõikes

Tunnus	Kategooria	Keskväärtus		
		Ebaeetiline kohtlemine mitte sallitud	Võrdne kohtlemine	Sõnade ja tegude kooskõla
Sugu	Mees	4,32	4,36	4,57
	Naine	4,57	4,64	4,72
Vanus	Kuni 24	4,37	4,57	4,69
	25-34	4,43	4,56	4,68
	35-44	4,43	4,48	4,64
	45-54	4,54	4,56	4,68
	55-64	4,55	4,57	4,67
	Üle 65	4,55	4,52	4,62
	Haridus	Põhiharidus	4,31	4,42
	Kesk(eri)haridus	4,43	4,52	4,62
	Kõrgharidus	4,51	4,55	4,70
	Magistri-, doktorikraad	4,57	4,59	4,73

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Vanust analüüsid selgub, et juhtkonna sõnade ja tegude kooskõla väite puhul ei leidu olulisi erinevusi, et valimi põhjal üldistusi teha. Sisemiste sotsiaalsete väärtuste puhul on seda väidet võrreldes teistega küll kõige kõrgemalt hinnatud, kuid vanusegruppides erinevusi ei esine. Teised väited on statistiliselt oluliselt erinevad. Ebaeetilisuse mittesallimise väidet on võrreldes kuni 24 aastastega kõrgemalt hinnanud vanusegrupid 45-54, 55-64 ja üle 65-aastased. Kuigi võrdse kohtlemise hinnangud on üsna sarnased vanusegruppide lõikes, peavad seda olulisemaks kuni 24-aastased ning inimesed vanuses 55-64.

Haridustasemetega lõikes on Kruskal Wallise testi tulemusel kõik väited statistiliselt oluliselt erinevad. Kõikide väidete puhul erinevad just põhiharidusega ning kõrgemate haridustasemetega inimeste hinnangud. Nagu loogiliselt järeldada võib, on ka analüüsi põhjal põhiharidusega inimesed sisemist sotsiaalset tegevust veidi madalamalt hinnanud kui kesk- või kõrgharidusega inimesed. Sarnaselt teistele tunnustele on ka sektorite lõikes erinevused statistiliselt olulised, tulemusi on näha alljärgnevas tabelis ning keskväärtused on toodud lisas I.

Tabel 13

Hinnangute võrdlemine sisemiste sotsiaalsete tegevuste kohta sektorite lõikes

SEKTOR	Keskväärtus		
	Ebaeetilise käitumise mitte sallimine	Võrdne kohtlemine	Juhtkonna tegude ja sõnade kooskõla
Finants- ja ärijuhtimine	4,59	4,62	4,75
Tervishoid	4,54	4,65	4,67
Põllumajandus	4,46	4,46	4,56
Haridus	4,62	4,62	4,73
Ehitus	4,31	4,33	4,57
Tööstus, kaubandus	4,43	4,50	4,60
Avalik-õiguslik	4,54	4,62	4,68
IT	4,33	4,44	4,63
Muu	4,58	4,67	4,71

Allikas: autori koostatud Palgainfo Agentuuri 2019. aastal läbi viidud uuringu andmete põhjal

Ebaeetilise mitte sallimist ja võrdset kohtlemist on kõige madalamalt hinnanud ehitussektori töötajad, kuid kõige kõrgemaid hinnanguid on väidetele andnud haridus- ja tervishoiutöötajad. Juhtkonna sõnade ja tegude kooskõla peavad kõige olulisemaks finantssektori ja ärijuhtimise inimesed ning kõige vähem tähtsaks põllumajandussektoris töötavad inimesed.

Kokkuvõte

Eetilise definitsioonide kohaselt mõeldakse selle all väärtuste kogumit, mille põhjal teeb inimene vahet õigel ja valel ning halval ja heal. Eetilisus on seotud ka moraalse ja vastutustundliku käitumisega, mis tähendab, et juht võtab otsuste tegemisel arvesse töötajaid, tarbijaid ja ümbritsevat keskkonda. Tänapäeva maailmas on oluline, et organisatsioonid teeksid otsuseid jätkusuutlikkuse printsiipi meeles pidades. Samal ajal tuleks olla hea liider ja motiveeriv juht töötajate jaoks ning sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte tarbijate ja kogukonna jaoks, sest juhtide eetilised otsused mõjutavad kogu ühiskonda vähemal või suuremal määral. Lisaks on eetilisel käitumisel oluline roll organisatsiooni maine kujundamisel, millele aitavad kaasa nii juhid kui alluvad.

Kuigi juba 1980ndatel oli organisatsiooni juhtimises oluline ärietikast kinnipidamine, heategevus, sotsiaalpoliitika, jätkusuutlik areng, ettevõtte maine ning sotsiaalselt vastutustundlik tegevus, siis viimasel kümnendil on sellele veel rohkem rõhku hakatud pöörama (Madrakhimova, 2013). Seega on oluline uurida, millised on viimaste kümnendite jooksul toimunud muudatused töötajate ootustes ning millised on need tänapäeval. Juhtidele langeb suurem vastutus teha õigeid ja eetilisi otsuseid, mis muudaksid inimeste elukeskkonda paremaks. Seepärast ootavad töötajad ja teised sidusgrupid, et suured organisatsioonid võtaksid osa ühiskonda puudutavate probleemide lahendamises ja teeksid seejuures eetilisi otsuseid.

Olulisemateks valdkondadeks selgitamaks eetilist organisatsiooni on keskkonnahoid, sotsiaalne tegevus ehk kui palju panustavad ettevõtted kogukonna arengusse ning heategevusega tegelemine. Keskkonda puudutavad küsimused on olulised töötaja jaoks just töökoha valikul. Kui ettevõtte juht kasutab loodust säästvaid tehnoloogiaid ja üritab vähendada jäätmete hulka, siis suure tõenäosusega kandideerib inimene ettevõttesse. Sama oluline on võtta osa ühiskonna sotsiaalsest arengust, pöörates tähelepanu võrdsusele, õiglusele ja ühistele väärtustele kogukonnas, et muuta elukeskkond paremaks ja luua positiivseid muutusi. Tähtsal kohal on tööandja heategevuslik aspekt. Inimesed tahavad, et nende töö oleks tähenduslik ning kellelegi kasulik ja vajalik. Töötajad ootavad, et nende tööandja sooviks aidata tõelisi abivajajaid ning et ka neid ennast kaasatakse heategevuslikesse projektidesse.

2019. aasta Töötajate tööturu- ja palgauuringu põhjal tehtud analüüsi tulemusena võib kinnitada eelnevates uuringutes tehtud järeldusi, et naised on enamasti ise altimad eetilisi otsuseid tegema ning selle põhjal võib arvata, et sellist käitumist ootavad nad ka oma tööandjalt. Kuigi käesolevas uuringus ei olnud naiste ja meeste hinnangud erinevatele eetilist puudutavatele väidetele väga palju erinevad, siis varasemates uuringutes leidub olukordi, mida mehed on naistest oluliselt madalamalt hinnanud. Kõige madalamad ootused tööandjale on töötajatel heategevusse panustamisel. Uuringu põhjal võib väita, et teised tööandja eetilist puudutavad tegurid on eestlaste jaoks olulisemad. Töö peamised kolm aspekti, keskkonnahoid, heategevus ning sotsiaalne tegevus on üldiselt madalamalt hinnatud kui ülejäänud tööandja väärtusi puudutavad faktorid. Inimeste jaoks ei ole niivõrd tähtis, kuidas tööandja ja organisatsioon väliskeskkonnaga arvestab, kuivõrd see, milline on tööandja suhtumine töötajatesse. Inimesed ootavad tööandjalt võrdset kohtlemist ning kõige olulisemaks peetakse seda, et juhtkond tegutseb antud lubaduste järgi. Üha enam peetakse lugu läbipaistvusest ning usaldusväärsest ja ausast kommunikatsioonist.

Statistiliselt olulised erinevused on väidetes siiski enamasti meeste ja naiste hinnangute vahel. Ka vanusel on oluline roll eetiliste ootuste kujundamisel, näiteks on mitmeid tööandja väärtusi kõrgemalt hinnanud vanemad inimesed, kes mõtlevad tõsisemalt tuleviku ja järeltulevate põlvkondade peale. Samamoodi on kõrgelt hinnanud keskkonda panustamist kuni 24-aastased. Selline tulemus pole üllatav, sest üle maailma võtavad paljud noored keskkonna teemadel sõna ning üritavad populariseerida jätkusuutlikku tarbimist. Võrreldes analüüsi varasemate uuringutega, võib leida sarnasusi soo-, vanuse- ning haridustasemete lõikes, kuid mitte kõikide teemade puhul. Kui varasemates uuringutes on üldistatud, et naissoost, vanemad ja kõrgema haridustasemega inimesed on eetilised, siis käesolevas bakalaureusetöös nii väita ei saa. Vaid mõningaid väiteid, mis käivad tööandja eetiliste väärtuste kohta, on kõrgemates vanusegruppides ja haridustasemetes kõrgemalt hinnatud. Võib vaid öelda, et naiste, vanemate

inimeste ja kõrgema haridustasemega vastajate ootused organisatsiooni eetilisele on kõrgemad kui teiste gruppide puhul. Sektorite lõikes võib öelda, et tervishoiu- ning haridustöötajad ootavad oma tööandjalt rohkem eetilisi valikuid kui nt IT-sektori töötajad. Samuti olid kõikide väidete puhul neljandal kuni viiendal kohal analüüsis nimega “muu” sektori töötajad, kuhu alla kuulusid MTÜ-d. Tulemus ei ole üllatav, sest tulu mitte teenivate organisatsioonide puhul on loogiline, et inimesed, eelkõige vabatahtlikud, ootavad tööandjalt keskkonda või heategevusse panustamist ning kogukonna probleemides kaasa rääkimist. Nende jaoks ei ole niivõrd oluline palk, vaid töö tähenduslikkus ning aus ja võrdne kohtlemine.

Antud töö piiranguks võib lugeda teiseseid andmeid. Huvitav oleks sarnaseid küsimusi küsida mõne organisatsiooni töötajatelt ja juhtidelt intervjuu käigus, et teada saada, millised on ootused üksteisele. Tulevikus võiks uurida antud teemat ka ametikohtade lõikes ning sissetulekuid või elukohta arvestades, kuid sellisel juhul tuleks küsimustikus koondada sarnased ametikohad ning piirkonnad, et gruppe oleks kodeerimisel vähem ja tuleksid statistiliselt olulised erinevused.

Viidatud allikad

1. Abercrombie, R. (2017, January 1). Why CSR is the Key to an Effective Employer Brand? Retrieved December 12, 2019 from <https://theundercoverrecruiter.com/successful-candidate-attraction-spotlight-csr/>
2. Adda, G., Azigwe, J. B., Awuni, A. R. (2016). Business ethics and corporate social responsibility for business success and growth. *European Journal of Business and Innovation Research*, 4(6), 26-42. <https://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Business-ethics-and-corporate-social-responsibility-for-business-success-and-growth.pdf>
3. Aronson, E. (2001). Integrating leadership styles and ethical perspectives. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 18(4), 244-256. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1111/j.1936-4490.2001.tb00260.x>
4. Arras, A. (30.10.2017). Pea liiva alt välja? Ettevõtete ühiskondliku aktiivsuse ja sotsiaalse kaasamise arvamusuuring. Retrieved December 8, 2019 from <https://www.slideshare.net/secret/sE18847Irv7oKu>
5. Arras, A. (12.06.2020). Pea liiva alt välja 2020! Ettevõtete ühiskondliku aktiivsuse ja sotsiaalse kaasamise arvamusuuring Eesti töötaja, tarbija ja kodaniku vaatest. Retrieved January 7, 2022 from https://7561faac-9e79-4987-85d1-36dc9cc98c05.filesusr.com/ugd/806a8a_09f9e1dd3c244ad793226c9a6223715d.pdf?index=true
6. Babbie, E. (2010). *The practice of social research*. Belmont: Wadsworth Publishing.
7. Bampton, R., Maclagan, P. (2009). Does a 'care orientation' explain gender differences in ethical decision making? A critical analysis and fresh findings. *Business Ethics: A European Review*, 18-2, 179-191. Retrieved April 30, 2020 from <https://onlinelibrary-wiley-com.ezproxy.utlib.ut.ee/doi/epdf/10.1111/j.1467-8608.2009.01556.x>
8. Barnett, T., Bass, K., Brown, G. (1994). Ethical ideology and ethical judgement regarding ethical issues in business. *Journal of Business Ethics*, 13, 469-480. <https://link.springer.com/article/10.1007%2FBF00881456>
9. BBC. Ethics: a general introduction. (2014). Retrieved October 31, 2019 from http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml
10. BBC. Ethical, legal and environmental impacts of technology. (2020). Retrieved May 9, 2020 from <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zd726yc/revision/6>
11. Bear, S., Rahman, N., Post, C. (2010). The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *Journal of Business Ethics*, 97, 2, 207-221. <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-010-0505-2>

12. Beverage giant Coca-Cola unveils new packaging vision. (22.01.2019). NS Packaging. Retrieved December 16, 2019 from <https://www.nspackaging.com/news/beverage-coca-cola-unveils-new-packaging-vision/>
13. Brennan, A., Lo, Y. S. (2016). Environmental ethics. Stanford encyclopedia of philosophy. Retrieved December 8, 2019 from <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-environmental/>
14. Brunk, K. H. (2012). Un/ethical Company and Brand Perceptions: Conceptualising and Operationalising Consumer Meanings. *Journal of Business Ethics*, 111, 551-565. doi:10.1007/s10551-012-1339-x
15. Butcher, W. C. (1997). Ethical leadership. *Executive Excellence*, 14, 5-6.
16. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39–48. doi: 10.1016/0007-6813(91)90005-G
17. Clement, R. W. (2006). Just how unethical is American business. *Business Horizons*, 49, 313-327.
18. Daft, R. (2001). *Organization theory and design*. Cincinnati, Ohio: South Western.
19. Eesti Töötukassa kodulehekül (2017). Retrieved November 23, 2019 from <https://www.tootukassa.ee/content/teenused/vabatahtlik-too>
20. Eisenbach Consulting. 100 of the Most Energy Efficient Companies in America. (2017). Retrieved May 9, 2020 from <https://www.electricchoice.com/blog/100-energy-efficient-companies/>
21. Ferrell, O.C., Fraedrich, J. (1997). *Business Ethics*. Boston: Houghton Mifflin.
22. Frumkin, H., Fried, L., Moody, R. (2012). Aging, Climate Change, and Legacy Thinking. *Public Health*, 102(8), 1434-1438. doi: 10.2105/AJPH.2012.300663
23. Hameed, I., Riaz, Z., Arain, G. A., Farooq, O. (2016). How Do Internal and External CSR Affect Employees' Organizational Identification? A Perspective from the Group Engagement Model. *Frontiers in Psychology*, 7, 788. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00788
24. Hussein, K., Kiwia, B. M. (2009). Examining the relationship between female board members and firm performance-a panel study of US firms. *African Journal of Finance and Management*.
25. Jayabalan, P. (2.02.2013). Workplace ethics: Ensuring harmony in the office. *Mystarjob*. Retrieved November 4, 2019 from http://mystarjob.com/articles/story.aspx?file=/2013/2/2/mystarjob_careerguide/12606844&se c=mystarjob_careerguide

26. Johannsen, L., Pedersen, K. H., Vadi, M., Reino, A., Sööt, M.-L. (2016). *Private-to-Private Corruption: A survey on Danish and Estonian business environment*. Aarhus University, Tartu University, Ministry of Justice of Estonia.
27. Josephson, M. (17.12.2016). Ethical Responsibilities in the Employer-Employee Relationship – Applying Ethical Principles. *Josephson Institute's Exemplary Leadership & Business Ethics*. Retrieved November 23, 2019 from <https://josephsononbusinessethics.com/2010/12/responsibilities-employer-employee-relationship/>
28. Jurkiewicz, C. L. (2009). Political leadership, cultural ethics and recovery: Louisiana post-Katrina. *Public Organization Review*, 9, 353–366.
29. Jurkiewicz, C. L., Giacalone, R. A. (2016). How Will We Know It When We See It? Conceptualizing the Ethical Organization. *Public Organization Review*, 16, 409-420. doi: 10.1007/s11115-015-0317-z
30. Kooskora, M. (6.03.2012). Eetiline juhtimine. Postimees. Retrieved November 6, 2019 from <https://majandus24.postimees.ee/762644/eetiline-juhtimine>
31. Koovit, K. (1.10.2019). Ettevõtetele on heategevusega tegelemine eluliselt vajalik: muidu ei pruugi sind enam varsti olemaski olla. *Ärileht*. Retrieved November 23, 2019 from <https://arileht.delfi.ee/news/uudised/ettevotetele-on-heategevusega-tegelemine-eluliselt-vajalik-muidu-ei-pruugi-sind-enam-varsti-olemaski-olla?id=87559179>
32. Letendre, M. (2015). Organizational Ethics. *Encyclopedia of Global Bioethics*. doi: 10.1007/978-3-319-05544-2_320-1
33. Lozano, J. M. (2005). An Approach to Organizational Ethics. *Ethical Perspectives*, 10, 1, 46-65. doi: 10.2143/EP.10.1.503870
34. Madrakhimova, F. S. (2013). Evolution of the concept and definition of corporate social responsibility. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 113-118.
35. Meffert, H., Münstermann, M. (2005). *Corporate Social Responsibility in Wissenschaft und Praxis – eine Bestandsaufnahme*. Münster: Wiss.
36. Mesch, D. J., Brown, M. S., Moore, Z. I., Hayat, A. D. (2011). Gender differences in charitable giving. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 16, 342–355. doi: 10.1002/nvsm.432
37. Mory, L., Wirtz, B. W., Göttel, V. (2015). Factors of internal corporate social responsibility and the effect on organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 27, 13, 1393-1425 doi: 10.1080/09585192.2015.1072103

38. Mujtaba, B. (2005). Understanding ethics and morality in business. *Smart Business*.
Vaadatud 31.10.2019 <http://www.sbnonline.com/article/understanding-ethics-and-morality-in-business-there-are-distinct-differences-between-ethics-and-morality/>
39. Neste Eesti kodulehekülg (2019). Retrieved November 8, 2019 from <https://www.neste.ee/ee/content/tervishoid-ohutus-keskkond-kvaliteet>
40. Neste Eesti kodulehekülg (2021). Retrieved January 12, 2022 from <https://www.neste.ee/ee/nestemy-kytus-yle-eesti-myyki>
41. Nicholson, N. (2020). Why Treating Employees Fairly is Important. *Spark Hire*. Retrieved May 1, 2020 from <https://hr.sparkhire.com/talent-management/why-treating-employees-fairly-is-important/>
42. Noored ootavad paindlikkust ka tasustamises. (9.01.2019). *Äripäev*. Retrieved November 3, 2019 from <https://www.konverentsid.ee/uudised/2019/01/09/noored-ootavad-paindlikkust-ka-tasustamises>
43. Palgainfo Agentuuri kodulehekülg (2019). Retrieved January 7, 2019 from <https://www.palgainfo.ee/palgainfo-agentuur/agentuuri-uuringud>
44. Pedanik, R. (2011). Siseministeerium: olen vabatahtlik, muudan maailma! Retrieved November 23, 2019 from https://www.siseministeerium.ee/sites/default/files/dokumendid/olen_vabatahtlik_muudan_maailma.pdf
45. Peterson, R. A., Albaum, G., Merunka, D., Munuera, J. L., Smith, S. M. (2010). Effects of Nationality, Gender, and Religiosity on Business-Related Ethicality. *Journal of Business Ethics*, 96, 573-587. doi: 10.1007/s10551-010-0485-2
46. Porter, M. E., Kramer, M. R. (2011). The big idea: creating shared value. How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1-2): 62-77.
47. Reiss, R. (11.09.2017). *Forbes*. Retrieved December 8, 2019 from <https://www.forbes.com/sites/robertreiss/2017/09/11/top-ceos-place-high-value-on-corporate-ethics-and-social-responsibility-to-drive-business/#297af0a64473>
48. Rootalu, K. (2014). *Statistilise andmeanalüüsi meetodid*. Tartu Ülikool, Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Retrieved April 29, 2020 from <http://samm.ut.ee/dispersioonanalyyis>
49. Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Tartu Ülikool, Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Retrieved April 20, 2020 from <http://samm.ut.ee/valiidsus-ja-reliiaablus>

50. Schuler, D., Rasche, A., Etzion, D., Newton, L. (2017). Corporate Sustainability Management and Environmental Ethics. *Business Ethics Quarterly*, 27:2. doi: 10.1017/beq.2016.80
51. Sexty, R. W. (2011). *Canadian business and society: Ethics and responsibilities*. Toronto: McGraw-Hill Ryerson.
52. Sharma, S. (2014). *Competing for a sustainable world: Building capacity for sustainable innovation*. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing.
53. Shukla, A., Srivastava, R. (2016). Influence of ethical ideology and socio-demographic characteristics on turnover intention: A study of retail industry in India. *Gogent Business and Management*, 3: 1238334. Retrieved December 8, 2019 from <https://www.cogentoa.com/article/10.1080/23311975.2016.1238334>
54. Sierra, V., Iglesias, O., Markovic, S., Singh, J. J. (2015). Does Ethical Image Build Equity in Corporate Services Brands? The Influence of Customer Perceived Ethicality on Affect, Perceived Quality, and Equity. *Journal of Business Ethics*, 144, 661-676. doi: 10.1007/s10551-015-2855-2
55. Stein, K. (2012). *Environmental issues that matter to employees – and employers*. Vaadatud 8.12.2019 <https://www.csrwire.com/blog/posts/403-4-environmental-issues-that-matter-to-employees-and-employers>
56. Trevino, L. K., Brown, M. E. (2004). Managing to be ethical: Debunking five business ethics myths. *Academy of Management Executive*, 18, 2, 75.
57. Uus, M. (2007). Kvantitatiivsed ja kvalitatiivsed meetodid probleemi kirjeldamiseks ning põhjuste tuvastamiseks. *PRAXIS, Eesti Riiklik Arengukava*.
58. Van Liere, K. D., Dunlap, R. E. (1980). The social bases of environmental concerns: A review of hypotheses, explanations and empirical evidence. *The Public Opinion Quarterly*, 44(2), 181–197.
59. Vaske, J. J., Donnelly, M. P., Williams, D. R., Jonker, S. (2001). Demographic influences on environmental value orientations and normative beliefs about national forest management. *Society and Natural Resources*, 14, 761–776.
60. Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi kodulehekülg (2019). Retrieved November 23, 2019 from <http://www.csr.ee/vastutustundlik-ettevotlus/sotsiaalne-keskkond/>
61. Vershoor, C. C. (2007). Work-life balance, superior's actions strongly influence ethical culture. *Strategic Finance*, 88, 13–16.
62. Vörklaev, E. (2019). *SEB Investment Minutes: Jätkusuutliku investeerimise esimene alustala: välistamine*. Retrieved November 1, 2019 from

<https://www.seb.ee/foorum/investeerimine/seb-investment-minutes-jatkusuutliku-investeerimise-esimene-alustala>

63. Walker, K., Dyck, B. (2014). The Primary importance of Corporate Social Responsibility and Ethicality in Corporate Reputation: an Empirical Study. *Business and Society Review*, 119:1, 147-174. Retrieved October 28, 2019 from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/basr.12028>
64. Zhu, W. (2008). The Effect of Ethical Leadership on Follower Moral Identity: The Mediating Role of Psychological Empowerment. *Leadership Review*, 8, 62-73.

Lisa A

Palgainfo Agentuuri poolt 2019. aasta sügisel läbiviidud uuringust välja valitud küsimused

1. Sugu
 - Mees
 - Naine
2. Vanus
 - 15 ja noorem
 - 16-24
 - 25-34
 - 35-44
 - 45-54
 - 55-64
 - 65-74
 - 75 ja vanem
3. Haridustase
 - Doktorikraad
 - Magistrikraad
 - Bakalaureusekraad
 - Rakenduslik kõrgharidus (tehnikum)
 - Kutseharidus pärast keskharidust
 - Üldkeskharidus
 - Kutseharidus koos keskharidusega
 - Kutseharidus pärast põikooli
 - Põhiharidus
 - Vähem kui põhiharidus
4. Töötamise suhe
 - Töötasin
 - Ei töötanud
 - Ei töötanud, kuid oli kehtiv töösuhe (tööleping peatatud)
5. Tööstaaž
 - Alla aasta
 - 1-2 aastat
 - 3-4 aastat
 - 5-9 aastat
 - Üle 10 aasta

Väited väärtuste kohta:

1. Tööandja väärtustab keskkonnahoidu
2. Tööandja panustab heategevusse
3. Organisatsiooni tegevusel on laiem ühiskondlik tähendus
4. Oma ärieesmärkide saavutamisel lähtub tööandja headest tavadest ja üldtunnustatud ärieetikast
5. Tööandja peab alati kinni seadustest
6. Ebaeetiline käitumine ei ole tööandja juures sallitud
7. Juhtkonna sõnad ja teod on kooskõlas
8. Tööandja kohtleb kõiki töötajaid võrdselt

Vastusevariandid: Täiesti ebaoluline; Pigem ebaoluline; Nii ja naa; Pigem oluline; Väga oluline

Lisa B

Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Tööandja väärtustab keskkonnahoidu” kohta soo, vanuse, haridustasemete ja sektorite lõikes

Tunnus	Kategooria	Keskvärtus	Standardhälve	Levene'i test (p)	2 sõltumatu grupi T-test (p)
Sugu	Mees	3,77	1,000	0,000*	0,000*
	Naine	4,07	0,882		
Vanus	Kuni 24	4,00	0,980	0,000*	0,000*
	25-34	3,88	0,970		
	35-44	3,92	0,957		
	45-54	4,02	0,909		
	55-64	4,04	0,886		
	Üle 65	3,98	0,921		
Haridus	Põhiharidus	3,96	0,943	0,078	0,129
	Kesk(eri)haridus	3,98	0,929		
	Kõrgharidus	3,97	0,930		
	Magistri-, doktorikraad	3,91	0,961		
Sektor	Haridus	4,2	0,845	0,000*	0,000*
	Põllumajandus	4,12	0,851		
	Tervishoid	4,09	0,949		
	Tööstus, kaubandus	3,98	0,917		
	Avalik-õiguslik	3,94	0,958		
	Finants- ja ärijuhtimine	3,94	0,924		
	Ehitus	3,89	0,934		
	IT	3,52	1,039		
Muu	4,08	0,847			

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Lisa C

Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Tööandja panustab heategevusse” kohta soo, vanuse ja haridustasemete lõikes

Tunnus	Kategooria	Valimi maht	Kesk- värtus	Standard- hälve	Levene'i test (Sig.)	Kahe sõltumatu grupi T-test	
						T- statistik	p
Sugu	Mees	3201	3,00	1,106	0,031*	-15,087	0,000*
	Naine	5672	3,36	1,024			
Vanus	Kuni 24	405	3,12	1,119	0,218	ANOVA (p)	
						0,000*	

	25-34	2195	3,11	1,111		
	35-44	2175	3,15	1,075		
	45-54	2014	3,31	1,035		
	55-64	1710	3,37	1,005		
	Üle 65	379	3,40	1,045		
Haridus	Põhiharidus	373	3,26	1,092		
	Kesk(eri)haridus	3773	3,27	1,071		
	Kõrgharidus	2780	3,22	1,064	0,505	0,001*
	Magistri-, doktorikraad	1952	3,15	1,059		

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Lisa D

Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Tööandja panustab heategevusse” kohta sektorite lõikes

Sektor	Keskväärtus	Standardhälve	Levene'i test (p)	Kruskal Wallise H-test (p)
Finants- ja ärijuhtimine	3,25	1,040		
Tervishoid	3,51	1,032		
Põllumajandus	3,15	0,983		
Haridus	3,48	0,988		
Ehitus	3,03	1,047	0,000*	0,000*
Tööstus, kaubandus	3,23	1,070		
Avalik-õiguslik	3,30	1,079		
IT	2,85	1,093		
Muu	3,29	1,071		

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Lisa E

Dispersioonanalüüsi tulemused väite “Organisatsiooni tegevusel on laiem ühiskondlik tähendus” kohta soo, vanuse, haridustasemete ja sektorite lõikes

Tunnus	Kategooria	Keskväärtus	Standardhälve	Levene'i test (p)	2 sõltumatu grupi T-test (p)
Sugu	Mees	3,24	1,080	0,321	0,000*
	Naine	3,53	1,025		
Vanus	Kuni 24	3,35	1,135	0,000*	0,000*
	25-34	3,38	1,093		
	35-44	3,36	1,049		
	45-54	3,47	1,042		
	55-64	3,50	1,002		
	Üle 65	3,54	1,024		

Kruskal Wallise H-test

Haridus	Põhiharidus	3,32	1,096		
	Kesk(eri)haridus	3,38	1,035		
	Kõrgharidus	3,41	1,063	0,094	0,000*
Sektor	Magistri-, doktorikraad	3,56	1,061		
	Finants- ja ärijuhtimine	3,43	1,034		
	Tervishoid	3,82	0,965		
	Põllumajandus	3,44	0,919		
	Haridus	3,93	0,934		
	Ehitus	3,24	1,045	0,000*	0,000*
	Tööstus, kaubandus	3,30	1,036		
	Avalik-õiguslik	3,76	1,011		
	IT	3,12	1,124		
	Muu	3,62	1,041		

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Lisa F

Dispersioonanalüüsi tulemused välimise sotsiaalse tegevuse väidete kohta soo, vanuse ja haridustasemete lõikes

Tunnus	Kategooria	Keskväärtus		Levene'i test (p)	2 sõltumatu grupi T-test (p)
		¹ Seadustest kinni pidamine	² Ärietikast kinnipidamine		
Sugu	Mees	4,40	4,13	¹ 0,000*	¹ 0,000*
	Naine	4,63	4,34	² 0,831	² 0,000*
ANOVA					
Vanus	Kuni 24	4,55	4,15		
	25-34	4,51	4,25		
	35-44	4,54	4,26	¹ 0,000*	¹ 0,006*
	45-54	4,59	4,34	² 0,426	² 0,000*
	55-64	4,56	4,26		
	Üle 65	4,55	4,20		
Kruskal Wallise H-test					
Haridus	Põhiharidus	4,43	4,03		
	Kesk(eri)haridus	4,51	4,21	¹ 0,000*	¹ 0,000*
	Kõrgharidus	4,58	4,32	² 0,276	² 0,000*
	Magistri-, doktorikraad	4,60	4,33		

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Lisa G

Dispersioonanalüüsi tulemused välimise sotsiaalse tegevuse väidete kohta sektorite lõikes

Sektor	Keskväärtus	
	Seadustest kinni pidamine	Ärietikast kinni pidamine
Finants- ja ärijuhtimine	4,64	4,43
Tervishoid	4,60	4,35
Põllumajandus	4,47	4,31
Haridus	4,60	4,19
Ehitus	4,37	4,20
Tööstus, kaubandus	4,52	4,21
Avalik-õiguslik	4,64	4,24
IT	4,47	4,16
Muu	4,60	4,37
Kruskal Wallise H-test	0,000*	0,000*

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Lisa H

Dispersioonanalüüsi tulemused sisemise sotsiaalse tegevuse väidete kohta soo, vanuse ja haridustasemetete lõikes

Tunnus	Kategooria	Keskväärtus			Levene'i test (p)	2 sõltumatu grupi T-test (p)
		¹ Ebaeetiline kohtlemine mitte sallitud	² Võrdne kohtlemine	³ Sõnade ja tegude kooskõla		
Sugu	Mees	4,32	4,36	4,57	¹ 0,000*	¹ 0,000*
	Naine	4,57	4,64	4,72	² 0,000* ³ 0,000*	² 0,000* ³ 0,000*
Vanus	Kuni 24	4,37	4,57	4,69		
	25-34	4,43	4,56	4,68	¹ 0,000*	¹ 0,000*
	35-44	4,43	4,48	4,64	² 0,001*	² 0,001*
	45-54	4,54	4,56	4,68	³ 0,000*	³ 0,213
	55-64	4,55	4,57	4,67		
	Üle 65	4,55	4,52	4,62		
Haridus	Põhiharidus	4,31	4,42	4,48		
	Kesk(eri)haridus	4,43	4,52	4,62	¹ 0,000*	¹ 0,000*
	Kõrgharidus	4,51	4,55	4,70	² 0,000*	² 0,000*
	Magistri-, doktorikraad	4,57	4,59	4,73	³ 0,000*	³ 0,000*

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus,

Vanus – ANOVA test, Haridus – Kruskal Wallise H-test

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Lisa I

Dispersioonanalüüsi tulemused sisemise sotsiaalse tegevuse väidete kohta sektorite lõikes

Sektor	Keskväärtus		
	Ebaeetilise käitumise mitte sallimine	Võrdne kohtlemine	Juhtkonna tegude ja sõnade kooskõla
Finants- ja ärijuhtimine	4,59	4,62	4,75
Tervishoid	4,54	4,65	4,67
Põllumajandus	4,46	4,46	4,56
Haridus	4,62	4,62	4,73
Ehitus	4,31	4,33	4,57
Tööstus, kaubandus	4,43	4,50	4,60
Avalik-õiguslik	4,54	4,62	4,68
IT	4,33	4,44	4,63
Muu	4,58	4,67	4,71
Kruskal Wallise H-test	0,000*	0,000*	0,000*

Märkus: * - erinevus on statistiliselt oluline usaldusnivool $p < 0,05$; p – olulisuse tõenäosus

Allikas: autori koostatud SPSS andmetabelite põhjal

Summary

EMPLOYEE EXPECTATIONS ON ORGANIZATIONAL ETHICS IN ESTONIA

Annabel Loorits

Nowadays ethical organization is very important for different groups in our society. The growing interest in ethicality is also among scientists, who have been doing researches about ethics in workplace and how gender and age are affecting ethical decisions. Big global organizations are trying to be role models with their sustainable and environmental-friendly actions.

Ethicality is defined as moral internal behavior which core values are honesty and fairness and the courage to do business right. Important key words are also morality and corporate social responsibility (CSR) which helps a company be socially accountable to the people around them. It means that the company cares for their employees and customers by investing money in the community to make people happy. Ethical leaders have a role to improve the living standards and find solutions to the problems in society.

The aim of this bachelor thesis is to find out the employees' expectations on their employer ethicality through three main aspects: environmental care, charitable activity and social responsibilities. The main purpose is to find out which ethical values are more important for Estonian workers. For that, the author has set tasks that help to achieve the purpose:

- 1) define ethical organization, ethical employer and corporate social responsibilities;
- 2) describe peoples' expectations on environmental, charitable and social activities based on previous studies;
- 3) analyze the questionnaire which is done by the Salary Information Agency in autumn 2019;
- 4) make conclusions on which ethical values are more important to Estonians.

In theoretical part there are definitions about ethicality and also explained what an ethical leader should be and which actions are considered to be important for people. There are several examples about companies who are sustainable and environmentally-friendly, investing in community or charities.

For method, there is used a questionnaire which is organized by the Salary Information Agency in autumn 2019. In the questionnaire there are 141 questions about peoples' social-demographic information, their salary, sector where they are working and also some questions about values and expectations which they consider to be important in the work environment. In the questionnaire there is used Likert scale where 1 means "Not important" and 5 means "Very important". The analysis is done by gender, age, education level and professional sector.

Like some previous researches and also this study of the bachelor thesis has shown, women evaluate ethical values higher than men. When other researches have proved that women are more ethical themselves, then present analysis showed that women expect more than men

from the organization they work for. In addition, older people and people with higher education evaluate different ethical values higher than younger people with lower education level.

In the future this study could be done analyzing the differences between positions in the organizations or considering income or residence. It would be interesting to interview different people in the organization, the employees and also the board members.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Annabel Loorits,

annan ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose “Töötajate ootused organisatsiooni eetilisele Eestis”,

mille juhendaja on Krista Jaakson,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Annabel Loorits
12.01.2022