



HARIDUS- JA
TEADUSMINISTEERIUM



Tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteem OSKA

Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele:

Kaubandus, rentimine ja parandus

Uuringu terviktekst

Tallinn 2018

Kutsekoda

Koostajad: Katrin Pihl ja Anneli Leemet, SA Kutsekoda
Retsensendid: Nele Peil, Kai Realo, Ivi Lillepuu, Marika Merilai
Akadeemiline toimetaja: Olav Aarna, SA Kutsekoda
Keeletoimetaja: Kadi Kivilo

Täname uuringu valmimisele kaasaaitamise eest: Anne Laar, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium; Külli Kraner, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium; Irina Raudsepp, Bauhof Group AS; Hedi Nurme-McDonald, Circle-K Eesti AS; Salome Virkus, SA Kutsekoda; intervjuueeritud, retsensente jt valdkonna esindajaid.

Täname valdkonna eksperdikogu liikmeid: Nele Peil, Eesti Kaupmeeste Liit; Signe Kõiv, E-Kaubanduse Liit; Karin Ruul, Haridus- ja Teadusministeerium; Külli All, Haridus- ja Teadusministeerium; Kadi Rebassoo, Haridus- ja Teadusministeerium; Madis Ehastu, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium; Anu Moosel, SA Innove; Aive Antson, Tallinna Teeninduskool; Heve Kirikal, Lääne-Viru Rakenduskõrgkool; Kaie Pärn, Pärnumaa Kutsehariduskeskus; Mike Wahl, Tallinna Tehnikaülikool; Miia Rohtmets, Prisma Peremarket AS; Ivar Pikk, AS Espak; Kristi Pukk, Bauhof Group AS; Külli Uhs, Baltika AS; Maarika Lember, Circle-K Eesti AS; Kaire Tero, Rimi Eesti Food AS; Igor Grudkin, Tallinna Kaubamaja AS; Katrina Ninepu-Roosaar, Kaupmees ja KO AS; Külliki Koppel, Coop Eesti Keskühistu.

Rakendusuuring on valminud „Ühtekuuluvuspoliitika fondide rakenduskava 2014–2020“ prioriteetse suuna „Prioriteetne suund 1: ühiskonna vajadustele vastav haridus ja hea ettevalmistus osalemaks tööturul“ ELi vahendite kasutamise eesmärgi 5: „Õpe kutse- ja kõrghariduses on suuremas vastavuses tööturu vajadustega“ meetme „Õppe seostamine tööturu vajadustega“ tegevuse „Tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteemi loomine“ ehk oskuste arendamise koordinatsioonisüsteemi loomine (edaspidi OSKA) eesmärkide elluviimiseks ja tulemuste saavutamiseks.

Väljaandja: SA Kutsekoda
Autoriõigus: SA Kutsekoda, 2018

Eessõna

Kaubandus on Eestis suuruselt teine majandussektor, seda nii tööandjana Eesti inimestele kui ka panuse poolest sisemajanduse kogutoodangusse. Kuigi kaubandus on selgelt traditsiooniline majandusvaldkond, on innovatsioon pidev ja kiire ning uuenduste mõjusid tunnetavad laiad ühiskonnagrupid tänu muutuste oma igapäevaelus. Nende muutustega peavad kohanema ka kaubandussektori töötajad, iga üheksas eestimaalane, ning nende töötajate toetamiseks välja töötatud koolitusprogrammid.

Arengut vaatleb kaubandussektor sageli tarbijakogemuse kaudu. Turg liigub suurema personaliseeritusega pakumiste ja reklaamide poole, mis põhinevad suurandmetel. Kauplusekeskkond ja müügipersonal pakuvad väärtust emotsiooni loomise ning teeninduskogemuse kaudu. Arvestades seda, kui paljud tooted muutuvad järjest nutikamaks ja seeläbi keerukamaks (näiteks elektroonika, ehitusmaterjalid, seadmed), on oluline müügipersonali konsulteerimisoskus. Tarbija vajab üha keerulisemate toodete valikul ja hooldusel abi professionaalsetelt müügikonsultantidelt. Samasuguseid spetsialiste ja tootejuhte vajab lisaks jaekaubandusele ka hulgikaubandus. Seega otsivad kaupmehed nii praegu kui ka viie aasta pärast just heade müügioskuste ja kõrge klienditeeninduskogemuse pakumise võimega töötajaid. Organisatsioonidel on trend muutuda lamedamaks, mis tähendab, et kasvab vajadus inimeste enesejuhtimisoskuse järele.

Kaubanduses tervikuna väheneb lihtsamate tööülesannete osatähtsus tänu iseteeninduskassadele, riiulite täitmise robotitele ja automatiseeritud tellimissüsteemidele. Samal ajal suunab jõudsalt arenev e-kaubandus teatud toodete ostmise soodsasse ja pool-automatiseeritud kanalisse, kus klient saab üldse inimestega suhtlemist vältida. Personaliseeritud ostunimekirja alusel tarnitakse kaup kodulähedasse kappi ning kliendile nähtamatult teevad inimtööd komplekteerijad ja kullerid, kuigi needki ametid ilmselt mingil hetkel automatiseeritakse.

Tööjõuturg liigub sektoritest sõltumatult suurema liikuvuse poole, inimesed vahetavad töökohti järjest kiiremini. Kaubanduse klienditeenindaja amet sobib hästi esimeseks töökogemuseks noortele, kes on ühtlasi vähim püsiv osa tööjõust. Ettevõtted on endale teadvustanud, et ei saa eeldada noorelt valmisolekut veeta 1–2 aastat tasemeõppes, omandamaks kutset ametile, mida noor inimene peab vaid aasta või paar. Seega vajavad kaubandusettevõtted lühikesi n-ö koolitusampse oma lühiajalisele müügipersonalile, et paari nädala või paari kuuga klienditeenindajaid lihtsamateks toiminguteks poes välja õpetada. Sarnased koolitusampsud on enesetäienduseks vajalikud ka professionaalsele püsipersonalile, kes peab täiendõppega tegelema päevatöö kõrvalt.

Tööjõupuudus sektoris väga tõenäoliselt 10 aasta perspektiivis ei kao, mistõttu peab kaubandus muutuma nii, et ta vajaks vähem inimtööjõudu ning kasutaks efektiivselt ära ja motiveeriks ning arendaks oma olemasolevaid töötajaid. Et kohaneda pidevalt muutuva kaubandusmaastikuga ning suuta konkureerida maailma e-kaubandushiidudega, on vajalik, et Eesti kaubandustöötajad oleksid valmis elukestvaks õppeks ja arenemiseks oma valdkonnas ning et tööandjad seda arengut igati soodustaksid.

Nele Peil

Eesti Kaupmeeste Liidu tegevjuht

Sisukord

Eessõna.....	3
Sisukord	4
Olulisemad mõisted ja lühendid.....	6
Lühikokkuvõte	7
Sissejuhatus	10
Metoodika	11
1. Valdkond ja põhikutsealad	16
1.1. Kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonna määratlus	16
1.2. Põhikutsealade määratlus	16
1.3. Põhikutsealade kirjeldus.....	19
2. Valdkonna tööjõu ja oskuste vajadust mõjutavad trendid, uuringud ja arengukavad	26
2.1. Valdkonna arengut mõjutavad trendid ja mõjurid.....	26
2.2. Riiklikud õigusaktid, arengudokumendid ja valdkonna uuringud	34
2.3. Valdkonna võimalikud uued ametid.....	37
3. Valdkonna majanduslik seisund ja selle arengudünaamika	39
3.1. Ettevõtete arv ja suurus	40
3.2. Kauplemiskohtade arv ja kaupluste müügi pind	41
3.3. Käive	43
3.4. Tööviljakus.....	44
3.5. Palk	45
3.6. Hõivatud valdkonnas	47
4. Valdkonna oskuste vajadus	55
4.1. Muutused oskuste vajaduses	56
4.2. Kutsestandardite vajadus	61
5. Valdkonna tööjõuvajadus ja hõiveprognosis	62
6. Koolituspakkumine	69
6.1. Tasemeõppe õppekavad	70
6.2. Õppurite statistika tasemeõppes	73
6.3. Lõpetajate prognoos ja koolituspakkumine tasemeõppes.....	76
6.4. Õppe kvaliteet ja arenguvajadused	77
7. Tööjõunõudluse ja -pakkumise võrdlus.....	85
8. Kaubanduse, rentimise ja paranduse uuringu järeldused ja ettepanekud	91
8.1. Tööjõupuudusega seotud kitsaskohad ja ettepanekud	91

8.2. Ebapiisavate oskustega seotud kitsaskohad ja ettepanekud	94
Kasutatud allikad	98
LISA 1. Olulisemad mõisted	102
Lisa 2. KRP põhikutsealadesse hõlmatud ametialadel hõivatute arv ja jaotus tegevusalade kaupa (EMTAKi ja ISCO alusel)	105
Lisa 3. Analüüsitud õppekavad	106
Lisa 4. Koolituspakkumise määratlemine	111
Lisa 5. Tööjõunõudluse ja -pakkumise tasakaal	113
Lisa 6. MKM-i prognoosi metoodika	117
Lisa 7. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi koostatud tööjõuvajaduse prognoos KRP valdkonnale	120
Lisa 8. Keskmise brutotunnitasu KRP ametialade kaupa	123
Lisa 9. Kaubanduspind elaniku kohta, riikide võrdlus	126
Lisa 10. Ekspertintervjuu kava	127
Lisa 11. Intervjueeritute nimekiri	130

Olulisemad mõisted ja lühendid

BAK – bakalaureuseõpe

EKKA – Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuur

EL – Euroopa Liit

EMTAK – Eesti Majanduse Tegevusalade Klassifikaator

ETU – Eesti tööjõu-uuring

HTM – Haridus- ja Teadusministeerium

ISCED - rahvusvaheline ühtne hariduse liigitus

ISCO – ametite klassifikaator

KRP – kaubandus, rentimine ja parandus

KUT – kutseharidus

MA – magistriõpe

MKM – Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium

PKA – põhikutseala

RAK – rakenduskõrgharidusõpe

REL 2011 – rahva- ja eluruumide loendus 2011

VEK – valdkondlik eksperdikogu

Õppeasutused:

AK – ametikool

EKA – Eesti Kunstiakadeemia

KHK – kutsehariduskeskus

LVRKK – Lääne-Viru Rakenduskõrgkool

THK – tööstushariduskeskus

TTÜ – Tallinna Tehnikaülikool

Lühikokkuvõte

OSKA kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonna (edaspidi KRP või valdkond) uuring otsib vastust küsimusele, milline on KRP valdkonna tööjõu- ja oskuste vajadus lähema kümne aasta jooksul ning esitab ettepanekud, kuidas tööjõu- ja oskuste vajadust täita. Lühikokkuvõttes on välja toodud uuringu kõige olulisemad tulemused.

KRP ettevõtted moodustavad ligi viiendiku kõigist Eesti ettevõtetest ning pakuvad tööd üle 72 000 inimesele ehk igale üheksandale hõivatule Eestis. Majandusnäitajate poolest on valdkond ebaühtlane, märkimisväärsed erinevused tegevusalade vahel ilmnevad nii käibemahtudes, tööviljakuses kui ka palgatasemes. Rentimise ja hulgikaubanduse tegevusalad paistavad silma keskmisest paremate näitajatega.

Hõive poolest suurimaks valdkonna tegevusalaks on jaekaubandus, kus töötab üle 70% valdkonna ettevõtetes hõivatutest. Eesti kaubandust on viimasel ajal iseloomustanud tormiline areng, millest annab märku järjest kasvav kauplemiskohtade arv, kuid eelkõige siiski märkimisväärne kogus lisandunud müügipinda. Samuti torkavad silma investeeringud tehnoloogia arengusse, järjest kasvav *online*-müügikäive ja iseteeninduskassade osakaal. Siiski peab nentima, et kaubanduspinna tootlikkus ehk müügitulu kaupluse m² kohta ei ole kasvanud müügipinna lisandumisega samas tempos.

Ülemaailmsetest trendidest mõjutavad KRP tööjõu- ja oskuste vajadust tulevikus enim sotsiaal-demograafilised muutused, tehnoloogiline areng ja innovatsioon, töövormide ja töökultuuri teisenemine ning tarbija ootuste ja väärtuste muutumine.

Prognoosi kohaselt väheneb hõivatute arv KRP valdkonnas ligikaudu 2%, seda eriti teenindustöötajate arvu vähenemise tõttu:

- ✚ Suurim on vähenevate töökohtade osakaal teenindus- ja oskustöötajate ametirühmas (u 4%), kus stabiilne tööjõuvajadus säilib vaid müügikorraldajate põhikutsealal.
- ✚ Spetsialistide tööjõuvajadus kahaneb samuti, kuid veidi väiksemas ulatuses (u 1%). Siin on arvukaimaks müügiesindajate põhikutseala, mille puhul töökohtade arv kaubandusettevõtetes kahaneb mõõdukalt, kuid teistel tegevusaladel (nt tootmises) pigem kasvab tagasihoidlikult.
- ✚ Juhtide töökohtade arv kasvab tagasihoidlikult (u 2%), eeskätt tänu mõõdukalt suurenevale vajadusele müügi- ja turundusjuhtide järele.
- ✚ Rutiinsete ostuprotsesside liikumine digikanalitesse ja selliste funktsioonide automatiseerimine, mis ei loo tarbijakogemuse seisukohalt otsest lisaväärtust, võimaldavad efektiivsemat tööjõukasutust. Paralleelselt kasvab klienditeenindaja kui konsultandi roll teatud niššides, kus tooted muutuvad järjest spetsiifilisemaks.
- ✚ Tööandjate tunnetatud tööjõupuudus võib soodustada innovaatiliste tehnoloogiliste lahenduste kasutuselevõttu, protsesside jätkuvat automatiseerimist ja iseteenindusvõimaluste laienemist.
- ✚ Väljakutse parendada tiheneva konkurentsi tõttu ostukeskkonna ja -kogemuse kvaliteeti kasvatab tarbijakäitumise ja müügitulemuste analüüsiga seotud tegevuste rolli oluliselt pea kõigil juhtide ja spetsialistide kutsealadel.

- ✚ Müügitegevuse siirdumine digikanalitesse suurendab ettevõtte igapäevase tegevuse käigus tekkivate andmete hulka, mille oskuslik kasutamine võimaldab oluliselt kasvatada ettevõtete tegevuse tulemuslikkust ja konkurentsivõimet.
- ✚ Hulgikaubanduses paistab silma jätkuvalt kahanev tööjõuvajadus, kuna tiheneva konkurentsi tingimustes on jaeketid järjest enam üle võtmas funktsioone, mida varem täitsid hulgikaubandus ja logistika.
- ✚ Tarbeesemete parandusega seotud ettevõtete tööjõuvajadust mõjutab enim tarbekaupade järjest lühenev eluiga ja madalam hinnatase. Seda tendentsi võib tulevikus veelgi süvendada piiriülese e-kaubanduse laiem levik ja tarbijate kasvav ostujõud.

Üleilmsete trendide ja valdkonna arengu tõttu muutuvad erinevatel põhikutsealadel järjest olulisemaks järgmised tulevikuoskused¹ ja -teadmised:

- ✚ **erialased teadmised ja oskused** – valdkondlikud IKT-kompetentsid (sh suurandmete töötlemine ja kasutamine), kategooria- ja ostujuhtimine, müügipsühholoogia, müügitöö oskus, planogrammide koostamine ja kauba väljapanek, turunduskompetentsid, analüüsioskus, majandus-, õigus- ja ettevõtlusteadmised, üldine tehniline taip ja oskused, kontseptuaalne ja strateegiline mõtlemine, erinevate ülesannete täitmiseks vajalikud laiapõhjalised teadmised ja oskused;
- ✚ **sotsiaalsed oskused** – suhtlusoskus, eesti, inglise ja vene keele oskus, meeskonnatööoskus, suuline ja kirjalik eneseväljendusoskus, juhtimiskompetentsid (sh inimeste juhtimine ja protsesside juhtimine), psühholoogiaalased kompetentsid, probleemilahendusoskus;
- ✚ **sobivad isikuomadused** – enese- ja ajajuhtimine, planeerimisoskus, kohanemisvõime, vastutuse võtmine, iseseisvus, enesemüügoskus, stressitaluvus, töötahe, püsivus, valmisolek elukestvaks õppeks ja pidevaks enesetäiendamiseks, tulemustele orienteeritus, tolerantus.

Valdkonnaga seotud koolituspakkumise struktuuris ja sisus on mitmeid vastuolusid praeguse pakkumise ja ettevõtete tegelike vajaduste vahel:

- ✚ KRP valdkonnas tõuseb reljeefselt esile puudus kaubandusvaldkonna spetsiifilisest kompetentsist, eeskätt kategooriajuhtimise- ja sisseostuoskusi valdavatest töötajatest nii jae- kui hulgikaubanduses.
- ✚ Spetsialistide tasemel ei jätku piisavalt kaubandusvaldkonna spetsiifiliste teadmistega tööjõudu väljapanekute spetsialistide ja tootejuhtide põhikutsealadele. Müügiesindajate puhul (nii tipp- kui keskastmespetsialistide tasemel) tööjõu- ja oskuste puudust väidetavalt ei tunnetata.
- ✚ Teenindus- ja müügitöötajate ametirühmas ilmnes müüja-klienditeenindaja põhikutsealal tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlusel turutõrge. Prognoositav lõpetajate arv ületab statistiliselt nõudlust, kuid tööandjad tunnetavad sellele vaatamata teravalt tööjõupuudust.

¹ Tulevikuoskused – oskused, mis lähitulevikus muutuvad veelgi olulisemaks ning mis aitavad ettevõtte konkurentsivõimet tõsta

Valdkonna ettevõtted tunnetavad teravat tööjõupuudust, kõrge on tööjõuvoolavus, mis on lisaks valdkonnavälistele mõjuritele tingitud ka valdkonnasisestest struktuursetest probleemidest:

- ✚ Demotiveerivatel palga- ja töötingimustel on ilmselt otsene seos nii tööjõu voolavusega kui ka põhjustega, miks KRPs töötavad inimesed ei ole motiveeritud valdkonna spetsiifilist haridust omandama või katkestavad õpingud.
- ✚ Lõpetajad ei jõua KRP valdkonda või ei jää sinna püsima. Levinud on ettevõtete vaheline tööjõu üleostmine.
- ✚ Joonistub välja tendents, kus ka madalamatel ametikohtadel töötavatelt töötajatelt eeldatakse sageli juhtidega sarnaseid kompetentse ning vastupidi. Hoolimata väga kõrgetest nõudmistest oskustele ei ole palgapakkumine nende ootustega kooskõlas.
- ✚ Valdkonnas on tavaks, et tööandjad ei väärtusta erialast haridust ning valdkonda sisenetakse ilma vastava ettevalmistuseta. Tavapärased on ettevõttesisesed karjääriteed ning järelkasvu mudelid.

KRP valdkonnas on vaja parandada koostööd ettevõtete, sh erialaliitude, ja koolide vahel, et toetada valdkonna positiivse kuvandi loomist, populariseerida valdkonna erialasid, parendada praktikakorraldust ning tagada valdkonna õppe kaasaegsus (sh õppejõudude ja kutseõpetajate kaasaegsed teadmised):

- ✚ Kaubanduserialad, eriti müüja-klienditeenindaja õpe, on noorte seas ebapopulaarsed ning ei kutsu õppima. Jaekaubanduse mainet, palgataset ja prestiiži tööandjana peetakse ühiskonnas madalaks, mis vähendab noorte huvi end erialaselt harida ning valdkonnas tööle asuda.
- ✚ Seoses trendidega maailmas tuleb pöörata rohkem tähelepanu ja luua võimalused paindlike töövormide loomiseks, sealjuures teha vastavaid muudatusi maksusüsteemis ja tööseadusandluses, et soodustada osalise ajaga töötamist.
- ✚ Kutsehariduses (edaspidi ka KUT) ja rakenduskõrghariduses peab õppetöö läbiviimisesse kaasama senisest enam valdkonnas töötavaid eksperte (nt erialavilistlasi), et tagada kõige kaasaegsema praktilise kogemuse jõudmine klassiruumi. Samuti on oluline koolide toetus enda õppejõudude ja kutseõpetajate stažeerimisele.
- ✚ Praktikakorralduse parendamiseks ja selle sisulisemaks muutumiseks tuleb tugevdada usalduslikku koostööd tööandja, praktikandi ja kooli vahel praktika eel, selle ajal ja pärast praktikat.

Sissejuhatus

Vabariigi Valitsus kiitis 2014. aasta veebruaris heaks tööturu vajaduste ja koolituspakkumise paremaks sidumiseks tööturu seire ja prognoosi ning oskuste arendamise koordinatsioonisüsteemi kontseptsiooni. Seda on lühidalt hakatud nimetama OSKA süsteemiks ehk lihtsalt OSKA-ks². OSKA arendamist koordineerib SA Kutsekoda.

OSKA eesmärk on tööturul toimuvate muutuste ja ühiskonna vajaduste võimalikult kiire jõudmine koolituspakkumisse. Vajalike oskustega tööjõu nappus on demograafiliste muutuste ja madala töötuse määra taustal muutunud ettevõtetele üheks suurimaks arengut takistavaks teguriks. Samuti on Eesti seadnud konkurentsivõime kavas „Eesti 2020“ keskeks eesmärgiks tootlikkuse ja tööhõive³ tõstmise.

OSKA seob mitmete tööturu osapoolte ekspertteadmise haridus- ja koolitusteenuste struktuuri, mahu ja sisu planeerimist toetavaks süsteemiks, toetab tööandjate ja õppeasutuste koostööd õppekavade arendamisel ning ajakohase tööturu info jõudmist karjääriteenustesse. Selle saavutamiseks tehakse OSKA programmi raames detailsemad tööjõu- ja oskuste vajadust käsitlevad uuringud keskmiselt viie majandusvaldkonna kohta aastas.

Uuringu aruandes esitatakse OSKA raames läbi viidud **kaubanduse, rentimise ja paranduse** valdkonna rakendusuuringu tulemused. Uuringu eesmärk on **selgitada välja KRP valdkonna tööjõu- ja oskuste vajadus lähema kümne aasta jooksul ning esitada ettepanekud, kuidas tööjõu- ja oskuste vajadust täita**. Nimetatud eesmärgi saavutamiseks kasutati uuringus nii kvantitatiivseid kui ka kvalitatiivseid uurimismeetodeid. Valdkonna töö- ja haridusmaailma ekspertide kaasabil sõnastati ettepanekud ja soovitused, kuidas tööjõuvajadust ning koolituspakkumist omavahel paremini siduda. Ettepanekud on esitatud, et muuta taseme-, täiendus- või ümberõppe mahtu, õppe kvaliteeti ja oskuste omandamist mõjutavaid tegureid ning luua valdkonnast positiivne kuvand. Kuigi ettepanekud on sõnastatud tegevustena, pole tegemist rakenduskavaga, vaid soovitustega, mille põhjal saavad osapooled koostada oma tegevusplaani. Samuti tuleb silmas pidada, et kuigi uuringus on arvesse võetud valdkonna tõenäolisi arengusuundi, võib oluliste taustategurite muutudes muutuda ka tööjõuvajadus.

² Uuringus kasutatud OSKA põhimõisted koos seletustega on toodud lisas 1.

³ Konkurentsivõime kava „Eesti 2020“. <https://riigikantselei.ee/et/konkurentsivoime-kava-eesti-2020>

Metoodika

OSKA valdkondlike uuringute läbiviimiseks on töötatud välja ühtne metoodika, milles on pandud paika põhialused ning kirjeldatud tulemusteni jõudmise teed. OSKA metoodika on leitav www.kutsekoda.ee/oska

OSKA valdkondlike tööjõu- ja oskuste vajaduse uuringute eesmärgiks on analüüsida ning prognoosida, kuidas muutuvad lähema 5–10 aasta jooksul valdkonna kutsealadel hõive ning vajatavad oskused ning milliseid muutusi oleks sellest tulenevalt vaja teha koolituspakkumises jt osapooltel, et muutuvatele vajadustele paremini vastata. Käesoleva uuringu peamiseks eesmärgiks ongi välja selgitada, **kuidas muuta koolituspakkumist, et täita KRP valdkonna tööjõu- ja oskuste vajadust lähemal kümnel aastal.**

Uurimiseesmärgist lähtuvalt püstitati järgmised **uurimisküsimused**:

-  Millisena nähakse valdkonna arengut lähemal kümnel aastal?
-  Milline on valdkonna majanduslik seisund praegu (sh hõive) ja milline on olnud selle arengudünaamika lähiminevikus?
-  Mis on valdkonna (tuleviku)põhikutsealad⁴?
-  Kui palju vajatakse põhikutsealadel tööjõudu lähemal kümnel aastal?
-  Milliste oskustega töötajaid vajatakse lähemal kümnel aastal?
-  Milline on valdkonna praegune koolituspakkumine?
-  Kuidas vastab koolituspakkumine prognoositavale tööjõuvajadusele?
-  Mida muuta õppekavade arenduses, täiendusõppes ja koolituskohtade arvus õppetaseti, et täita valdkonna koolitusvajadust lähemal kümnel aastal?

Uuringu raames moodustati Kutsekoja juhatuse 27.06.2018 korraldusega nr 1-3/22/O KRP **valdkonna eksperdikogu** (edaspidi ka VEK). Käesolevat uuringut eristab traditsioonilisest analüütilisest tegevusest eeskätt asjaolu, et vahetulemusi valideeriti samm-sammult valdkonna eksperdikogus. Protsess oli kahesuunaline:

-  ühelt poolt vaatasid eksperdid üle ja andsid oma heakskiidu analüüsi vahetulemustele;
-  teiselt poolt käsitleti eksperdikogus toimunud arutelusid osana kogutavast empiirilisest materjalist, st tõlgendati ja analüüsiti paralleelselt ekspertintervjuudega, võttes arvesse konkreetse teema konteksti ja selle kohta kogutud taustamaterjale.

Lisaks eksperdikogu aruteludele kasutati andmeallikadena ekspertintervjuusid, statistikat, varasemaid uuringuid, arengukavasid, globaalsete tulevikutrendide käsitlusi ning muid asjakohaseid dokumente. Valdkonna majandusliku seisundi analüüsis tugineti peamiselt Statistikaameti andmetele ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tööjõuvajaduse ja -pakkumise prognoosi andmetele aastani 2025 (edaspidi MKM-i prognoos)⁵. MKM-i prognoosi hõivenäitajad põhinevad REL2011 andmetel, mida on kaasajastatud 2014.–2016. a tööjõu-uuringute keskmiste näitajatega.

⁴ Dokumendis kasutatavate põhimõistete määratlused on esitatud lisas 1 „Olulisemad mõisted“.

⁵ MKM-i koduleht. <https://www.mkm.ee/et/analused-ja-uuringud>. MKM-i koostatud „Tööjõuvajaduse prognoos KRP valdkonnale“ on esitatud lisas 7 ning prognoosi metoodika kirjeldus lisas 6.

VEK-i ülesandeks oli toetada uuringumeeskonda⁶ kogutud informatsiooni tõlgendamisel, valideerimisel ja järelduste tegemisel, sh:

-  hinnata, kuidas globaalsed tulevikutrendid ja Eesti arengustrateegiad mõjutavad valdkonna võimalikku arengut ning tööjõuvajadust;
-  hinnata, milliste oskustega töötajaid vajab valdkond lähiajal ja kümne aasta pärast;
-  hinnata valdkonna koolituspakkumist ja sõnastada valdkonna tööturu koolitustellimus;
-  teha ettepanekuid tegevusteks, mis toetaksid tööturu vajadustest lähtuvat koolituskohtade kujundamist ja oskuste õpetamist.

Detsembrist 2017 kuni septembrini 2018 toimus 5 eksperdikogu koosolekut:

1. 15.12.2017: ülevaade OSKA protsessist ja metoodikast; eksperdikogu tegevuskava; põhikutsealade määratlemine;
2. 21.03.2018: põhikutsealade hõive prognoos; üleilmsete tulevikutrendide mõju hindamine valdkonna tööjõu- ja oskuste vajadusele;
3. 15.05.2018: põhikutsealade tööjõuvajaduse ja hariduspakkumise võrdlus;
4. 21.06.2018: põhisõnumite ja ettepanekute sõnastamine;
5. 25.09.2018: uuringutulemuste esitlemine.

Lisaks eksperdikogu aruteludele kasutati andmeallikatena ekspertintervjuusid, statistikat, varasemaid uuringuid, arengukavasid, globaalsete tulevikutrendide käsitlusi ning muid asjakohaseid dokumente. Valdkonna majandusliku seisundi analüüsis tugineti peamiselt Statistikaameti andmetele ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tööjõuvajaduse ja -pakkumise prognoosi andmetele aastani 2025 (edaspidi MKM-i prognoos)⁷. MKM-i prognoosi hõivenäitajad põhinevad REL2011 andmetel, mida on kaasajastatud 2014.–2016. a tööjõu-uuringute keskmiste näitajatega.

Poolstruktureeritud **ekspertintervjuud** (nii grupi- kui individuaalintervjuud) tulevikutrendide ning tööjõu- ja oskuste vajaduse teemal viidi läbi ajavahemikul detsember 2017 – juuni 2018. Kokku intervjueeriti 34 eksperti erinevatest ettevõtetest ja asutustest. Intervjueeritute hulgas oli nii eksperdikogu liikmeid kui ka asjatundjaid väljastpoolt eksperdikogu. Aprillis 2018 toimus kaks fookusgrupi kohtumist koolide esindajatega erinevate alavaldkondade koolituspakkumise täpsustamiseks. Intervjueeritavate valikul peeti silmas, et esindatud oleks teadmine ja kogemus KRP tööjõu- ja oskuste vajaduse kohta tööandjate perspektiivist, valdkonna koolituspakkumisest ning ka üldisest majandus- ja hariduspoliitilisest kontekstist. Ekspertintervjuude kava on toodud lisas 10. Intervjuude analüüsi tulemusi on kasutatud uuringu erinevate osade koostamisel. Intervjuud ja eksperdikogus toimunud arutelud lindistati, transkribeeriti ning analüüsiks kasutati programmi *QDA Miner Lite*.

⁶ OSKA valdkonnauuringu meeskonna määratluse leiab: <http://oska.kutsekoda.ee/oskast/oska-metoodika/>

⁷ MKM-i koduleht <https://www.mkm.ee/et/analusid-ja-uuringud>. MKM-i koostatud „Tööjõuvajaduse prognoos KRP valdkonnale“ on esitatud lisas 7 ning prognoosi metoodika kirjeldus lisas 6.

Uuringu läbiviimisel kasutati järgmist etapiviisilist metodoloogilist lähenemist:

1. Rahvusvahelise ametialade klassifikaatori ISCO08⁸ alusel koondati ja analüüsiti valdkonna ametialade kohta olemasolevaid andmeid, et moodustada põhikutsealad. Vastuseid otsiti küsimusele:

-  Kui palju inimesi ja mis ametialal KRP valdkonnas töötab?
-  Millised on tegevusvaldkonna toimimiseks olulise tähtsusega ametialad?
-  Millised on KRP valdkonna jaoks spetsiifilist ettevalmistust nõudvad ametialad?
-  Millised ametialad eeldavad sarnast ettevalmistust?
-  Millised on kahaneva/kasvava nõudlusega ametid ja ametirühmad?

Küsimustele vastuste leidmiseks intervjuueriti lisaks erialaliitude ja ettevõtete esindajaid, analüüsiti MKM-i prognoosi andmeid valdkonna ametialade kohta ja valdkonna kehtivates kutsestandardites⁹ toodud töökirjeldusi. Tulemust valideeriti VEK-is.

2. Koguti ja analüüsiti infot valdkonna üldiste arengutrendide ja strateegilistes dokumentides¹⁰ kavandatud muutuste kohta. Vastuseid otsiti küsimusele:

-  Milliseid muutusi on valdkonnas kavandatud?
-  Milliseid tehnoloogiamuutusi on valdkonnas oodata?
-  Milliseid muutusi tehnoloogiatrendide ja strateegiliste arengukavade realiseerumisel on valdkonnas oodata?
-  Millised ootused tööjõuvajadusele ja tulevastele tööoskustele nende muutustega kaasnevad?

Küsimustele vastuste leidmiseks analüüsiti erinevaid arengukavasid ja KRP tulevikku kirjeldavaid trende. Analüüsi tulemusi valideeriti ja täiendati intervjuude raames ning valdkonna eksperdikogus.

3. Koostati valdkonna tööhõive prognoos aastani 2028. Vastuseid otsiti küsimustele:

-  Milliseid on valdkonna arengut enim mõjutavad trendid?
-  Milline on trendide mõju valdkonna tööjõuvajadusele?
-  Milline on valdkonna arengudünaamika ja hetkeseis majandusnäitajate põhjal (valdkonna osakaal ja positsioon Eesti majanduses, selle kitsaskohad ning arenguvõimalused)?
-  Milline on valdkonna tööjõuvajaduse prognoos põhikutsealati aastani 2028?

Valdkonna tööjõuvajaduse prognoosimisel kasutati MKM-i prognoosi andmeid, mida täpsustati ja täiendati ekspertintervjuudel ning -aruteludel kogutud hinnangutega ja valdkonna majanduslikku ja tööturu seisundit kirjeldavate andmetega. Seejuures tuleb arvestada, et MKM-i prognoos ei võimalda sobivate sisendandmete puudumise tõttu arvesse võtta majandussektorite ja riikide vahelist tööjõu liikumist.

⁸ Ametite klassifikaator. http://metaweb.stat.ee/view_xml.htm?id=3005499&siteLanguage=ee

⁹ Kutsestandardid. <http://kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid/otsing>.

¹⁰ Ülevaade valdkonna trendidest ja arengudokumentidest on 2. ptk-s.

4. Koguti ja analüüsiti eksperthinnanguid töötajate oskuste vajaduse kohta põhikutsealati 5–10 aasta perspektiivis. Vastuseid otsiti küsimustele:

-  Millised on oskused, mis on põhikutsealal tegutsemiseks praegu ja 5–10 aasta perspektiivis eriti olulised? Millised neist on praegusel töötajaskonnal ebapiisavad?
-  Millised on oskused, mis on põhikutsealal tegutsemiseks praegu olulised, kuid mille olulisus tulevikus kahaneb?
-  Millised kutsestandardid vajavad täiendamist ja milliste kutsestandardite väljatöötamine on vaja algetada?

5. Hinnati põhikutsealadel töötajate tööjõuvajaduse ja tasemeõppest koolituspakkumise vastavust. Otsiti vastuseid küsimustele:

-  Millised tasemeõppekavad valmistavad põhikutsealadele töötajaid ette?
-  Milline on viimase kolme aasta keskmine lõpetanute ja oodatava koolilõpetajate arvu võrdlus tööjõuvajadusega?
-  Millised on lõpphinnangud koolituspakkumise piisavusele tööjõuvajaduse katmiseks?

Tööjõuvajaduse ja -pakkumise võrdlemisel võivad ilmned varjatud takistused tööjõu järelkasvu tagamisel, kus vaatamata koolituskohtade olemasolule ja koolitustegevuse näilisele vastavusele koolitusvajadusega on valdkonnas tööjõu- ja/või vajalike kompetentside puudus. Sellist olukorda nimetatakse OSKA uuringus turutõrkeks. Turutõrke põhjuste uurimine võib eeldada lisaanalüüse hindamaks näiteks põhjalikumalt valdkonna majanduslikke arenguid, palgataset, töötingimusi, sektorisest või sektoritevahelist tööjõu mobiilsust, rännet, sisseastujate profiili, tasemeõppe lõpetanute asumist erialasele tööle, võimalusi lahendada tööjõuvajadus täiendõppe läbimise teel jms.

Tööjõuvajaduse arvestamine

Valdkonna vajadus uue tööjõu järele hõlmab OSKA prognoosis kahte tegurit: asendusvajadust ning kasvu-/kahanemisvajadust. **Asendusvajadus** hõlmab tööjõudu, mida vajatakse vanuse tõttu tööturult lahkuvate töötajate asendamiseks. **Kasvu-/kahanemisvajadus** lähtub põhikutsealal hõivatute koguarvu prognoositavast suurenemisest või vähenemisest ning modifitseerib asendusvajadusest tulenevat uue tööjõu vajadust (st kui kutseala on kasvav, on vaja igal aastal rohkem uut tööjõudu, kui pensionile siirdub, ning vastupidi). Asendusvajaduse hinnangud on võetud MKM-i prognoosimudelitest (vt lisa 6 ja 7). Kasvu-/kahanemisvajaduse analüüsimisel võeti arvesse intervjuudest ja VEK-ist pärinevaid eksperthinnanguid, valdkonna arenguperspektiive, arengutrende ja majandusnäitajate statistilisi trende.

Tööjõuvajadust mõjutab ka töötajate liikumine majandussektorite ja ametialade vahel, kuid seda tegurit ei ole vajalike andmete puudumisel võimalik OSKA prognoosis arvestada. Usaldusväärsete algandmete puudumise tõttu ei ole nõudluse hindamisel arvestatud rändega. Arvesse ei ole ka võetud, kui palju lõpetajaid reaalselt rakendub tööturul just nendel ametikohtadel, mis eeldavad saadud ettevalmistust.

Koolituspakkumise arvestamine

Koolituspakkumist arvestatakse kutse- ja kõrghariduses valdkonna põhikutsealadega seotud õppekavade kolme viimase õppeaasta keskmise lõpetajate arvu põhjal. Valdkonna koolituspakkumisse ei hõlmata kogu vastavate õppekavade lõpetajate hulka, kuna teatud õppekavadel valmistatakse ette töötajaid ka teistele valdkondadele. Seetõttu on tasemeõppe õppekavade lõpetajad arvestatud koolituspakkumisse proportsionaalselt vastava õppekava spetsialiseerumistele või toetudes

õppeasutuse hinnangule. Lähiaastate prognoositava lõpetajate arvu leidmisel on viimastel aastatel sisseastujate arvus toimunud muutus kantud proportsionaalselt üle viimase kolme õppeaasta lõpetajate arvu keskmisele. Selline mudel eeldab ühtlast katkestamiste määra. Vältimaks erinevate õppeastmete lõpetajate liitmisest tulenevat topeltarvestust kõrghariduses (nt magistriõppe lõpetajad on eelnevalt omandanud bakalaureusekraadi), on vastavate näitajate summeerimisel arvestatud võimalikke liikumisi õppeastmete vahel. Koolituspakkumine on läbi korrutatud 25–49-aastaste tööjõus osalemise määraga¹¹ (ETU andmetel).

6. Eelneva põhjal tehtud järelduste alusel sõnastati ettepanekud vajalike muutuste esilekutsumiseks, et täita valdkonna koolitusvajadust aastani 2028. Vastuseid otsiti küsimustele:

-  Milline on valdkonna koolituspakkumine praegu?
-  Millised on peamised soovitud tasemeõppe süsteemile, et rahuldada prognoositav tööjõu- ja oskuste vajadus (lõpetajate arv, erialade struktuur)?
-  Millised on peamised soovitud täiendus- ja ümberõppe süsteemile, et rahuldada prognoositav tööjõu- ja oskuste vajadus?
-  Millised on peamised soovitud haridussüsteemile oskuste kvaliteedi parandamiseks?

Küsimustele vastamiseks kasutati eeskätt eelnevate uurimisküsimuste vastustes tehtud järeldusi, tasemeõppe kvaliteedi hindamise aruannete¹² põhjal tehtud analüüsi tulemusi jm andmeid. Arendamist vajavate või tulevikuoskuste kirjeldamisel ei ole üldjuhul eristatud tasemeõpet ja täiendusõpet.

¹¹ Tööjõus osalemise määr – tööjõu (hõivatud ja töötud) osatähtsus tööealise rahvastiku hulgas.

¹² Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri andmebaas: <http://wd.archimedes.ee/andmebaas>

1. Valdkond ja põhikutsealad

Lühikokkuvõte

Peatükis määratletakse uuritav valdkond ja selle piirid statistiliste klassifikaatorite mõistes. Lisaks antakse ülevaade uuringuvaldkonda kuuluvatest kutsealadest – kuidas oleme need määratlenud ametite klassifikaatori vaatenurgast, milline on nende töö sisu ja levinumad karjääriteed.

KRP valdkond hõlmab jae- ja hulgikaubanduse, rentimise ja tarbeesemete paranduse tegevusalasid.

KRP valdkonna põhikutsealad on müügi- ja turundusjuhid, juhid kaubanduses, müügiesindajad, väljapanekute ja planogrammispetsialistid, tootejuhid, müügikorraldajad, müüjad-klienditeenindajad, kaugmüügitöötajad ja kingsepad.

1.1. Kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonna määratlus

OSKA kaubanduse, rentimise ja paranduse (edaspidi lühendatult KRP) valdkonna uuring hõlmab hulgikaubanduse, jaekaubanduse, rentimise ja kasutusrendi ning tarbeesemete ja kodutarvete paranduse tegevusalasid.

Tabel 1. OSKA KRP valdkonda kuuluvad tegevusalad EMTAK 2008 järgi

Kood	EMTAK tegevusala nimetus
G46	Hulgikaubandus, v.a. mootorsõidukid ja mootorrattad
G47	Jaekaubandus, v.a. mootorsõidukid ja mootorrattad
N77	Rentimine ja kasutusrent (v.a. N771 Mootorsõidukite rentimine ja kasutusrent)
S952	Tarbeesemete ja kodutarvete parandus

1.2. Põhikutsealade määratlus

OSKA uuringutes on **tööjõu- ja oskuste vajaduse analüüsimise peamiseks ühikuks põhikutseala**. **Põhikutsealadeks** nimetatakse käsitletavale valdkonnale omast hariduslikku ettevalmistust või kompetentse nõudvaid ametialade grappe. Ühte põhikutsealasse koondatakse ametialad, mis eeldavad sarnastel tasemetel¹³ ja erialadel ettevalmistust ning mis täidavad sarnast rolli tööprotsessis.

Põhikutsealade moodustamiseks selekteeriti koos ekspertidega kogu valdkonna hõivestatistikast välja valdkonnaspetsiifilisi oskusi nõudvad ISCO ametite klassifikaatori ametialad (aluseks versioon 1.5b 2008. aastast) ning grupeeriti need kvalifikatsioonitaseme, ettevalmistuse ja töö sisu sarnasuse alusel põhikutsealadeks.

KRP põhikutsealadel hõivatute arv erineb valdkonna ettevõttes hõivatute üldnäitajast, kuna põhikutsealade hulka (ning seega ka käesoleva uuringu raames lähemasse analüüsi) ei hõlmatud ametialasid, mille

¹³ Selle uuringu kutsealadest on juhid jae- ja hulgikaubanduses siiski võrdlemisi laia oskustasemete diapasooniaga, kuna alusandmed ei võimalda piisavalt detailselt erinevaid tasemeid eristada.

põhikompetentse ei loetud piisaval määral valdkonnaga seonduvaks või mis leiavad detailset analüüsimist teistes OSKA valdkonnauuringutes (nt sekretärid, personalitöötajad, raamatupidajad, süsteemiadministraatorid, turvatöötajad, laometnikud, veoautojuhid jne).

Samuti ei käsitleta lihttööd, st ametite klassifikaatoris kõiki lihttööliste pearühma kuuluvaid ametialasid (nt transporditöölised ja laadijad, kaubaladujad, pakkijad, koristajad jne).

OSKA uuringutes analüüsitakse tööjõu- ja oskuste vajadust reeglina majandussektorite või -klastrite kaupa. Samas ei ole mõistlik kutsealasid, mille esindajad töötavad mitmetes erinevates majandussektorites, käsitleda igas sektoris eraldi. Neid kutsealasid käsitletakse horisontaalselt kogu majanduses. KRP valdkonnas on sellisteks kutsealadeks müügi- ja turundusjuhid ning müügiesindajad. Nende kutsealade põhikompetentsid on tihedalt seotud müügiga, kuid üle poole neist rakenduvad siiski väljaspool KRP valdkonda (nt erinevates tööstusvaldkondades, põllumajanduses, ehituses, energeetikas ja kaevandamises jne). Lisaks leiavad horisontaalset käsitlemist kaubandusvaldkonna spetsiifilised kutsealad (nt müüjad-klienditeenindajad, müügikorraldajad), keda leidub ka teistel majanduse tegevusaladel, kuid valdav enamus (80–90%) on siiski hõivatud KRP valdkonnas. Siinkohal on oluline eraldi rõhutada, et mitmed hulgi-kaubanduse jaoks olulised ametialad (nt laometnikud, juhid tarne, transpordi ja laonduse alal jms) on juba leidnud horisontaalselt kogu majanduses käsitlemist OSKA transpordi, logistika, mootorsõidukite remondi ja hoolduse uuringus¹⁴. Sama kehtib ka paranduse tegevusala kohta – valdav osa ametialadest on juba käsitletud varasemates OSKA uuringutes.

Tabelis 2 on toodud KRP põhikutsealade nimekiri koos vastavusega ISCO jaotustele. Täpsem ametialade jaotumine tegevusalade kaupa on toodud lisas 2.

Tabel 2. Ametialade jagunemine KRP põhikutsealade kaupa

Ametialade rühmad	Põhikutseala	ISCO kood	ISCO ametiala	Näited ametinimetustest	Põhikutsealadel hõivatuid (2014–2016 keskm) ¹⁵		
					KRP ettevõtetes	Teistel tegevusaladel	Kokku
Juhid	Müügi- ja turundusjuhid	1221	Juhid müügi- ja turundusalal*	müügijuht, turundusjuht, brändijuht e-kanalite ärijuht, e-ärijuht	2 030	1 820	3 850
	Juhid kaubanduses	1420	Juhid hulgi- ja jaekaubanduses	kommerts(osakonna)juht, ostujuht, kategooria juht, tootegrupijuht (vastutus sortimendi eest – strateegiline tasand, <i>sourcing</i>) piirkonnajuht, teenindusjuhataja, e-kaubanduse juht jaemüügi juht, kaupluse juhataja osakonnajuht	12 460	1 980	14 440
Spetsialistid	Müügiesindajad	2433	Tehnika- (v.a IKT) ja meditsiiniseadmete	tootesindaja, müügiesindaja (meditsiini- ja farmaatsiatooted, tööstustooted, tehnika)	300	260	560

¹⁴ Kaelep, T., Leemet, A. (2017). Tulevikuvaade tööjõu ja oskuste vajadusele. Transport, logistika, mootorsõidukite remont ja hooldus. Uuringu aruanne. Tallinn: SA Kutsekoda. <http://oska.kutsekoda.ee/field/transport-logistika-mootorsoidukite-muuk-ja-remont/>

¹⁵ 2014–2016 keskmine töötajate arv OSKA alusandmestiku põhjal, kus tööjõu-uuringu hõiveandmed on ühendatud REL2011 ametialade andmestikuga

			müügi tippspetsialistid				
		3322	Müügiesindajad*	kliendihaldur (<i>key account manager</i>) müügiedendaja, müügiagent, müügihaldur, müügiesindaja, müügikonsultant, müügiassistent, müügijärgse teeninduse konsultant	5 220	7 340	12 560
	Väljapanekute ja planogrammi- spetsialistid	3432	Sisekujundajad ja dekoraatorid	kauba väljapanekute spetsialist, kontseptsioonispetsialist, (vaateakende) kujundaja, dekoraator planogrammispetsialist, <i>space manager, visual merchandiser</i>	560		560
	Tootejuhid	3323	Varustajad	tootejuht, (vastutus sortimendi eest – taktikaline/operatiivne tasand, <i>replenishment</i>), <i>brand manager</i> , tootespetsialist, hankespetsialist, ostuspetsialist, tootejuhi assistent, ostuassistent	1 020		1 020
Teenindus- ja müügitootajad	Müügikorraldajad	5221	Väikepoepidajad	frantsiisivõtjad (kioskid), müügipunkti pidaja, väikepoepidaja	1 180	190	1 370
		5222	Müüjate vahetuseülemad	müüjate vahetuseülem, vahetusevanem, vanem-müüja	1 400	130	1 530
	Müüjad-kliendi- teenindajad	5223	Poemüüjad	müügikonsultant, müüja, klienditeenindaja, florist	21 380	2 800	24 180
		5249	Mujal liigitamata müüjad		60	60	120
		5245	Tanklatöötajad	(tankla) klienditeenindaja, tanklapoe müüja, tanklatöötaja	750	120	870
		5211	Kioski- ja turumüüjad	klienditeenindaja, kioskimüüja, võõrustaja, turumüüja	830	90	920
		5230	Kassapidajad ja piletimüüjad	kassapidaja-klienditeenindaja, infotöötaja, piletimüüja	2 130	800	2 930
	Kaugmüügi- töötajad (interneti- ja telefonimüük)	5244	Telefonimüügi agendid	kõnekeskuse klienditeenindaja (hulgi-, e-kaubandus), e-keskkonna klienditeenindaja/konsultant, <i>help- desk manager</i> , kaugturundustöötaja, klienditeeninduskeskuse müüja, kõnekeskuse müüja, telefonimüügi agent	230		230
	Kingsepad	7536	Kingsepad jms töötajad		140		140
	Hõive KRP kutsealadel kokku				49 690	15 590	65 280
	Tugitegevused ja lihttöö				22 970		

* Müügi- ja turundusjuhtide ja müügiesindajate ametialal kajastub hõive kõikidel majanduse tegevusaladel, välja arvatud nendel tegevusaladel, kus eeldatakse spetsiifilist valdkondlikku haridust ja mida seetõttu kajastavad teised OSKA uuringud. Kokku u 18% müügi- ja turundusjuhtidest ning 10% müügiesindajatest. Müügi- ja turundusjuhtide puhul on sellisteks tegevusaladeks metalli- ja masinatööstus, info- ja kommunikatsioonitehnoloogia, rõiva-, tekstiili- ja nahatööstus, metsandus ja puidutööstus, majutus, toitlustus ja turism ning meedia, kirjastamine, reklaam ja disain. Müügiesindajate puhul info- ja kommunikatsioonitehnoloogia, rõiva-, tekstiili- ja nahatööstus.

Kokku on põhikutsealade alla hõlmatud 15 ISCO ametiala (ametite klassifikaatori järgi). Ametialad on grupeeritud 9 põhikutsealaks. Hõlmatud ametialadest 2 kuuluvad juhtide, 1 tippspetsialistide, 3 keskastme spetsialistide, 8 teenindustöötajate ning 1 oskustöötajate ametirühma.

KRP valdkonna ettevõtetes töötab põhikutsealadel u 49 690 inimest, seega on antud uuringu raames lähemasse analüüsi hõlmatud 68% valdkonna ettevõtete töötajaskonnast. Lisaks töötab väljaspool KRP ettevõtteid valdkonna põhikutsealadel u 15 590 inimest.

1.3. Põhikutsealade kirjeldus

Alljärgnevalt on kirjeldatud KRP valdkonna põhikutsealasid ning nende enamlevinud õpi- ning karjääriteid. Uuringus kasutatud põhikutsealade nimestiku loomisel on olnud oluliseks allikaks ekspertintervjuud ja eksperdikogu tööühmad. Lisaks sealt saadud infole on kutsealade kirjeldamisel tuginetud töökirjeldustele kutsestandardites, ametite klassifikaatoris, Rajaleidja ametite portaalis, haridusasutuste veebilehtedel ja tööpakkumistes. KRP põhikutsealade valiku on kinnitanud valdkondlik eksperdikogu. Töö sisu on lahti kirjutatud nii üldiselt kui ka vajadusel näidisametitena vastavalt käesoleva uuringu fookusele. Iga kutseala kirjelduses on toodud selle põhitegevused ning võimalikud õpi- ja karjääriteed. Kutsealade oskuste vajadus on esitatud peatükis 4.1. ning KRP valdkonnaga seotud kutsestandardid on välja toodud peatükis 4.2. Sõltuvalt ettevõtte suurusest ja spetsiifilistest tegevustest võivad konkreetse ametikoha tööülesanded sisaldada mitme lähedase kutseala tegevusi.

1.3.1. Müügi- ja turundusjuhid

Müügi- ja turundusjuhtide hulka kuuluvad **müügijuht, turundusjuht, brändijuht, e-kanalite ärijuht ja e-ärijuht**. Müügi- ja turundusjuhid juhivad ettevõttes müügivaldkonda ning vastutavad toodete ja teenuste turundamise ning müügiga seotud protsesside eest. Müügi- ja turundusjuhtide ülesandeks on töötada välja ning teostada erinevaid müügi- ja turunduskampaaniaid, hoida olemasolevate klientidega häid suhteid, leida uusi kliente ja olla nendega pidevalt kontaktis, et teada nende soove ja vajadusi ning teha vastavaid müügipakkumisi. Töö eeldab teadmisi juhtimisest, müügist ja turundusest, klienditeeninduse ja turunduse aluste tundmist ning ka praktilist müügikogemust. Nad peavad tundma väga täpselt ettevõtte tooteid ja teenuseid, sihtrühmi, kliendi eelistusi ning konkurente. Nad vastutavad ettevõtte müügi- ja turundustöö kavandamise ja elluviimise eest ning ettevõtte positsiooni eest turul. Vajalik on oskus analüüsida müügistatistikat, tarbimistrende, turu-uuringuid ja hoida end kursis samalaadseid tooteid müüvate ning rentivate konkurentide tegevusega. Olenevalt ettevõtte suurusest võib müügi- ja turundusjuhil olla oma meeskond. Kuna tema edukusest oma ametikohal sõltub paljuski kogu ettevõtte edukus, peab kogu müügi- ja turundusmeeskond olema hästi koolitatud. Tema ülesandeks ongi sageli müügimeeskonna nõustamine, koolitamine ja nende eesmärkide ja prioriteetide paika seadmine.

Müügi- ja turundusjuhtide õpi- ja karjääriteed

Müügi- ja turundusjuhtide puhul hindavad ettevõtted eelkõige varasemat töökogemust, kus kõige suuremat rolli mängib varasem kokkupuude müügitööga, turunduslik vaist ning müügikompetents. Paljudes ettevõtetes on töötamise eelduseks keskharidus. Osalt võib see olla tingitud sellest, et müügi- ja turundusjuhi ametit ei ole konkreetselt võimalik õppida, kuid kasuks võib tulla nii rakenduskõrgharidus (nt kaubandusökonomika, turundus, ärikorraldus) kui ka kõrgharidus näiteks ärijuhtimise erialal. Spetsiifiliste toodete müügi ja turundusega tegelevate ettevõtete puhul (nt puit, meditsiinitooted jm) on eelduseks ja tuleb kasuks ettevõtte tegevusalaga seonduv ettevalmistus.

Sarnaselt teiste valdkonna kutsealadega on väga sage töötajate nn ettevõttesisene järelkasvu mudel, kus on tavaks, et müügikonsultandid kasvavad välja müügi- ja turundusjuhiks.

1.3.2. Juhid kaubanduses

Näited kaubanduse juhtide hulka kuuluvatest ametinimetustest on **osakonnajuht, ostujuht, kategooriajuht, piirkonnajuht, e-kaubanduse juht ja kaupluse juhataja**. Olenevalt ettevõtte suurusest ja konkreetsest ametialast juhivad valdkonna juhid nii protsesse kui inimesi. Osakondade juhid seisavad hea ettevõtte konkreetse valdkonna käekäigu eest ja on üldjuhul tippjuhi käepikenduseks ühel kitsal alal.

Ostujuht kuulub sageli ettevõtte juhtkonda ning juhib ostuspetsialistidest koosnevat ostuosakonda, samuti võib suuremates ettevõtetes olla eraldi hankejuhi ametikoht. Väiksemates ettevõtetes võib ostujuht teha nii ostuspetsialisti kui ka hankejuhi tööd. Ostujuhi töö sisuks on korraldada ettevõtte ostutööd, sh osta ettevõtte tegevuseks vajalikke materjale, kaupu ja teenuseid. Ostujuhtimist nimetatakse sageli üheks kaubandus- ja rendiettevõtete võtmefunktsiooniks. Oluliseks tööülesandeks on tarnijasuhete haldamine. Erinevus ostujuhi ja kategooriajuhi vahel on õhkõrn ning vahel võib sama ametinimetus erinevates ettevõtetes tähendada sama kutseala.

Kategooriajuhi töö on ostujuhi omaga väga sarnane, kuid hõlmab veidi laiemat kompetentside amplituudi. Sarnaselt ostujuhtimisega on ka kategooriajuhtimine üheks ettevõtte võtmefunktsiooniks. Ta on peamiselt jaekaubandusettevõtetes tegutsev esmatasandi juht, kes tegeleb samuti sisseostuga. Lisaks kuuluvad tema tööde hulka kaupade sortimendi kujundamine, müügitulemuste ja varude analüüs ning tarneprotsesside ja turundustegevuste juhtimine oma kaubagruppides.

Piirkonnajuhid kuuluvad ettevõtte struktuuris sageli müügiosakonna või müügidirektori alla. Nende töö on väga liikuv ja nõuab palju suhtlemist, kuna piirkonnajuhi peamiseks tööülesandeks on inimeste juhtimine. Piirkonnajuhi töö seisneb enda vastutuses oleva piirkonna ja sinna kuuluvate kaupluste/ettevõtte harukontorite müügitegevuse organiseerimises vastavalt ettevõtte üldisele kontseptsioonile. Piirkonnajuht on kaupluse/harukontori ja peakontori vaheline lüli, kelle ülesandeks on luua teatavat korporatiivset ühtsust. Tema vastutuseks on tagada tema halduses olevates kauplustes või ettevõtte esindustes head töötingimused ja töövahendid efektiivse töö tegemiseks ning vastutada müügipersonali juhtimise, valiku, koolituse ja üldise organisatsioonikultuuri eest.

E-kaubanduse juht on KRP valdkonnas veel suhteliselt uus ametiala. Ta on ettevõtte e-kaubanduse alavaldkonna eest vastutav osakonnajuht, kelle töö on tihedalt seotud turundusega ja kelle ülesandeks on luua ettevõtte üldine e-äri puudutav kontseptsioon ja visioon, kasvatada ja hoida e-kanalite osakaalu müügis ning nende kvaliteeti. Sageli nõuab sellel ametikohal töötamine koostööd paljude teiste üksustega, sh turundusjuhiga, et välja töötada erinevaid ettevõtte tegevusalasid puudutavaid kampaaniaid ja analüüsida nende tulemusi.

Kaupluse või ettevõtte esinduse juhataja ülesandeks on igapäevatöö korraldamine ja inimeste juhtimine. Tema töö eesmärk on tagada teeninduskvaliteet, juhtida ja arendada meeskonda, koostada töögraafikud, analüüsida müügitulemusi ning teha aruandlust, tagada kauba väljapanek ja vastutada seatud eesmärkide täitmise eest.

Kaubanduse juhtide õpi- ja karjääriteed

Üldjuhul on nõudeks eelnev töökogemus kaubanduse- ja müügivaldkonnas, mistõttu on valdkonnale omane sage juhtide kasvatamine ettevõtte seest. Näiteks on heaks karjääriplatvormiks klienditeenindaja või müügikonsultandi ametikoht, mis loob hea kauba tundmise aluse ning arusaama ettevõtte toimimisest laiemalt. Tavaliselt eelistatakse majasisest kandidaati välisele värbamisele. Kaubanduse valdkonna juhtidel võiks ideaalis olla vähemalt (rakenduslik) kõrgharidus (majandus, kaubandusökonoomika, ettevõtlus, ärikorraldus, turundus), sealjuures ei ole see aga peamiseks kriteeriumiks, kuna vastavatel ametikohtadel on olulised eelkõige laialdased üldoskused ning inimeste juhtimise kogemus. Ostu- ja kategooriajuhtide puhul tuleb kasuks ja on tööandjate silmis hinnas ka magistrikraad, soovitatavalt kategooriajuhtimise alal, mida praegu Eestis ei õpetata. E-kaubanduse juhi puhul on soovituslik e-kaubanduse valdkonna ettevalmistus, mida saab e-kaubanduse spetsialisti õppekaval omandada Tallinna Tööstushariduskeskuses ning Tartu Kutsehariduskeskuses.

1.3.3. Müügiesindajad

Müügiesindaja põhikutseala võib hõlmata ametinimetusi nagu **müügiesindaja, müügiagent, müügihaldur, müügikonsultant** ja **kliendihaldur**. Tegu on üldjuhul hulgikaubanduse alavaldkonda kuuluva põhikutsealaga. Selle ülesandeks on esindada ettevõtet ja tutvustada selle tooteid ja teenuseid, varustada kaupluseid kaubaga, luua uusi kliendisuhteid ja säilitada olemasolevaid heal tasemel, koostada pakkumisi, jälgida kliendi kaubavarusid ning korraldada kaupade väljapanekut kauplustes. Erinevate kampaaniate korral täidab müügiesindaja ka kontrollifunktsiooni, veendumaks, et tooted on letil õigete hindadega ja väljapanek korras. Tema töös on kõige olulisem ettevõtte toodete ja teenuste tundmine ja väga hea suhtlemisoskus. Töö iseloom on liikuv ja rutiinivaba ning eeldab palju suhtlemist klientidega. Suuremates ettevõtetes töötab sageli mitu müügiesindajat ning töö võib olla jaotatud piirkonniti või tooterühmade järgi. Väiksemas ettevõttes teeb sageli kogu müügitöö ära müügijuht või -esindaja.

Müügiesindajate õpi- ja karjääriteed

Müügiesindaja eriala on võimalik omandada näiteks Tartu Kutsehariduskeskuses. Lääne-Viru Rakenduskõrgkool pakub omalt poolt tasulist müügiesindaja koolitust, millel juba töötavatel spetsialistidel on võimalik osaleda täiendusõppe raames. Hoolimata sellest ei ole müügiesindajana töötamisel erialane kvalifikatsioon eelduseks ning nõutav on vaid keskharidus. Ettevõtted hindavad värbamisel erialasest haridusest enam head suhtlusoskust, eelnevat müügitöö kogemust, tahet ning väga head keeleoskust.

1.3.4. Väljapanekute ja planogramispetsialistid

Kauba väljapanekute spetsialist, planogramispetsialist ja vaateakende kujundaja on jaekaubandusettevõtetes töötav spetsialist, kelle ülesandeks on kaupade segmendi- ja tooteplanogrammide koostamine, haldamine ja nende täitmise jälgimine kauplustes. Ta peab oskama koostada kaupluste müügipinna analüüsi ning töötama välja tüüp-planogrammid ning hooaja-, kampaaniapõhiseid ja näidisväljapanekuid vastavalt standardkaupluste joonistele. Väljapanekute ja planogramispetsialist koostab väljapanekute jooniseid ja viib läbi sellealaseid koolitusi kaupluse töötajatele. Tema töö on väga loov ja liikuv ning nõuab sageli koostööd müügiüksuste ja ostuosakonnaga, peamiselt kaupluse juhataja ning tootejuhiga. Kauplustes, kus kauba väljapanekutega

tegelevat ametikohta ei ole, täidab tema funktsioone kaupluse juhataja, tarnijapoolne müügijuht või vahetuse vanem.

Väljapanekute ja planogrammispetsialistide õpi- ja karjääriteed

Töötamaks väljapanekute ja planogrammispetsialistina on eelistatud vähemalt rakenduslik kõrgharidus. Olenevalt kaupluse tüübist ja müüdavast kaubast võib sellele ametikohale liikuda erinevatelt erialadelt. Kaubandus-, majandus-, ärikorraldus- või turunduskõrgharidus on vajalik nt toidukauplustes töötades. Riide- ja sisustuskauplustes, kus on vaja rohkem disaineri- ja kujundustööd, töötavad sel ametikohal EKA taustaga disainerid. Kui töö planogrammidega on pigem tehnilisem ja väljaõpe on võimalik kohapeal, võib ametikohal töötada ka keskhariduse baasil. Kasuks tuleb varasem kogemus jaekaubanduses, hea suhtlemis- ja koostööoskus, äriplaneerimine, analüüsivõime, loominguoskus ja oskus kasutada erinevaid arvutiprogramme, kuna üha enam kasutatakse planogrammide koostamisel spetsiaalset tarkvara (nt SpaceMan).

1.3.5. Tootejuhid

Tootejuhtimine on üldjuhul hulgikaubanduse alavaldkonda kuuluv suure vastutusalaga võtmefunktsioon, mis tegeleb tooteportfelli juhtimisega ning vastutab strateegilisel tasemel toodete elukaare juhtimisega. Tootejuhi ülesanneteks on toodete arendusprotsessis osalemine, uute toodete lansseerimine, tooteportfelli eelarve koostamine, erinevate toote- ja turuanalüüside koostamine, allahindluskampaaniate organiseerimine ning tarnijatega koostöö ja läbirääkimiste pidamine sisseostuks. Tootejuhi ülesandeks on teha jaekettidele pakkumisi ning suuresti tema tööst oleneb, kas ettevõtte vahendatav toode jõuab edasimüüja sortimenti. Ta teeb tihedat koostööd ka suurkliendihalduritega ning koolitab müügipersonali enda hallatava tootekategooria raames, et tagada müügipersonali võimalikult hea teadlikkus müüdavast tootest. Samuti vastutab ta distributsiooni, hinnapoliitika ja riuldamispõhimõtete väljatöötamise eest. Üldjuhul on ettevõtetes eri kaubakategooriad tootejuhtide vahel ära jaotatud. Koostöös kaupluse juhiga vastutab tootejuht ka kauba väljapanekute eest. Olenevalt ettevõttest võib tootejuht täita ka turundusjuhi funktsiooni ning vastutada uute toodete turundusstrateegiate ja infomaterjalide koostamise eest. Tema töö on väga liikuv ja nõuab palju suhtlemist nii tootjate kui ka edasimüüjatega. Mida aktiivsemalt tootejuht tootjate ja jaekettidega suhtleb ja teab, mis tööpõllul toimub, seda informeeritum ta on ja seda parem tema kategooria välja paistab.

Tootejuhtide õpi- ja karjääriteed

Tootejuhi eriala ei ole võimalik otseselt õppida ning sarnaselt teistele valdkonna ametitele kasvatakse sellele ametikohale sageli ettevõtte seest, eelkõige müügiga tegelevatelt ametikohtadelt. Väga suureks eelduseks ja eeliseks on varasem kogemus näiteks suurkliendihaldurina, müügiesindajana või üldisem jaekaubanduses töötamise taust, et omada teadmisi kaupade sisseostust ja logistikast ning väga häid müügioskuseid. Hariduslikku nõuet tootejuhi ametikohale ettevõtte peale keskhariduse üldjuhul ei sea, kuid tervitatav on turundus-, majandus- või kaubandusalane kvalifikatsioon. Erialase hariduse puudust kompenseerib valdkondlik töökogemus ning täienduskoolitused. Sarnaselt müügiesindaja ametialaga on ka tootejuhi puhul väga oluliseks kriteeriumiks keeleoskus, sh vene ja inglise keel.

1.3.6. Müügikorraldajad

Müügikorraldaja on kaubanduses esmatasandi juht, kes töötab kaubandus- ja teenindusettevõtetes või tootja müügiüksustes müügijuhi abina. Ta on võimeline vajadusel müügijuhti asendada. Levinud ametinimetusteks on **müügikorraldaja**, **vanem-müüja**, **vahetusevanem** ja **väikepoepidaja**. Müügikorraldaja töö eesmärk on tagada müügi- ja teenindustöö sujuva korraldamisega klientide rahulolu ja ettevõtte eesmärkide täitmine. Ta abistab müügijuhti müügitulemuste jälgimisel ja analüüsimisel ning müügieelarvete koostamisel ja korrigeerimisel. Müügikorraldaja teenindab ja nõustab kliente, vormistab pakkumis- ja ostu-müügidokumente, lahendab töös tekkinud probleeme iseseisvalt ning esindab ettevõtet talle antud volituste piires. Tema ülesannete hulka kuulub kaupade väljapanek, müügi tagamine müügipunktides, kaupluse personali juhendamine ja nende igapäevase töö korraldamine, aktiivne müügitöö müügikohas ja kaupade komplekteerimine.

Müügikorraldajate õpi- ja kariäriteed

Erialast kvalifikatsiooni ehk 5. taseme kutseharidust on võimalik omandada nii kutseõppes (Tartu Kutsehariduskeskus, Pärnumaa Kutsehariduskeskus, Tallinna Teeninduskool, Tallinna Tööstushariduskeskus, Järvamaa Kutsehariduskeskuses, Võrumaa Kutsehariduskeskuses) kui täiendusõppe kursustel, näiteks Lääne-Viru Rakenduskõrgkoolis (kursus „Efektiivne müügitöö korraldamine ja dokumentatsioon“). Sarnaselt teiste valdkonna ametitega on tavaline, et müüja-klienditeenindaja ametikohalt kasvatakse välja müügikorraldajaks. Tööandjad ootavad sobivalt kandidaadilt väga head suhtlemis- ja müügioskust, juhtimiskompetentsi ning väga head keeleoskust kõnes ja kirjas. Müügikorraldajatelt eeldatakse keskkaridust.

1.3.7. Müüjad-klienditeenindajad

Müüja-klienditeenindaja on lai ning mitmekesine põhikutseala nii kaubanduses, rendis kui paranduses, mille näidisametitena võib välja tuua **müüja**, **müügikonsultandi**, **klienditeenindaja**, **infotöötaja** ja **piletimüüja**. Müüja-klienditeenindaja tööks ettevõttes on klientide teenindamine, kaupade käitlemine, müümine ja arveldamine. Ta osaleb müügi- ja renditöö korraldamisel ja meeskonnatöös, on teenindusvalmis. Müüja-klienditeenindaja põhilised tööülesanded on kauba vastuvõtmine ja müügiks ettevalmistamine, kaubaväljapanekute korrastamine ja uuendamine, kauba varustamine hindadega, klientide nõustamine ning konsultatsioon, teenindamine ja arveldamine. Sealjuures on üha olulisemaks muutumas tema konsultatiivne ja kliendikeskne lähenemine, et pakkuda võimalikult personaliseeritud teenindust. Väiksemates kauplustes või ettevõtte esindustes tegeleb müüja ka kauba tellimisega järgmiseks päevaks. Kauba vastuvõtmisel jälgib müüja, et kaubakogused vastaksid saatedokumentidele ja kaup oleks kvaliteetne. Ta peab tundma müügil olevat kaupa ning oskama klienti nõustada selle otstarbe, koostise, kvaliteedi, kasutamise ja hooldamise küsimustes. Klienditeenindamine on tema töökohustustest kõige tähtsam, sest kliendi soovide täitmisest oleneb kaupluse läbimüük. Müügil või rendiks oleva kauba tundmine on klienditeenindaja esmane kohustus. Müüja-klienditeenindaja peab teavitama klienti kauba garantiitingimustest ja pretensioonide esitamise korrast. Ta on ettevõtte esimene visiitkaart ja ettevõtte mainekujundaja. Rendiettevõtete puhul täidab klienditeenindaja korraga sageli ka remondi- ning laotöötaja ülesandeid. Sellisel juhul kannab vastav ametikoht nime rendispetsialist.

Müüja-klienditeenindaja õpi- ja karjääriteed

Idealis võiks müüja-klienditeenindaja omada erialast 4. taseme kutseharidust, mida saab omandada erinevates kutseõppeasutustes (nt Pärnumaa KHK, Tallinna THK, Tartu KHK). Õppida saab nii põhi- kui ka keskhariduse baasil. Väga levinud on ka väljaõpe töökohal või täiskasvanute tööalase koolituse kursustel. Kuna erialase kvalifikatsiooniga töötajaid on tööandjatel raske leida ja sageli sisenetakse valdkonda ilma kaubanduslase hariduseta, siis muutuvad ettevõtete jaoks veelgi olulisemaks töötaja isikuomadused ja üldoskused. Kasuks tuleb soov ja oskus suhelda, avatus, meeskonnatöövalmidus, valmisolek aktiivseks müügitööks ning eesti keele ja vähemalt ühe võõrkeele oskus. Sageli on eelistatud töötajad, kellel on keskharidus. Müüja-klienditeenindaja ametikoht on suurepäraseks karjääriplatvormiks, et liikuda edasi teistele valdkonna ametialadele, kuna annab väga head teadmised ettevõtte toimimisest ning kaubatundmise. Kõige sagedasemad karjääriteed on liikumine vahetuse vanemaks, müügikorraldajaks, kaupluse juhatajaks, kategooriajuhiks või valdkonna keskastmejuhiks. Kaubanduses liigutakse sageli edasi erinevatele hulgikaubanduse ametikohtadele, näiteks müügiesindajaks.

1.3.8. Kaugmüügitöötajad (interneti- ja telefonimüük)

Kõnekeskuse klienditeenindaja, e-keskkonna klienditeenindaja, internetimüüja ja telefonimüügiagent on levinumad näited kaugmüügitöötajate ametinimetustest. Nad on teenindustöötajad, kes töötavad peamiselt telefoni või meili teel. Nende ülesandeks on vastavalt tööks vajaliku sidevahendi abil pakkuda kliendile tuge, nõustamist ja teavet või neid ühendada vajalike inimestega. Nende töö sisu seisneb klienditeeninduses, uute kontaktide loomises ja kliendibaasi suurendamises, müügipakkumiste tegemises, tellimuste vastuvõtmises, nende vormistamises ja täitmisele edastamises. Kaugmüügitöötaja tööülesannete hulka võib kuuluda ka muudatuste sisestamine kliendiandmebaasidesse ning märkmete tegemine (tavaliselt arvutiprogrammis) kõne sisu või kaebuse liigi kohta. Kaugmüügitöötaja on, nagu iga teinegi klienditeenindaja, ettevõtte visiitkaart, kes jätab kliendile esmamulje firmast, mida ta esindab. Kaugmüügitöötaja töö iseloom on üldjuhul istuv ja väheliikuv, nõuab väga palju suhtlemist, väga head suulist ja kirjalikku eneseväljendusoskust ning töötamist meeskonnas.

Kaugmüügitöötajate õpi- ja karjääriteed

E-kaubanduse spetsialisti õppekaval on võimalik õppida Tallinna Tööstushariduskeskuses ja Tartu Kutsehariduskeskuses. Levinud on ka töötajate koolitamine ettevõttesiseselt, kuna töö iseloom sõltub paljuski ettevõtte profiilist. Haridusnõuet töötajatele üldjuhul ei seata, kuid kuna töö eeldab väga häid üldoskuseid, nagu suhtlusoskus, iseseisvus, probleemide lahendamise oskus, koostööoskus ja loovus, siis on eeliseks vähemalt keskharidus.

1.3.9. Kingsepad

Kingsepp on oskustöötaja, kelle tööülesannete hulka kuulub jalatsite ja teiste nahktoodete, näiteks kottide, parandus. Tema töös on kõige olulisem täpsus, silmamõõt, huvi paranduse vastu, kiire õppimisvõime ja hea käeline tunnetus. Kuna kingsepa töö ei ole lihtsalt kontsapplekkide vahetamine või saapatalla liimimine, siis eeldab see tihti ka loovust keerulisemate juhtumite lahendamisel, kus tuleb suuremate kahjude parandamiseks innovatiivseid ja kunstilisi vahendeid kasutada. Olenevalt

ettevõttest võib kingsepp suhelda otse ka klientidega ja kanda klienditeenindaja ülesandeid. Sageli on aga selleks ettevõtetes palgatud eraldi administraatorid, kes tellimusi vastu võtavad ja vormistavad.

Kingseppade õpi- ja karjääriteed

Kingsepaks Eestis üheski haridusasutuses eraldi õppida ei saa ning õpe toimub tänapäeval õpipoisina ettevõttes kohapeal, kus noorem huviline tuleb alguses tööle abilisena ning koolitatakse siis vanema ja kogenuma meistri poolt välja. Elukutse jätkusuutlikkuse tagab suurel määral ka n-ö isalt pojale õpe, kus amet perekonnas edasi pärandatakse. Täiendkoolitus toimub kingseppadel tavaliselt omal vastutusel ja huvist interneti (nt *YouTube*) või muu meedia abil. Sageli tellitakse välismaalt valdkonna ajakirju ning lastakse need ära tõlkida, et olla kursis tänapäevaste suundumustega jalatsite paranduses.

2. Valdkonna tööjõu ja oskuste vajadust mõjutavad trendid, uuringud ja arengukavad

Lühikokkuvõte

Kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonna tööjõu ning oskuste vajadust mõjutavad tulevikus

- ✚ sotsiaal-demograafilised muutused;
- ✚ tehnoloogia areng;
- ✚ töövormide ja töökultuuri teisenemine;
- ✚ tarbija ootuste ja väärtuste muutumine.

Üleilmsete trendide mõjul muutuvad valdkonnas järjest olulisemaks väga head üldoskused, suhtlusoskus ning konsulteerimisoskus, valmidus elukestvaks õppeks, valdkonnaspetsiifilise tehnoloogia ja IKT-lahenduste kasutamisoskus, multifunktsionaalsus ja laiem valdkonna tunnetus. Muutused ja ootused oskuste vajadusele on täpsemalt kirjeldatud ptk-s 4.1.

KRP valdkonda enim mõjutavad arengukavad ja strateegiadokumendid on Eesti konkurentsivõime kava „Eesti 2020“, „E-eksporti edendamise kontseptsioon ja tegevuskava“ ja Tööhõivereform.

2.1. Valdkonna arengut mõjutavad trendid ja mõjurid

Valdkonna tuleviku tööhõive ja oskuste vajadust mõjutavate trendide kaardistamisel lähtuti Eesti seisukohalt kõige olulisemaks peetud trendide loetelust, mis on ära toodud OSKA programmi raames koostatud kogumikus „Töö ja oskused 2025“¹⁶. See kogumik valmis valdkondadeüleste arvamusi liidrite kaasabil.

Lisaks analüüsiti valdkonna tuleviku tööhõive ja oskuste vajaduse prognoosimisel varasemaid valdkonnaga seotud uuringuid, tuleviku mõju analüüse ning valdkonna arengut mõjutavaid riiklikke arengudokumente. Materjalide valikul lähtuti nende ülevaatlikkusest, valdkonnaga seotusest ning tulevikurengu seostamisest oskuste või tööjõuvajadusega. Uuringutest koorunud trende täpsustati, tuginedes nii rahvusvahelistele kui ka Eestis tehtud analüüsidele ning täiendati KRP ekspertide abiga. Vastuseid otsiti küsimusele: **kuidas mõjutavad erinevad tulevikutrendid kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonna arengut järgmisel 10 aastal?**

Järgnevates alapeatükkides on välja toodud olulisemad üleilmsed trendid ja ekspertide hinnangud nende võimaliku mõju kohta KRP valdkonnale Eestis. Trendide mõju konkreetsetele põhikutsealadele ning nendega seotud oskuste vajadusele käsitletakse põhjalikumalt 4. ja 5. peatükis.

¹⁶ Pärna, O. (2016) Töö ja oskused 2025. Kogumik. SA Kutsekoda. <http://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2016/04/Tulevikutrendid-1.pdf>

2.1.1. Sotsiaal-demograafilised muutused

KRP valdkonna üheks suurimaks mõjutajaks on demograafilised ning sotsiaalsed muutused. Täpsemalt üha süvenev tööjõupuudus, mis on kooskõlas üle-euroopalise demograafilise trendiga, kus noorema ja keskealise elanikkonna osakaal ühiskonnas väheneb ning vanemate inimeste osatähtsus suureneb.

Statistikaameti rahvastikuproгноosi¹⁷ järgi väheneb aastaks 2040 Eesti elanikkond seniste trendide jätkumisel 1,2 miljonini, st 125 000 inimese võrra (võrreldes 2018. aastaga). Prognoosist nähtub jõuliselt **rahvastiku vananemine**, sealjuures tõuseb pensioniealiste (65-aastased ja vanemad) osatähtsus ühiskonnas ligi 71 000 võrra (28%-ni). Järgmiseks kümneks aastaks võib prognoosida samuti vanemaealise elanikkonna arvu (60-aastased ja vanemad) kasvu (ligikaudu 33 000 võrra) ning põhilises tööeas olevate inimeste arvu (vanuses 20–64) olulist langust, mis väheneb aastaks 2028 ligikaudu 79 000 inimese võrra. Olukorras, kus tööealine elanikkond kahaneb, muutub üha olulisemaks **mitteaktiivsete inimeste suunamine tööhõivesse**. Siinkohal on muutused viimasel kümnel aastal olnud pigem positiivse suunaga – tööjõus osalemise määr¹⁸ on kasvanud 73%-lt 79%-ni (vanusegrupis 16 kuni pensioniiga) ning see oli 2017. aastal viimase 20 aasta kõrgeimal tasemel¹⁹.

Üheks oluliseks sotsiaal-demograafiliseks trendiks on ka **linnastumine**, mis päädib ekspertide hinnangul kaubandusvõrgu ning töökohtade koondumisega linnadesse ja maapoodide sulgemisega. Sarnase trendi toovad välja ka rahvusvahelised uuringud, mille kohaselt on urbaniseerumine järgmise kümne aastal jooksul endiselt tõusev trend, mis toob endaga kaasa paremad töö-, sissetuleku ning haridusvõimalused.²⁰ Oluline on toonitada, et sarnast kaubanduskeskuste sulgemist, nagu on viimastel aastatel näha USA-s (nii kiire kaubanduspindade arenduse kui ka e-kaubanduse võidukäigu tõttu²¹) eksperdid Eestis järgmise kümne aasta jooksul ei prognoosi. Pigem on oodata mõningast arenduste ja uute kaubanduspindade juurde ehitamise vaibumist ning kaubanduskeskuste ümber profileerimist meelelahutuskeskusteks, kus pannakse rohkem rõhku vaba aja veetmise ning toitlustusvõimalustele. Võimaliku jaekaubandusturu raputajana nähakse aga Saksa odavmüügiketi Lidl tulekut Eestisse, mis sunnib kaupmehi olema veelgi innovatiivsemad ning enda turuosa ja töötajate pärast võitlema. Prognoositakse, et Lidl toob kaasa hinnasurve nii kaupmeestele kui ka tootjatele ja pole välistatud, et niigi suure konkurentsiga turult mõni juba olemasolev ja eestlastele tuttav jaekett lahkuma peab.²²

Eeldatav keskmise eluea pikenemine päädib sellega, et vanemaealine elanikkond püsib kauem tööturul. Konkurentsivõime säilitamiseks tuleb neil omandada vajalikud IKT-oskused, kohanemaks tehnoloogiliste arengutega, kuid see võib osutuda keeruliseks²³. See trend esitab väljakutse tööandjatele, kes peavad tagama vanemaealise töötajaskonna kohanemise tehnoloogilise arenguga ning vastavasisulise täiendus- ning väljaõppe, et juba olemasolevaid töötajaid võimalikult kaua

¹⁷ Statistikaameti rahvastikuproгноos vanuse ja soo järgi, variant 1

¹⁸ Tööjõus osalemise määr (e aktiivsuse määr) – tööjõu osatähtsus tööealises rahvastikus.

¹⁹ Statistikaamet TT465

²⁰ ESPAS (2013). The Global Economy in 2030: Trends and Strategies for Europe. <https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/The%20Global%20Economy%20in%202030.pdf>

²¹ <http://arileht.delfi.ee/news/uudised/usas-suletakse-poode-kiiremini-kui-kunagi-varem?id=77831768>

²² <https://www.aripaev.ee/juhtkiri/2018/02/14/lidli-tulek-raputab-jaekaubandusturgu>

²³ European Commission (2016). The impact of ICT on job quality: evidence from 12 job profiles. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=16160

tööturul hoida. KRP valdkond paistab silma mõningase feminiseerumisega, kus eriti just jaekaubanduses on enamik teenindavast personalist naised (ligikaudu 81%)²⁴. Ühelt poolt kujutab see endast probleemi, teisalt, arvestades et just jaekaubandus on lähiaastatel aldis erinevatele tehnoloogilistele uuendustele, võib see olla lahendus tööjõu vananemisele – naised on elukestvas õppes aktiivsemad kui mehed²⁵ ning seega üldjuhul ka varmamad omandama uusi oskusi ja vahetama töövaldkondi.

Jätkuv tööealise elanikkonna vähenemine ei väljendu ainult töökäte puuduses, vaid ka üha **vananevas tarbijaskonnas**, mis sillutab teed olulisele suundumusele, milleks on nn **hõbemajandus**. Hõbemajandus seisneb uute toodete ja teenuste loomises eakamale elanikkonnale, mis tegelevad tervise ja sotsiaalvaldkonnaga, aga ka heaoluteenustega laiemalt.²⁶ See seab ka ettevõtetele ning olemasolevale personalile suuremad ootused, et rahuldada vanemaealise sihtgrupi nõudmisi. Ekspertide hinnangul on esmatähtis, et tooted ja teenused tehakse kättesaadavaks ja arusaadavaks ka eakamatele inimestele, mis suurendab teeninduskvaliteedi ja konsultatsiooni tähtsust. Sellist suundumust toetab ka European Skills Council'i (2014) uuring, mis leidis, et muutused tarbija profiilis ja elanikkonna vananemine muudavad ettevõtete jaoks hädavajalikuks ärimudelite uuendamise, laiema toodete ja teenuste portfelli ning seavad väljakutsed ka juhtivatele töötajatele, kes peavad omandama arusaama muutunud ärikeskkonnast. Ettevõtete juhid peavad tulevikus keskenduma väga kindlatele kliendisegmentidele, näiteks vanemaealistele.²⁷ Töötaja laienev oskuste amplituud ning multifunktsionaalsus muutuvad üha olulisemaks, et katta erinevaid tööloike ning funktsioone. Suureneb konsultatiivse müügi osakaal, kus klienditeenindajal lasub vastutus omada mitmekesisest teadmist pakutavast tootest/teenusest, veelgi paremat oskust toodet presenteerida ning valmisolekut individuaalnõustamiseks. Hõbemajanduses nähakse samaaegselt nii võimalust kui väljakutset, mis ühelt poolt saab üheks peamiseks majanduskasvu mootoriks, kuid teisalt peidab endas juba eelpool nimetatud väljakutseid ettevõtetele, kes peavad kohandama enda ärimudeleid, et vastata vananeva tarbijaskonna nõudmistele²⁸.

Demograafilised suundumused, sh tööjõupuudus, annavad tõuke ka suurenevale palgasurvele. Noorem põlvkond ei ole enam nõus teenindussektoris sama raha eest üha suurenevat töökoormust kandma. Kriitilise näitena paranduse valdkonnast võib siinjuures välja tuua kingsepa kutseala, mis ekspertide hinnangul on määratud väljasuremisele nii madala palgataseme kui ka järelkasvu puuduse tõttu. Ekspertide sõnul on jaekaubanduses üha süvenevaks probleemiks töötajate üleostmine palga mõjutusel, mis on juba päädinud viimaste aegade suurima tööjõuvoolavusega ja kultiveerib ettevõttesisest ning ettevõtetevahelist konkurentsi ja ebastabiilsust. Selline tendents seab omakorda suuremad ootused tehnoloogia arengule, et veelgi enam automatiseerida erinevaid rutiinset tööd nõudvaid protsesse, millest tuleb juttu järgmises peatükis.

²⁴ European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

²⁵ Reinhold, M. (2016). Täiskasvanute osalus elukestvas õppes. Haridus- ja Teadusministeerium. https://www.hm.ee/sites/default/files/haridusmin_taiskasvanute_osalus_30112016.pdf

²⁶ Ilmarinen, J. (2006). Towards a longer worklife!: Ageing and the quality of worklife in the European Union. Helsinki: Finnish Institute of Occupational Health : Ministry of Social Affairs and Health; Hussi, T., Ilmarinen, J., Klemola, S., Lehto, E., Lundell, S., Mäkinen, E., Oldenbourg, R., Saarelma-Thiel, T ja E. Tuominen (2011). Ikävoimaa työhön. Helsinki: Työterveyslaitos

²⁷ European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

²⁸ Nahal, S. Ma, B (2014). The Silver Dollar – Longevity Revolution Primer. Bank of America Merrill Lynch. <https://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/active-healthy-ageing/merrill.pdf>

2.1.2. Tehnoloogia areng (sh e-kaubandus)

Tehnoloogia ning innovaatiliste lahenduste mõju valdkonnale on raske üle tähtsustada. **Tehnoloogilised uuendused ning „nutikate“ masinate ja süsteemide** kasutuselevõtt on ettevõtete vastus eelkõige jätkuva globaliseerumisele ning rahvastiku vananemisest tulenevale tööjõupuudusele, mis teenindussektoris nõuab eelkõige **rutiinsete protsesside automatiseerimist**, et kasutada olemasolevaid ressursse võimalikult efektiivselt. Just töö efektiivsus on kaubanduse valdkonnas üheks peamiseks märksõnaks ning suurema automatiseeritusega võib kaasneda ka tööjõuvajaduse vähenemine. Frey ja Osborne (2013) leiavad, et teeninduse- ja müügivaldkonnas on väga paljude ametite puhul suur automatiseerimise potentsiaal. KRP valdkonna ametitest leiame Frey ja Osborne'i uuringu raames koostatud pingereast kõige suurema automatiseerimise riski töenäosusega kassapidajad, klienditeenindajad müügi ja rendi alal ning kaugmüügispetsialistid. Tehnoloogia arenedes liiguvad töötajad automatiseeritavate töödelt allesjäävatele või uutele ametitele, mis eeldavad suuremat loominguilisust ja sotsiaalset intelligentsust.²⁹ Sama trendi toetavad ka teised rahvusvahelised uuringud, kus tuuakse välja, et tehnoloogia arengust kõige rohkem mõjutatud ametialaks saab olema kassapidaja ning seda eelkõige iseteeninduskassade võrgu kasutuselevõtu tõttu.³⁰ Sellest johtuvalt ennustavad eksperdid ka Eestis kassaliinide ja kassatöö mehitatuse jätkuvat vähenemist, et tuua tööjõud kaubanduspinnale suuremat lisaväärtust loovaid funktsioone täitma.

Üha nõudlikuma ja kiirust hindava tarbija ootuste rahuldamiseks peavad ettevõtted ekspertide hinnangul kasutusele võtma erinevaid **tarbimiskogemust parendavaid tehnoloogiaid**. Ühelt poolt soovivad paljud tarbijad aastaks 2026 kaupmeestelt keskkonda, kus ostukogemus oleks sündmus iseenesest, teisalt aga kiirust ja automaatsust, mis hoiaks kokku aega ning lihtsustaks igapäevaelu.³¹ See omakorda nõuab ettevõtetelt interaktiivseid ja kaasavaid *online*- ning päriselu-keskkondi, kus olulisimat rolli mängib liitreaalsus³². Liitreaalsus³³ nii mõõbli kui ka riiete ostmisel, püsikorraldusel töötavad isetellivad kodumasinad jm tehnoloogilised lahendused muutuvad ekspertide hinnangul suure töenäosusega järgmise kümne aasta jooksul ka tavatarbijale käepäraseks ning igapäevaseks. Innovatsioon kaubanduses väljendub veel ka lojaalsusprogrammide ja e-kaubanduse keskkondade arendamises ning toodete ja teenuste sortimendi laiendamises. Samuti muutub üha vajalikumaks tarbija vajaduste ning käitumise prognoosimine, et teha turuanalüüse, planeerida personali graafikuid ja tööjõu kättesaadavust ning sihtturundusega tegeleda, mis eeldavad ekspertteadmisi suurandmete töötlemisest³⁴. Suurandmete töötlus ja käitlemine on protsessid, mis intervjueritud ekspertide hinnangul ka Eesti kaubandus- ja rendiettevõtetes kümne aasta jooksul asendamatuks

²⁹ Frey, C. B.; Osborne, M. A. (2013) The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

³⁰ European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

³¹ World Economic Forum. (2017). Shaping the Future of Retail for Consumer Industries. http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF_AM17_FutureofRetailInsightReport.pdf

³² Ovum (2016). The Future of E-Commerce: The Road to 2026. <https://www.criteo.com/es/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/ovum-the-future-of-e-commerce-the-road-to-2026.pdf>

³³ <https://et.wikipedia.org/wiki/Liitreaalsus>

³⁴ UK Commission for Employment and Skills (2012). Sector Skills Insight: Retail. <http://dera.ioe.ac.uk/15964/1/evidence-report-53-retail.pdf>

konkurentsieeliseks saavad. Populaarsete toodete ja teenuste prognoosimine johtuvalt trendidest, hindade optimeerimine, konkreetsest tootest huvitatud klientide identifitseerimine ning kindlatele kliendigruppidele sobiva lähenemise väljatöötamine on mõned näited sellest, mida kätkeb endas oskus töödelda ja kasutada suurandmeid ning milliseid oskuseid eeldab see ettevõtte töötajatelt³⁵. Kõik see nõuab aga Eesti ettevõtetelt proaktiivset tegutsemist, innovatsiooni ning võimekust hinnata investeringute tasuvust, sest praegu veel piisavat valdkondlikku teadmist pole. Andmete sihipärasest kasutamisest ning ettevõtete turundustegevusi võib pärssida aga 2018. aasta mais kehtima hakanud Euroopa Liidu uus isikuandmete kaitse üldmäärus (GDPR – General Data Protection Regulation), mis nõuab ettevõtetelt senisest rangemaid reegleid füüsiliste isikute andmete kaitseks ning võib piirata ettevõtete lennukaid plaane tegeleda klientidele isikustatud turundusega. Konkreetset mõjuulatust, mida uus isikuandmete kaitse üldmäärus endaga kaasa toob, ei osanud eksperdid veel prognoosida.

Hulgikaubanduses keskendub tehnoloogiline innovatsioon peamiselt tarneahela protsesside tõhustamisele – näiteks seadmetele, mis võimaldavad monitoorida kauba liikumist või hinnastada riigilisel kaupa. Samuti uutele teenustele, mis loovad lisaväärtust *business to business*³⁶ klientidele³⁷. *The Future of Trade* (2017) uuringu põhjal võib prognoosida, et lähiaastate suurimateks tehnoloogilisteks uuendusteks, mis kaubandust ja selle ärimudeleid puudutavad, saavad olema eelkõige 3D printimine, robotika ja dronide laialdasem kasutuselevõtt³⁸. Neid kolme täiendab Maailma Majandusfoorum³⁹ omakorda plokiahela (*blockchain*), tehisintellekti, kaubandusteenuste kolimisega e-platvormidele ning mobiilimaksete võidukäiguga, mis annab veelgi laiemale sihtrühmale ligipääsu kaubandusturule. 3D printimise levikul majapidamistesse prognoosib WTO (2013) stsenaariumit, kus mõnede kaubaartiklite, nt ehituskaupade, osakaal ülemaailmses kaubanduses väheneb, kuna neid on klientidel võimalik nn toota kodus⁴⁰. Vähem oluline ei ole ka mitte-tehnoloogiline innovatsioon, mille eesmärgiks on eelkõige kliendile unustamatu ja meeldiva ostukogemuse pakkumine ning innovatsioon organisatsiooni sees. Näidetena võib välja tuua uute müügivõtete kasutamise poes (nt uuendused väljapanekutes), uuendused klienditeeninduses või uuenenud ärimudelid⁴¹.

Tehnoloogia arengu puhul on võimatu mööda minna **e-kaubandusest**, mille kasvutrend on pidev. Ühe e-kaubandust EL-i sees lihtsustava tegurina nähakse juba varem mainitud isikuandmete kaitse üldmäärust, mis loob ühtsed reeglid kogu Euroopa Liidu digitaalsel ühisturul.⁴² Eksperdid prognoosivad, et aastaks 2028 kasvab e-kaubanduse maht maailmas maksimaalselt 20%, kuid Eestis

³⁵ <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2015/11/10/big-data-a-game-changer-in-the-retail-sector/#1f5c59c79f37>

³⁶ B2B - kaubandus/kauba vahetus hulgikaubanduses kahe ettevõtte vahel

³⁷ University of Oxford (2014). Retail and Wholesale: Key Sectors for the European Economy. University of Oxford (2014). Retail and Wholesale: Key Sectors for the European Economy. https://www.eurocommerce.eu/media/87967/eurocommerce_study_v2_hd.pdf

³⁸ Chartered Accountants (2017). The Future of Trade. Are We Ready to Embrace the Opportunities? <https://www.charteredaccountantsanz.com/news-and-analysis/insights/future-inc/future-of-trade>

³⁹ <https://www.weforum.org/agenda/2018/06/from-blockchain-to-mobile-payments-these-technologies-will-disrupt-global-trade>

⁴⁰ World Trade Organization (2013). World Trade Report. Factors Shaping The Future of World Trade. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report13_e.pdf

⁴¹ University of Oxford (2014). Retail and Wholesale: Key Sectors for the European Economy. University of Oxford (2014). Retail and Wholesale: Key Sectors for the European Economy. https://www.eurocommerce.eu/media/87967/eurocommerce_study_v2_hd.pdf

⁴² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=ET>

veidi vähem, tulenevalt riigi väiksusest, mis vähendab veebikaubandusest saadavat mugavuse ning ajavõidu faktorit. Võimalust, et e-kaubandus klassikalise kaubanduse välja suretaks, Eesti eksperdid ei näe. Pigem üritatakse juurutada omnikanali (ingl.k *omnichannel*)⁴³ mudelit, kus eri müügikanalid omavahel ei konkureeri, vaid mida kliendi tellimuse täitmiseks ja teenindamiseks orgaaniliselt kombineeritakse ning mida iseloomustab nn kõik-ühes-lähenemine. Tarbijate ootused teenuse kiirusele ning jätkuv hinnasurve sunnivad jaekette avama e-poode ning juba olemasolevad e-pood avavad klassikalisi kauplusi. See aga annab omakorda ettevõtetele võimaluse jõuda suurima hulga tarbijaskonnani. European Skills Council'i (2014)⁴⁴ uuringu alusel võib väita, et kliendid soovivad informatsiooni ning ligipääsu võimalikult laiale sortimendile ning teevad oma ostud, kasutades hinnavaatlust, samal ajal soovides ka professionaalset klienditeenindust ning järelteenindust. E-kaubanduse kasvu nähakse eelkõige milleeniumlaste (sünd 1980–1995) ja Z-generatsiooni arvelt, kes ootavad ööpäevaringset ligipääsu ning kiiret tarnet. Iseenesest mõistetavana võetakse aastal 2028 ka proaktiivset klienditeenindust ning -tuge ja tasuta või väga madalaid tarnekulusid⁴⁵. Ettevõtetele, kes soovivad püsida konkurentsivõimelisena, ei jää muud üle, kui pakkuda vähemalt *multi-channel*⁴⁶ teenindust ning veebipoe olemasolu muutub nende jaoks üha olulisemaks. See omakorda loob suurema nõudluse kaugmüügitootajate järele, kes peavad operatiivselt olema valmis tegelema klientide küsimuste ning probleemidega veebi või telefoni teel.

Sarnaselt muu maailmaga ning kooskõlas rahvusvaheliste trendidega⁴⁷ näevad Eesti eksperdid e-kaubanduse võidukäiku eelkõige tööstus-, sisustus- ning elektroonikakaupade puhul, kus juba praegu nähakse ohtu, et jaekaubandus muutub pelgalt näitusesaali. Juba praegu on jaeketid avanud n-ö näidiste saale, kus potentsiaalsed ostjad saavad vajadusel kaubaga tutvuda ning hiljem ostu sooritada interneti teel.⁴⁸ Toidukaupade puhul sarnast edulugu näha ei ole. E-kaubanduse jätkuvaks arenguks ning tarbijasõbralikkuseks on aga primaarne tegeleda tarne- ning tagastussüsteemiga ja välja ehitada logistikakeskused. Eeltoodud aspektid on võrreldes maailma suurimate tegijatega Eestis veel tagasihoidlikul tasemel ning nende kitsaskohtadega tegelemine on eelduseks e-kaubanduse tasuvusele tulevikus.

Hoolduse ja parandusega tegelevaid ettevõtteid mõjutab tehnoloogia areng seoses seadmete üha keerulisemaks muutumisega ning nende lühema elutsükliga. See seab ettevõtetele suurema vastutuse seoses järelteeninduse pakkumise ja plaaniliste hooldustööde korraldamisega. Seadmete kasvav keerukus seab omakorda ootused aga hooldustöötajatele, kelle järele vajadus kasvab ning kelle ülesandena ei nähta enam pelgalt parandustöid, vaid ka seadmete ning toodete arendustegevusi tootjale tagasiside andmise kaudu. Tõenäoliselt peetakse kümne aasta jooksul olukorda, kus seadmed ise saadavad välja informatsiooni selle kohta, millal on vaja hooldustöid teostada, mis annab ettevõtetele võimaluse oma tegevusi paremini optimeerida.

⁴³ <https://en.wikipedia.org/wiki/Omnichannel>

⁴⁴ European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

⁴⁵ Ovum (2016). The Future of E-Commerce: The Road to 2026. <https://www.criteo.com/es/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/ovum-the-future-of-e-commerce-the-road-to-2026.pdf>

⁴⁶ *Multi-channel* – erinevalt sidusast omnikanali mudelist keskendub multikanali mudel üksteisest eraldatud müügikanalitele, mille kaudu saab tarbija ostu sooritada

⁴⁷ BigCommerce (2017). Omni-Channel Retail in 2017. What Brands Need to Know and Modern Consumer Shopping Habits. <https://grow.bigcommerce.com/rs/695-JJT-333/images/the-omni-channel-selling-guide.pdf>

⁴⁸ <http://www.kaubandus.ee/uudised/2018/04/25/home4you-haarab-latis-e-turgu-uudse-jaekaubanduslahendusega>

2.1.3. Töövormide ja töökultuuri teisenemine

Tulenevalt Z-generatsiooni peatsest tööturule sisenemisest ning eakama töötajaskonna kauem tööturul püsimisest on eri generatsioonide vahelised vastuolud ja samaaegne tööturul koos tegutsemine vältimatu. Huvide konflikt seoses **ootustega töövormidele ja töökultuurile** saab olema iga ettevõtja jaoks suur väljakutse, sest tööandjal tuleb leida moodused, kuidas kõik töötajad ettevõtte huvides efektiivselt koos tööle panna, arvestades samal ajal eri vanusegruppide ootuste ja vajadustega.

KRP valdkond ja teenindussektor laiemalt peab kohanema uute põlvkondade hoiakute muutustega. On põhjust eeldada, et tulevikus soovib üha rohkem töötajaid **töökorralduse paindlikkust ning mitmekesisemaid töövorme**.⁴⁹ Ühelt poolt kätkeb see endas lühemat karjääri samal töökohal ja korraga mitmel kohal töötamist (nn lühiajaliste tööde tegemine, tööampsud), soovi ühildada töö- ja pereelu paindlikuma töögraafiku kaudu ning eriti noorte puhul ka töö mõtestamist ja selle mõttekust⁵⁰. Sarnaseid maailmatrende toetavad ka Eesti eksperdid, kes on juba arvestanud ning teadvustanud endale, et uue töötaja väljaõppele kuluv aeg peab olema võimalikult lühike, et töötaja saaks algusest peale maksimaalselt panustada ka lühiajalise karjääri puhul. Vajalik on vähendada nii ruumilisi kui ajalisi piiranguid tööajale. Ühelt poolt näevad eksperdid nende ootuste rahuldamises väljakutset, sest tulenevalt töö profiilist ja sektori eripärast nõuab töö KRP-s paljudel ametikohtadel füüsilist kohalolekut. Teisalt aga nõustutakse, et tööandjad ise peavad kohanema ja leidma võimalused, kuidas muutuva maailma ja teisenenud ootustega toime tulla.

Jagamismajanduse üha suurema leviku ning olulisuse kasvuga isiku- ja äriteenuste valdkonnas on hoogustunud töötamine vabakutselisena, mitmele tööandjale ja ka põhitöö kõrvalt hobi korras. See võimaldab tööturule suunduda või naasta haavatavamatel sihtgruppidel nagu üliõpilased, pensionärid ja koduperenaised, kes saavad ise valida enda võimalustele vastava ja sobiva tööaja ning -koormuse⁵¹. Selliste töövormide edukaks realiseerimiseks tuleks ekspertide hinnangul aga kaasajastada tööseadusandlust, soodustades osalise ja paindlikuma tööajaga töötamist, kuna nii tööandjatel kui ka töövõtjatel on soov ning valmisolek, kuid puudub vajalik õiguslik keskkond selle realiseerimiseks.

Erinevalt mõnekümne aasta tagusest ajast ei pea noored kaubanduse valdkonna **erialasid piisavalt prestiižseks**, mistõttu ei lähe vajalikul hulgal noori valdkonna erialasid õppima ning ettevõtetel on raskusi erialaste teadmistega järelkasvu leidmisega. Seetõttu on paljud töötajad kaubanduses ilma erialase väljaõppeta ja tööandjad peavad lati töötaja teadmiste ja oskuste nõuetele seadma allapoole. Ühe võimaliku takistusena näevad eksperdid müüja-klienditeenindaja kutsenimetuse negatiivset kuvandit, mida kultiveeritakse ja võimendatakse juba üldhariduskoolides, liigitades selle elukutseks, mille omandavad ainult halva õpiedukusega noored, kelle võimed mujal läbi lüüa ei võimalda. Vähem olulisteks faktoriteks ei ole ka sektori madal palgatase ning töökeskkond. Ebastabiilsust suurendab pidev ja üha kasvav tööjõuvooravus, mis pärsib usalduslike töösuhete teket. Samuti puudub noortel sageli reaalne ettekujutus töövõimalustest kaubanduse valdkonnas ning ainsa väljundi ja karjäärivõimalusena nähakse kassapidaja või klienditeenindaja ametiala, millega omatakse tarbijana

⁴⁹ Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs Council (EPSCO) (2017) Future of Work: Making It e-Easy. Conference materials. <https://www.eu2017.ee/political-meetings/future-work-making-it-e-easy>

⁵⁰ Friedman, S.D. (2013) Baby Bust: New Choices for Men and Women in Work and Family. Wharton Digital Press. <http://worklife.wharton.upenn.edu/research/life-interests-of-wharton-students/1992-and-2012/>

⁵¹ Eljas-Taal, K et al (2016). Jagamismajanduse põhimõtete rakendamine Eesti majandus- ja õigusruumis. technopolis |group| ja Ernst & Young Baltic AS. <https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne.pdf>

isiklikku kokkupuudet. Sarnane olukord valitseb juba eelpool mainitud paranduse valdkonnas ning just kingseppade puhul, kus madalad palgad ning ühiskondlik lihttöökuvand noori ei paelu.

2.1.4. *Tarbija ootuste ja väärtuste muutumine*

Teenindussektor, ning eriti KRP valdkond, on väga tugevalt mõjutatud **tarbija ootustest ja vajadustest**, millega ettevõtted paratamatult kohanema peavad. Kliendikäitumine muutub pidevalt ja on üha nõudlikum – kliente on rohkem, eakate osakaal nende seas suureneb, nad on haritumad ja teadlikumad enda võimalustest ja valikutest ning nende soovid on mitmekesisemad.⁵² **Personaliseeritus nii teeninduses kui ka toodete sortimendis, tarnekiirus ja mugavus, kaubanduse meelelahutuslik aspekt ja keskendumine sellele, kuidas klienti võimalikult kaua kaupluses hoida, emotsioonide pakkumine, ettevõtete sotsiaalne vastutustundlikkus, keskkonnateadlikkus** jms on mõned märksõnad, mis järgmise kümne aasta jooksul ekspertide hinnangul valdkonda enim mõjutavad. Ligipäas internetile ja sotsiaalmeediale on ettevõtted asetanud olukorda, kus klientidel on lihtne koguda informatsiooni erinevate kaubaartiklite kohta, omavahel seda informatsiooni interaktiivselt reaajas vahetada ning vajadusel ka kritiseerida. Viimane on sageli päädinud tarbija ootustele sobimatute toodete turult kõrvaldamisega⁵³. Sotsiaal- ja multimeedia olulisuse kasv mõjutab uudse autoriteedi kujunemist, kus sõprade ja suhtlusvõrgustiku loodud teabele tuginedes tehakse tarbimisega seotud otsuseid ja tekivad nn uut laadi usalduskanalid, mis muudavad inimeste tarbimiskäitumist.⁵⁴ Sellest johtuvalt suureneb ettevõtetes konsultatiivse müügi tähtsus, mille eesmärgiks on veelgi isikustatum ja kliendikeskem teenindus. Klienditeenindus peab lähtuma üha enam tarbija vajadustest ja nõudmistest ning esitab suuremad ootused müügipersonalile, kelle seas nähakse üha rohkem nõudlust suurepärase suhtlusoskusega töötajate järele. Seega väidavad eksperdid üksmeelselt, et hoolimata tehnoloogia kiirest arengust ja tarbijate piiramata võimalustest e-kaubanduse kasutamiseks, ei kao inimeselt inimesele konsultatiivne klienditeenindus kuhugi, pigem muutub see veelgi olulisemaks ning professionaalsemaks.

Jälgides maailmatrende ning hinnates kohalikku majanduskeskkonda võib prognoosida, et hetkel ja lähiaastatel üha laienev kaubandusvõrk ja kaubanduspindade juurde ehitamine järgmise kümne aasta jooksul stabiliseerub ning hakkab pigem näitama langustrendi. Kasvamas on **mugavuspoodide** osakaal. Ekspertide hinnangul järgneb kogu Eesti järgmiste aastate jooksul nišikaupluste avamise trendile nagu praegu on juba märgata Balti Jaama ning Telliskivi Loomelinnaku piirkonnas. Tarbija, eriti just noorema generatsiooni ootus on kogu aeg tarbida midagi uut ja innovatiivset ning katsetada uusi võimalusi, sealjuures eristudes massist. Klientide üha suurenev tarnekiiruse ja -mugavuse nõudlus mõjutab otseselt ka hulgikaubandust, mis ka Eestis tundub olevat kahanev tegevusala, kuna üha globaliseeruv maailmas ostavad jaeketid aina rohkem kaupu otse tootjalt, mistõttu vajadus vahelüli järele kahaneb.

⁵²European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

⁵³ Mijhael, O. Pimentel, T (2015). Consumer behaviour in E-Commerce. Millennials in the USA, Washington D.C area. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/104955/Orlando_Torrez.pdf?sequence=1

⁵⁴ Pärna, O. (2016). Töö ja oskused 2025. Kogumik. SA Kutsekoda. <http://oska.kutsekoda.ee/wpcontent/uploads/2016/04/Tulevikutrendid-1.pdf>

Ühelt poolt annab otsekontakt tootjaga jaekaupmeestele võimaluse teha rohkem müüki, teisalt optimeerida hindu ning olla paremini kursis ja teadlikumad tarbijate ootustest⁵⁵.

Tarbija ootustest ja väärtustest on tugevalt mõjutatud ka **rentimine**. Tarbimisharjumused ja klienditeadlikkus on olulisel määral muutunud ning üha vähem soovivad inimesed omada isiklikku vara. Oluliseks on muutunud kogemus ja kogukonnatunne, jätkusuutlik tarbimine ja tarbitava ehedus⁵⁶. Järgnedes jagamismajanduse kasvutendentsile maailmas, on ka Eesti rendiettevõtete sõnul valdkond järgmise kümne aasta jooksul kindlasti tõusvas trendis, kuna eriti just noorema generatsiooni puhul ei soovita end nii tugevalt materiaalse varaga siduda. Levinumateks rendiartikliteks on hetkel Eestis tehnika ja majapidamistarbed (nt kohvimasinad, fototehnika, tööriistad) või muud vähemkasutatavad tarbeesemed. Eelkirjeldatud informatsiooni kättesaadavusest ja tarbijate teadlikkuse tõusust on võitnud oluliselt ka invaabivahendite rendiettevõtted, mis, tulenevalt vananevast rahvastikust ning samaaegsest noorte liikuvusest maailmas, suurendavad enda tegevust, rentides personaliseeritud abivahendeid, mis on loodud konkreetse inimese vajadustest lähtuvalt. Sõidukite rendi ettevõtted, mis on peamiselt üles ehitatud äriklientuuri ning turistide teenindamisele, järgmistel aastatel suuri muudatusi näha ei ole.

2.2. Riiklikud õigusaktid, arengudokumendid ja valdkonna uuringud

Tabelisse 3 on koondatud kokkuvõtte käesolevas uuringus tausta- või täiendava infona kasutatud riiklikest arengukavadest ja autoritele kättesaadavatest valdkonna tegevusaladel tööjõu või oskuste vajaduse teemat puudutavatest uuringutest, algatustest ning õigusaktidest. Lisaks dokumendi nimetusele ja viitele on lühikirjeldusena välja toodud peamised eesmärgid või sisukirjeldus ning seos käesoleva KRP valdkonna uuringuga (nt mõju tööjõu- ja/või oskuste vajadusele, täiendav info põhikutsealade vajaduse selgituseks või koolituspakkumise, oskuste, kvalifikatsiooninõuete jm kohta). Valdkonnal kaasajastatud arengukava puudub.

⁵⁵European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

⁵⁶ Eljas-Taal, K et al (2016). Jagamismajanduse põhimõtete rakendamine Eesti majandus- ja õigusruumis. technopolis |group| ja Ernst & Young Baltic AS. <https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne.pdf>

Tabel 3. Olulisemad strateegilised dokumendid ja analüüsid

ÕIGUSAKTID, ARENGUKAVAD, ALGATUSED JA UURINGUD	Lühikirjeldus eesmärkidest või tulemustest	Seos käesoleva uuringuga ⁵⁷
E-äri ja e-kaubanduse kasutamine Eestis ja kasutamise laiendamise võimalused ⁵⁸	Uuringu eesmärk on täpsustada e-äri ja e-kaubanduse kasutatavuse määra Eestis, selgitada välja nende laiemat kasutamist pärssivad tegurid ning kasutuselevõtu laiendamise võimalused ning uurida teiste riikide vastavaid parimaid poliitikakujundamise meetodeid. Uuringu tulemid on aluseks Eesti uue infoühiskonna arengukava ning ettevõtlus- ja innovatsioonipoliitika kujundamisele, EL uue eelarveperspektiivi prioriteetide seadmisele ja Eesti Euroopa Liidu poliitika kujundamiseks kõnealusel valdkonnas.	KRP valdkonda seob uuringuga rõhk e-kaubandusele, mis on tehnoloogia arengust ning tarbijakäitumise mustrite muutumisest tingituna järgnevatel aastatel suurima kasvuga kaubanduse alavaldkond.
E-ekspordi edendamise kontseptsioon ja tegevuskava ⁵⁹	Uuringu eesmärk on hinnata riigipoolse sekkumise vajadust e-ekspordi arendamiseks ning töötada välja sekkumisloogika e-ekspordi arendamiseks koos tegevuskavaga. E-eksport tähendab uuringus kaupade ja teenuste piiriülest müüki interneti (sh mobiilse interneti) või muu arvutivõrgu kaudu, sealjuures ei pruugi kauba või teenuse eest maksmine või nende kohaletoimetamine toimuda elektrooniliselt.	KRP valdkonna seos uuringuga seisneb e-kaubanduse jätkuvas ja kiires kasvus. Rahvusvahelises konkurentsipüsima jäämiseks peavad ettevõtted keskenduma müügikanalite mitmekesistamisele, digitaalse infosisu ja mobiiliveebi rakendamisele ning automatiseeritud internetiturunduse tegemisele.
Eesti konkurentsivõime kava „Eesti 2020“ ⁶⁰	Kaks katuseesmärki:  tõsta tootlikkust töötaja kohta Euroopa Liidu keskmisega võrreldes 80%-ni;  tõsta tööhõive määra 20–64-aastaste vanusegrupis 76% tasemele.	Tööjõu- ja oskuste vajaduse maatriksi joonistub lahti nii töötaja tootlikkust kui ka tööhõive määra arvesse võttes.
Jagamismajanduse põhimõtete rakendamine Eesti majandus- ja õigusruumis ⁶¹	Uuringu eesmärk on analüüsida, milline on jagamismajanduse hetkeolukord Eestis, milline on selle arengupotentsiaal ning mida peaks tegema Eesti riik jagamismajanduse paremaks integreerimiseks Eesti ettevõtluskeskkonda. Uuringu tulemused aitavad Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumil parendada Eesti ettevõtluspoliitikat uuenenud ärimudelite kontekstis.	KRP valdkonda puudutab uuring isiku- ja äriteenuste sektori kontekstis, mis on üks jagamismajanduse suurima osakaaluga valdkondi Eestis. Isiku- ja äriteenuste sektorisse kuuluvad muu hulgas tööampsude ehk lühiajaliste tööpakkumiste ning majapidamistarvete rent.

⁵⁷ Näiteks mõju tööjõu- ja/või oskuste vajadusele, täiendav info põhikutsealade nõudluse, koolituspakkumise, oskuste jm kohta.

⁵⁸Riigikantselei (2013). E-äri ja e-kaubanduse kasutamine Eestis ja kasutamise laiendamise võimalused. https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne_-_e-ari_ja_e-kaubandus_1_6_avalik_2013.pdf

⁵⁹ Praxis (2016). E-ekspordi edendamise kontseptsioon ja tegevuskava. http://www.praxis.ee/wp-content/uploads/2015/11/E-ekspordi_uuring.pdf

⁶⁰ <https://riigikantselei.ee/et/konkurentsivoime-kava-eesti-2020>

⁶¹Eljas-Taal, K et al (2016). Jagamismajanduse põhimõtete rakendamine Eesti majandus- ja õigusruumis. technopolis [group] ja Ernst & Young Baltic AS. <https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne.pdf>

Eesti infoühiskonna arengukava 2020⁶²	Eesmärgid: ✚ majanduse kasvu, riigi arengut ja elanike heaolu toetav IKT-taristu; ✚ rohkem kõrgema lisandväärtusega töökohti, suurem rahvusvaheline konkurentsivõime ja kõrgem elukvaliteet inimeste IKT-oskuste tõusu kaudu; ✚ nutikam riigivalitsemine; ✚ E-Eesti tuntuse tõus maailmas.	KRP valdkonda puudutab vastav arenguprogramm eelkõige IKT-kompetentside vajaduse ning sellega seotud rakendusplaani kaudu, mis näeb muuhulgas ette ka IKT- kompetentside alaseid täienduskoolitusi.
Eesti elukestva õppe strateegia 2020⁶³ ja seotud uuring „Täiskasvanute osalus elukestvas õppes“⁶⁴	Üldeesmärk on luua kõigile Eesti inimestele nende vajadustele ning võimetele vastavad õpivõimalused kogu elukaare jooksul, et tagada neile isiksusena väärika eneseteostuse võimalused ühiskonnas ning töö- ja pereelus.	Eelkõige puudutab see KRP koolituspakkumise ja tööjõu ning oskuste vajaduse võrdlust. Elukestva õppe strateegia võtmenäitajateks, mis on aktuaalsed ka KRP kontekstis, on täiskasvanute õppes osalemise määr, tiptasemel oskused, tööhõive määr ja digipädevuste tõus.
Töövõimereform⁶⁵	Töövõimereformi eesmärgiks on toetada töövõimetuspensionäride ja vähenenud töövõimega tööealiste täisväärtuslikku elu, aidates neil leida tööturul pakutavate teenuste abil võimetekohast tööd ja tööl püsida. Tööandjatele annab see võimaluse järjest enam kaasata oma organisatsiooni tegevusse vähenenud töövõimega inimesi.	KRP valdkonda puudutab töövõimereform eelkõige seoses võimalusega leevendada teravat tööjõupuudust vähenenud töövõimega inimeste rakendamise kaudu.
Isikuandmete kaitse üldmäärus⁶⁶	Andmekaitsereformi eesmärk on anda füüsilistele isikutele suurem kontroll oma isikuandmete üle, luua digitaalse ühisturu jaoks kohandatud reeglistik ning ühtlane andmekaitse tase kogu EL-is. Üldmäärus sisaldab hulgaliselt uusi sätteid, millel on oluline mõju isikuandmete kogumisele, töötlemisele ja nende turvalisuse tagamisele organisatsioonides.	KRP valdkonda puudutab andmekaitsereform seoses piirangutega, mida see seab klientide isikuandmete käsitlemisele, tarbijakäitumise analüüsimisele ja teistele ettevõtte konkurentsivõimet otseselt mõjutavatele teguritele.

⁶² https://www.mkm.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/eesti_infoühiskonna_arengukava.pdf

⁶³ <https://www.hm.ee/sites/default/files/strateegia2020.pdf>

⁶⁴ https://www.hm.ee/sites/default/files/haridusmin_taiskasvanute_osalus_30112016.pdf

⁶⁵ Töövõimereform. <http://www.sm.ee/et/toovõimereform>

⁶⁶ Euroopa Liidu Nõukogu (2016). Isikuandmete kaitse üldmäärus. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_5419_2016_INIT&from=EN

2.3. Valdkonna võimalikud uued ametid

Tulevikum ametid on OSKA kontekstis ametid, mille olemasolu võiks valdkonna või tegevusala ettevõtete konkurentsivõimet oluliselt tõsta, kuid praegu nende ametite esindajaid Eesti tööturul veel arvestatavas koguses ei ole. Tegemist on ametitega, mis lähitulevikus muutuvad oluliseks ja mille puhul on oodata hõive juurdekasvu. Peamisteks faktoriteks, mis uute ametite tekkimist valdkonnas suunavad, on tehnoloogia areng, rahvusvahelistumine ning digitaliseerimine.⁶⁷ Nii jae- kui hulgikaubandus peavad olema valmis tulevikus värbama töötajaid erinevatele e-kaubandusega seotud ametikohtadele. Võtmesõnadeks on siinjuures veebiarendus, sotsiaalmeedia ja e-turundus⁶⁸.

E-kaubanduse viimaste aastate jätkuva arengu taustal prognoosivad eksperdid kõige tõenäolisema tulevikum ametina **e-kaubanduse spetsialisti**, kelle ülesandeks on konsultatiivne müük, turundustegevus ning klienditugi e-kanalite kaudu. E-kaubanduse spetsialisti töö eesmärgiks on koguda andmeid kliendikäitumise kohta ning johtuvalt sellest teha personaliseeritud pakkumisi kindlatele kliendisegmentidele. Suur rõhk e-kaubanduse spetsialisti töös lasub kombineeritud ja eri valdkondi hõlmaval müügitööl, mistõttu peavad ettevõtted arendama välja ärimudelid, mis katavad üheaegselt turundust, müüki, veebiarendust ning andmeanalüüsi. E-kaubanduse spetsialistil peab olema kompleksne oskuste portfell, mis koosneb veebidisaini, e-turunduse ja sotsiaalmeedia teadmistest, tootekategooriate ülesehitusest ja tooteinfo rikastamisest, oskusest analüüsida ja planeerida klientide tarbimisharjumusi ja -trende, müüki ning klientide lojaalsust.⁶⁹

E-poodide üha laialdasema levikuga kasvab ka vajadus töötajate järele, kes e-keskkondi haldavad, arendavad ja hooldavad, et tagada klientidele maksimaalselt kiire ja mugav ostukogemus. **E-poe tehnilise spetsialisti** töö seisneb virtuaalse poe veebikeskkonna ülesehitamises, haldamises ning disainimises, olles samal ajal kursis erinevate rahvusvaheliste ja riiklike kaubandustegevust reguleerivate normidega⁷⁰. Tema eesmärk on kiirendada ja lihtsustada ostuprotsessi atraktiivse ostukeskkonna abil. Tulenevalt e-poe tehnilise spetsialisti laia profiiliga tööülesannetest, vajavad vastavad töötajad ka laia teadmiste ning kompetentside amplituud: teadmised interaktiivsetest veebimüügi tehnikatest ja veebipõhistest makseplatvormidest, oskus disainida ja luua e-poe keskkonda, veebisisu ja -keskkonna haldamine ning programmeerimine.

Johtuvalt üha kiiremate muutustest kliendikäitumises ning tarbimisharjumustes vajavad jaekaubandusettevõtted töötajaid, kes suudaksid identifitseerida, prognoosida ja ennetada vastavaid muutusi. **Digitaalsete kliendisuhete juhi** ülesandeks on esmalt hoida juba olemasolevaid kliente, samal ajal äratada tähelepanu ning kaasata uusi. Töötaja ülesandeks on tegeleda ka andmekaitsega ja hallata kliendibaasi⁷¹. Digitaalsete kliendisuhete juhi oskused ja teadmised peavad hõlmama arusaama e-kaubanduse toimimisest ja digitaalsest ostuprotsessist; sellest, kuidas leida ja hoida kliente; ta peab

⁶⁷European Skills Council Commerce. Employment and Skills. Report 2014. European Commission. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

⁶⁸University of Oxford (2014). Retail and Wholesale: Key Sectors for the European Economy. https://www.eurocommerce.eu/media/87967/eurocommerce_study_v2_hd.pdf

⁶⁹European Skills Council Commerce. Employment and Skills. Report 2014. European Commission. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ Ibid.

oskama luua ja administreerida veebipoodi; aru saama veebikliendi ostumotivatsioonist ning tema tarbijakäitumisest.⁷²

Kaubandustegevuse liikumisega digitaalsetele platvormidele suureneb ka surve kiirele ja mugavale tarne- ning tagastusprotsessile. **E-kaubanduse operaatorite** ülesandeks on suhelda klientidega ning jälgida kogu ostuprotsessi digitaalselt, alates tellimuse vormistamisest kuni kauba kättesaamiseni. Sarnaselt teistele uutele ametitele on ka siin väga olulisel kohal IKT-kompetentsid ja digitaalsete platvormide haldamise oskus, eesmärgiga leida ja hoida kliente. E-kaubanduse operaatorite töö eesmärgiks on ka olla kursis hiljutiste tehnoloogiliste trendidega ning rahvusvaheliste ja riigisiseste andmekaitseregulatsioonidega, arvete ja tellimustega tegelemine, kliendikaebustega tegelemine, logistikaprotsesside ülesseadmine, võrguhaldustöödega tegelemine⁷³.

⁷² *Ibid.*

⁷³ *Ibid.*

3. Valdkonna majanduslik seisund ja selle arengudünaamika

Lühikokkuvõte

KRP ettevõtetel on kogu Eestis oluline roll regionaalse tööandjana – kõigis maakondades jääb hõivatute osatähtsus 10–13% vahemikku ehk vähemalt iga kümnes inimene kõigis maakondades töötab KRP valdkonnas.

- ✚ Suurima töötajate arvuga põhikutsealaks on müüjad-klienditeenindajad u 29 000 töötajaga.
- ✚ KRP valdkonna põhikutsealadel hõivatute seas domineerivad naised ning nooremad vanusegrupid.
- ✚ Hariduslikult jaotuselt võib KRP valdkonna põhikutselasid lugeda tugevalt polariseerunuks. Üldkeskhariduse või madalamaga on 31% töötajatest, kutseharidusega 29%, kõrgharidusega 39%.
- ✚ KRP valdkonna ettevõtete vahel ilmnevad olulised erinevused töötajate palgatasemes. Keskmisest kõrgemad on palgad rentimise ja hulgikaubanduse tegevusalal, keskmisest madalamad paranduse ja jaekaubanduse tegevusalal.
- ✚ KRP valdkonna ettevõtete müügitulu moodustab veidi alla 40% kogu ettevõtlussektori müügitulust. Müügitulu kasvutempo viimasel 10 aastal on võrreldes teiste tegevusaladega jäänud tagasihoidlikumaks.
- ✚ Viimase 10 aasta jooksul on lisandunud üle 900 uue kaupluse ja 750 000 m² kaubanduspinna, kaubanduspinna m² arv töötaja kohta on peaaegu kahekordistunud. Sealjuures on kaubanduspinna tootlikkus (müügitulu kaupluse m² kohta) alates 2008. aastast vähenenud 14%.
- ✚ Jaekaubandus paistab tegevusalade võrdluses silma suurema tööjõuvoolavuse poolest, mis viitab ettevõtete madalamale konkurentsivõimele tööjõuturul.

Käesolevas peatükis antakse ülevaade KRP valdkonna majandusnäitajatest perioodil 2005–2016. Tööjõuvajadust mõjutavate majandusnäitajate analüüs aitab kirjeldada valdkonna hetkeseisundit ja lähimineviku arengudünaamikat, hinnata nii valdkonna kaalu ja positsiooni Eesti majanduses kui ka võimalikke kitsaskohti ning arenguvõimalusi (nt tootlikkuse näitajate kaudu).

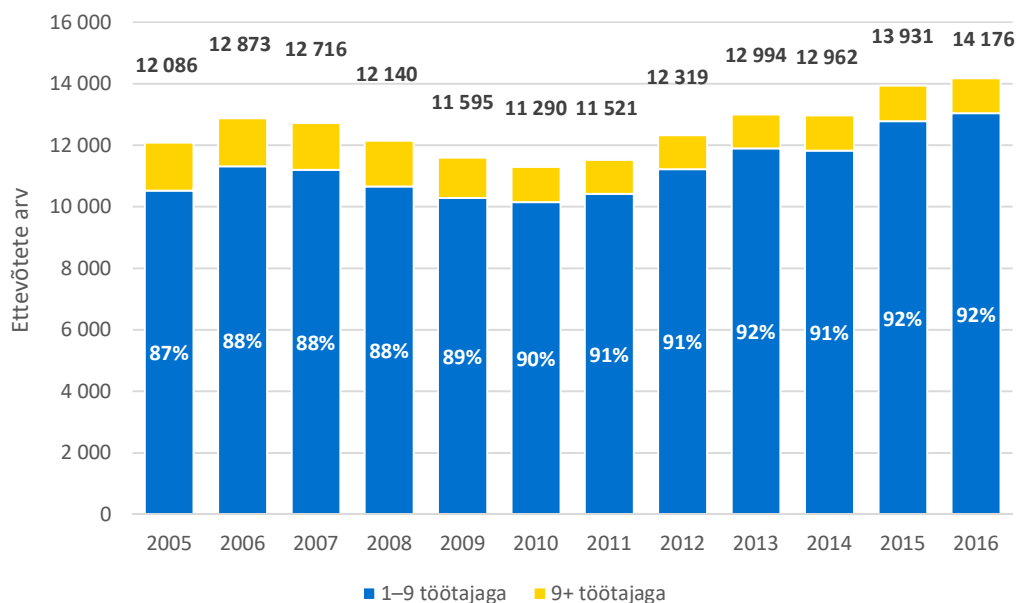
Valdkonna majandusliku seisundi analüüsis on tuginetud Statistikaameti andmetele⁷⁴ ja MKM-i prognoosile⁷⁵. KRP valdkonna statistilisel iseloomustamisel on lähtutud andmetest EMTAK-i tegevusalade G46 „Hulgikaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorrattad“, G47 „Jaekaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorrattad“, N77 „Rentimine ja kasutusrent“ (v.a N771 Mootorsõidukite rentimine ja kasutusrent) ja S952 „Tarbeesemete ja kodutarvete parandus“ kohta.

⁷⁴ Näitajad on vajadusel esitatud kolme aasta libisevate keskmistena, et tasandada lühiajaliste kõikumiste mõju

⁷⁵ <https://www.mkm.ee/et/tegevused-eesmargid/majandusareng-ja-ettevotlus/majandusanaluu>

3.1. Ettevõtete arv ja suurus

KRP valdkonnas tegutsevaid ettevõtteid on viimaste andmete järgi 14 176 (vt joonis 1) ehk umbes 17% kõigist Eesti ettevõtetest. Valdonna ettevõtete arv⁷⁶ on kümne aastaga kasvanud 15%, kuid oluliselt aeglasemalt kui ettevõtete arv Eestis tervikuna (kasv 48%). Andmetest nähtub, et uute ettevõtete loomine on hoogustunud peale majanduskriisi, kuid näitajate tõlgendamisel tuleb silmas pidada, et samal perioodil (alates 01.01.2011) muutus ka ettevõtte asutamine lihtsamaks.



Joonis 1. Ettevõtete arv⁷⁷ KRP valdkonnas ja mikroettevõtete osakaal. Allikas: Statistikaamet EM001

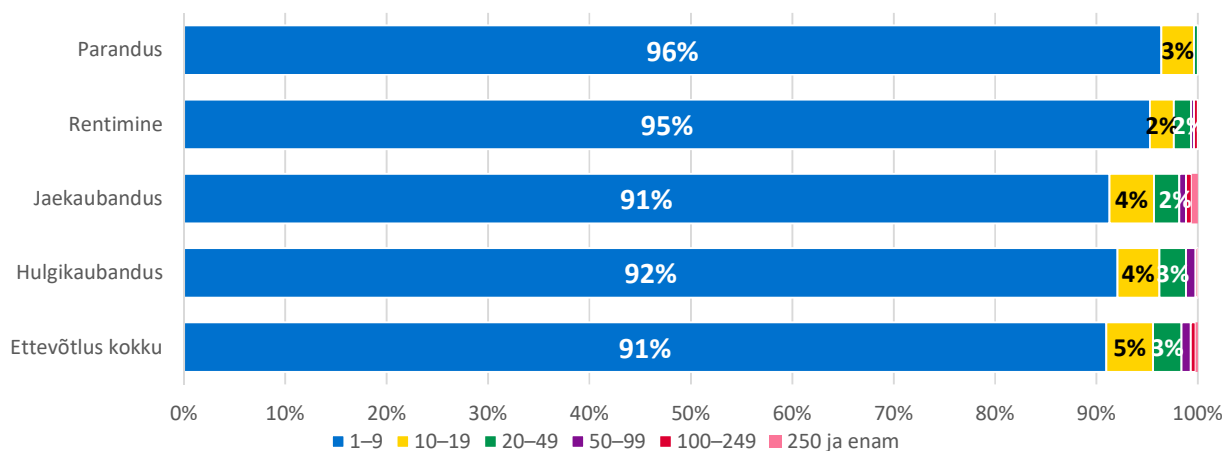
KRP valdkonnas tervikuna on ettevõtete jaotumine töötajate arvu järgi suhteliselt sarnane kogu ettevõtluse vastavale struktuurile (vt joonis 2). Valdav osa KRP valdkonna ettevõtetest on alla 10 töötajaga mikroettevõtted, nende osakaal on viimasel kümnel aastal kasvanud 87%-lt 92%-ni ettevõtete üldarvust (vt Joonis 1). Üle 10 töötajaga ettevõtete absoluutarv on viimasel kuuel aastal püsinud u 1100–1140 ettevõtte tasemel. Seega on KRP valdkonna ettevõtete üldarvu kasv viimastel aastatel (vt joonis 1) toimunud valdavalt mikroettevõtete baasil.

Paranduse ja rendi tegevusaladel on võrreldes ülejäänutega suurem mikroettevõtete osatähtsus (95–96%), jae- ja hulgikaubanduses on vastav näitaja veidi madalam (91–92%). Jaekaubanduses on ka teistest tegevusaladest kõrgem, üle 50 töötajaga ettevõtete osakaal (3%) (vt Joonis 2).

Kuigi statistiliste näitajate järgi domineerivad valdkonnas mikroettevõtted, rakendub märkimisväärt osa valdkonnas hõivatutest siiski suuremates, st üle 10 töötajaga firmades (jaekaubanduses 76% ja hulgikaubanduses 55% töötajatest). Üle 20 töötajaga ettevõtetega on seotud 41% hulgi- ja 48% jaekaubanduse hõivest.

⁷⁶ Ettevõtete arv kajastab majanduslikult aktiivseid ettevõtteid, st ettevõtteid, millel oli aruandeperioodil finantsmajanduslik tegevus (müügitulu, kulud jne).

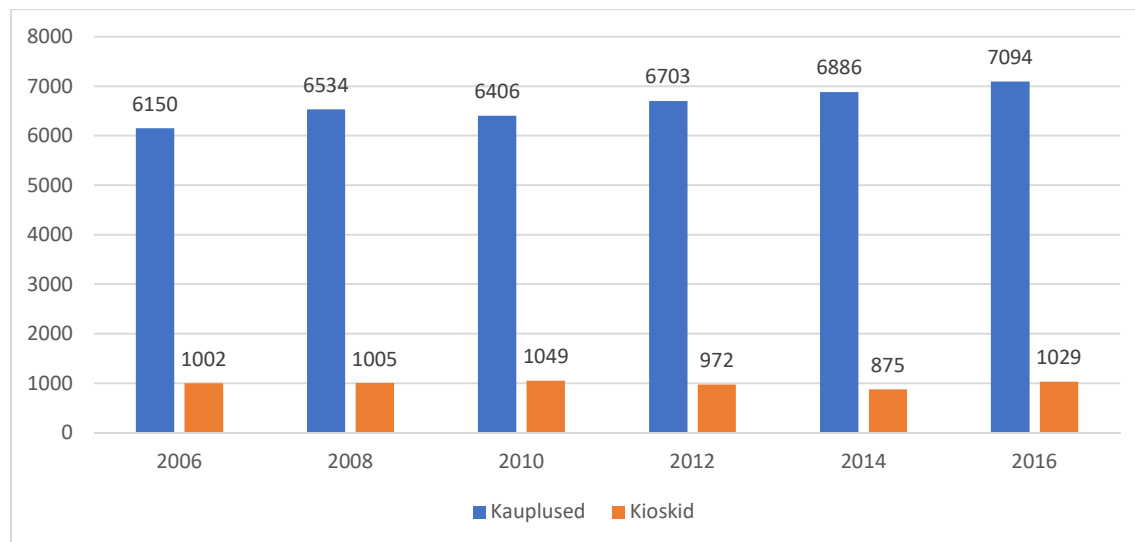
⁷⁷ Ettevõtete arv kajastab majanduslikult aktiivseid ettevõtteid, st ettevõtteid, millel oli aruandeperioodil finantsmajanduslik tegevus (müügitulu, kulud jne).



Joonis 2. Ettevõtete jaotus töötajate arvu järgi KRP valdkonnas 2015. aastal. Allikas: Statistikaamet EM001

3.2. Kauplemiskohtade arv ja kaupluste müügiplind

Kauplusi ja kioskeid oli 2016. aastal kokku 8123 (vt joonis 3). Kauplemiskohtade arv kokku on viimase kümne aasta jooksul kasvanud 14%. Peamiselt on kasv seotud kaupluste arvu suurenemisega, neid on viimasel kümnendil lisandunud üle 900 (ehk 15%). Kioskite arv kasvas samuti, kuid oluliselt tagasihoidlikumalt (27 võrra ehk 3%).

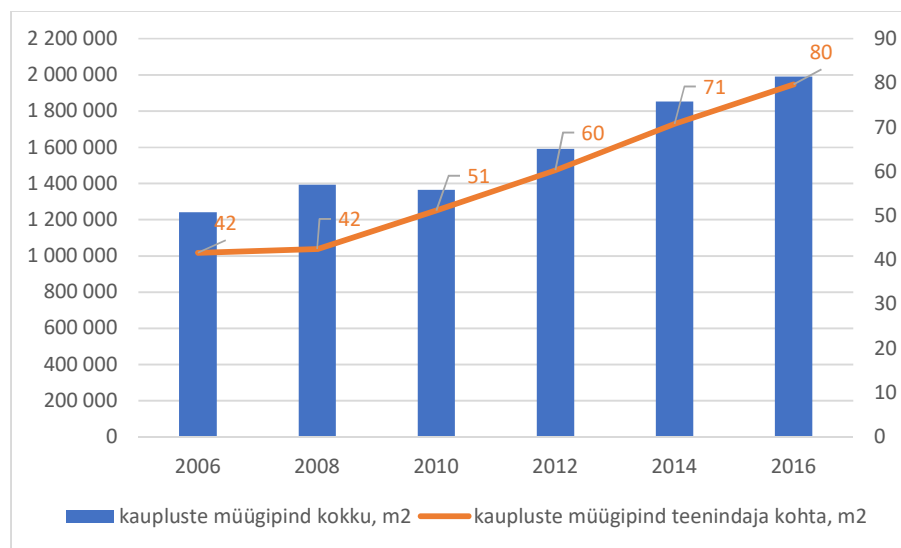


Joonis 3: Kauplemiskohtade⁷⁸ arvu muutus. Allikas: Statistikaamet KM08

⁷⁸ Kauplused ja kioskeid eristab müügisaali olemasolu. Vt täiendavalt Kaubandustegevuse seadus §15 <https://www.riigiteataja.ee/akt/715219?leiaKehtiv>

Kaupluste müügipind kokku moodustas 2016. aastal 1 991 000 m² (vt joonis 4). Kaubanduspinna ruutmeetrite arvult elaniku kohta paistab Eesti võrdluses teiste Kesk- ja Ida-Euroopa riikidega silma keskmisest kõrgema näitajaga (vt kaart lisas 9).

Alates 2006. aastast on lisandunud üle 750 000 m² müügipinda, keskmiselt (kokku 61% võrreldes baasaastaga). Kasv oli kõige kiirem ajavahemikul 2010–2014, mil lisandus u 490 000 m². Samal ajal on jõuliselt kasvanud ka kaubanduspinna ruutmeetrite arv teenindaja kohta. Kui 2006. aastal oli vastav näitaja 42 m², siis 2016. aastaks küündis see juba 80 m² ehk pea kahekordseks. Paralleelselt kaubanduspinna märkimisväärse kasvuga (üle 60%) viimasel kümnendil näeme teenindajate arvu kahanemist kauplustes ligi viiendiku võrra⁷⁹.



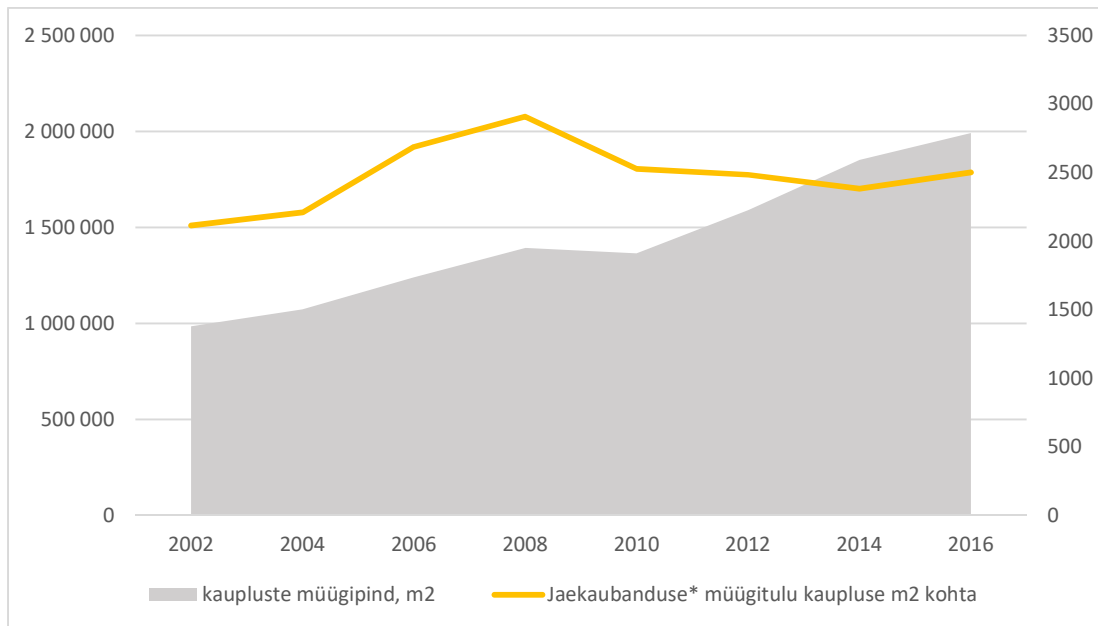
Joonis 4: Kaupluste müügipinna muutus. Allikad: Statistikaamet KM08, Eesti Tööjõu-uuring, autorite arvutused.

Kaubanduspinna tootlikkus ehk müügitulu kaupluse m² kohta kasvas ajavahemikul 2002–2008 umbes samas tempos kaupluste müügipinna lisandumisega (vt joonis 5). Alates 2008. aastast aga on müügitulu m² kohta pöördunud langusesse (2008 vs 2016 kahanemine 14%), samas kui pinda on lisandunud 43%. Veiderpass⁸⁰ (2017) on Tallinna kaubanduskinnisvara näitel järeldanud, et lisanduva kaubanduspinna suurenev pakkumine ei ole põhjustatud kasvanud nõudlusest, vaid pigem kinnisvaraettevõtete soovist investeerida. Lisaks leiab ta, et antud suundumusega kohanemisel võivad raskused tekkida eelkõige väiksematel kaubakeskustel ja muudel kaubanduspindadel, mis jäävad otseselt suurte keskuste mõjualasse.

⁷⁹ Eesti tööjõu-uuringu andmetel on poemüüjate (ISCO kood 5223) ja kassapidajate (ISCO kood 5230) ametialadel hõivatute arv aastatel 2006–2016 kahanenud kokku u 16%.

⁸⁰ Veiderpass, R. (2017). Kaubanduspinna suureneva pakkumise mõju Tallinna kaubanduskinnisvara turule. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool.

http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/57830/veiderpass_risto.pdf?sequence=1&isAllowed=y



Joonis 5: Kaupluste müügipinna tootlikkus. Allikad: Statistikaamet KM08, KM0107, autorite arvutused. (järgmised jaekaubanduse tegevusalad on parema võrreldavuse huvides arvestusest välja jäetud: jaemüük posti või interneti teel, jaemüük kioskites ja turgudel, otsemüük, mootorkütuse jaemüük.)

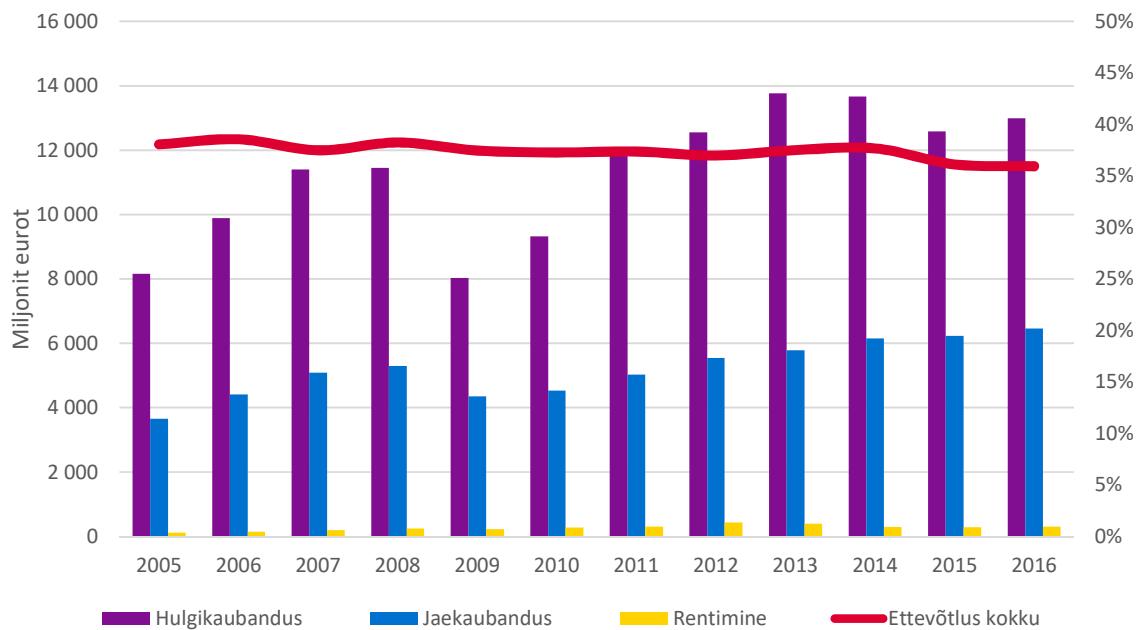
3.3. Käive

KRP valdkonna ettevõtete käive (müügitulu⁸¹) moodustas aastatel 2005–2016 kogu ettevõtlussektori käibest u 40%. KRP ettevõtete müügitulu kokku on viimase kümne aastaga kasvanud 12 miljardilt 20 miljardini ehk pea kahe kolmandiku võrra. Kasvutempo on jäänud pisut tagasihoidlikumaks kui ettevõtluses tervikuna, osatähtsus kogu ettevõtlussektori käibest näitab pikemas perspektiivis tagasihoidlikku langustrendi (vt joonis 6).

Nii hulgi- kui jaekaubanduse näitajates on graafikult selgelt tuvastatav majanduslanguse mõju 2009. ja 2010. aastal, mil müügitulu kahanes hulgikaubanduses 30%, jaekaubanduses veidi vähem, 18%. Hulgikaubanduses pöördus kriisijärgne kasvutrend taas languseks 2014. aastal, kuid vaadeldava perioodi viimasel aastal on täheldatav siiski väike kasv (3%). Jaekaubanduses näeme peale majanduskriisi stabiilset müügitulu suurenemist – 4,4 miljardilt 2009. aastal 6,5 miljardini 2016. aastal.

Rentimine on viimase kümnendi kokkuvõttes näidanud KRP tegevusaladest kõige jõulisemat käibekasvu (173%), kuid viimastel aastatel on trend olnud pigem langev.

⁸¹ Müügitulu – nii põhi- kui ka kõrvaltegevusena valmistatud toodete, osutatud teenuste ja edasimüügi eesmärgil soetatud kaupade müügist saadud või saadaolev tulu, mis ei sisalda käibemaksu ega aktsiise. http://pub.stat.ee/px-web.2001/Database/MAJANDUS/17SISEKAUBANDUS/02JAEMUUGI_MAHUINDEKSID/KM_020.htm



Joonis 6. Käibe jagunemine KRP valdkonnas, valdkonna osatähtsus kogu ettevõtluse käibest. Allikas: Statistikaamet EM001

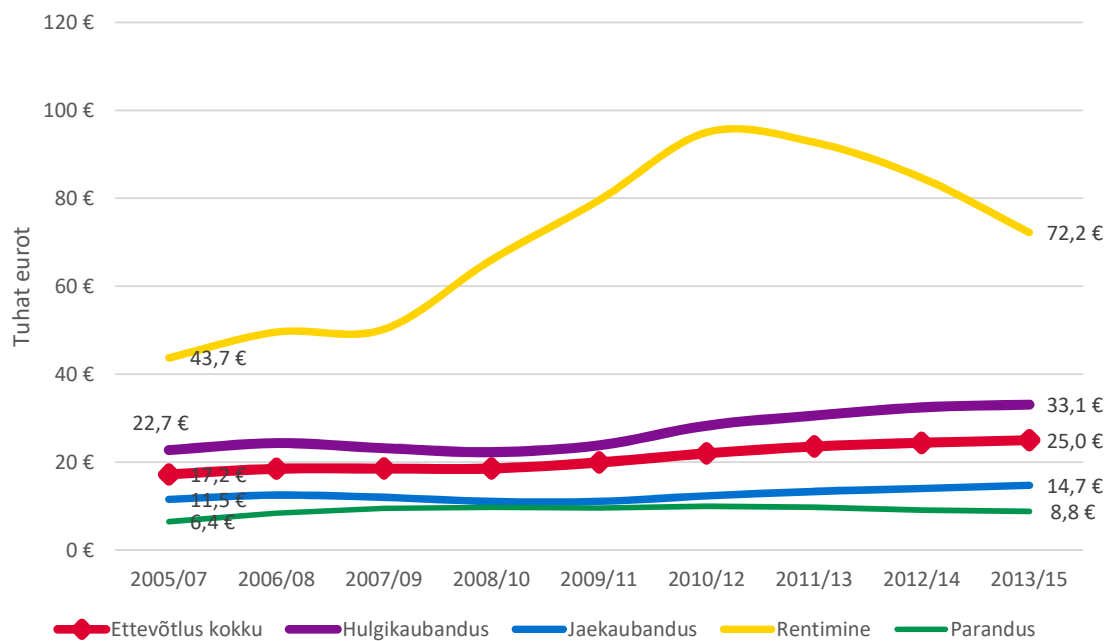
3.4. Töövõljalus

KRP valdkonnas on töövõljalus⁸² viimasel kümnendil kasvanud ligi kolmveerandi võrra, muutused on aset leidnud kogu ettevõtlusega üldjoontes samas suurusjärgus (vt joonis 7). Uuritavas valdkonnas tõuseb kõrge töövõljalusega⁸³ esile rentimise tegevusala, kus vastav näitaja oli 2015. aastal ligi 134% võrra kõrgem kui ettevõtluses tervikuna. Ka hulgikaubandus paistab silma keskmisest kolmandiku võrra kõrgema töövõljalusega. Töövõljalus on keskmisest madalam jaekaubanduses (37%) ja paranduses (62%).

Jae- ja hulgikaubanduse töövõljaluse näitajates ilmnevad olulised erinevused ka teistes Euroopa riikides, mis on osalt seletatavad jaekaubanduse kõrgema tööjõumahukusega, kuid teisalt võivad erinevused olla seotud ka osajaga töö erineva määraga.⁸⁴

⁸² Töövõljalus e tootlikkus näitab, kui palju lisandväärtust on loodud tööga hõivatud isiku kohta (lisandväärtuse ja tööga hõivatud isikute suhe). Töövõljalust võib tõlgendada kaubanduse ja teeninduse kontekstis kui teenitud müügitulu töötaja kohta, millest on maha arvestatud n-ö vahetarbimine (st nt kaupade-teenuste sisseost, rent jne). Vt täpsemalt <http://www.stat.ee/files/koolinurk/abiks/sonastik/>; http://pub.stat.ee/px-web.2001/Database/Majandus/03Ettevõtetete_majandusnaitajad/04Ettevõtetete_suhtarvud/02Aastastatistika/EM_008.htm

⁸⁴ Dachs *et al.* (2016). EU wholesale trade: Analysis of the sector and value chains. The Vienna Institute for International Economic Studies. <https://wiiw.ac.at/eu-wholesale-trade-analysis-of-the-sector-and-value-chains-dlp-4101.pdf>

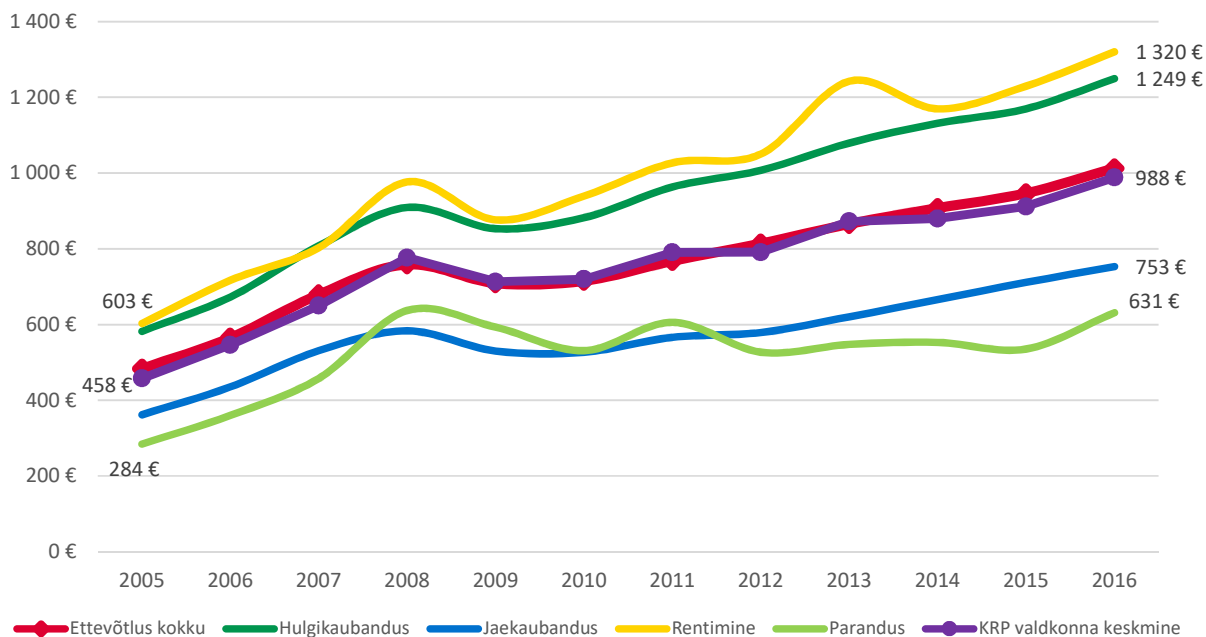


Joonis 7. Töövõljalikus KRP ettevõtetes tegevusalade (töötaja kohta aastas, tuhat eurot) võrdluses kogu ettevõtlusega (kolme aasta keskmiste näitajate alusel). Allikas: Statistikaamet EM008

3.5. Palk

Palgad on KRP ettevõtetes viimasel kümnendil suurenenud keskmiselt ligi 116% võrra, üldiselt samas tempos kui ettevõtluses tervikuna.

Palgatasemes tulevad esile olulised erinevused KRP valdkonna tegevusalade vahel (vt joonis 8). Kõrgeim on vastav näitaja rentimises ja hulgikaubanduses, kus keskmine palgatase ületab kogu ettevõtluse keskmist vastavalt 30% ja 23% võrra. Jaekaubandusettevõtetes hõivatud saavad aga keskmisest ligi veerandi ja paranduses koguni 38% võrra väiksemat töötasu. Uuritava valdkonna ettevõtetes kokku jääb töötajate keskmine sissetulek umbes samale tasemele kui ettevõtluses tervikuna (erinevus u 2%).



Joonis 8. Keskmise brutokuupalk (palgakulu töötaja kohta⁸⁵) KRP alavaldkondades. Allikas: Statistikaamet EM001

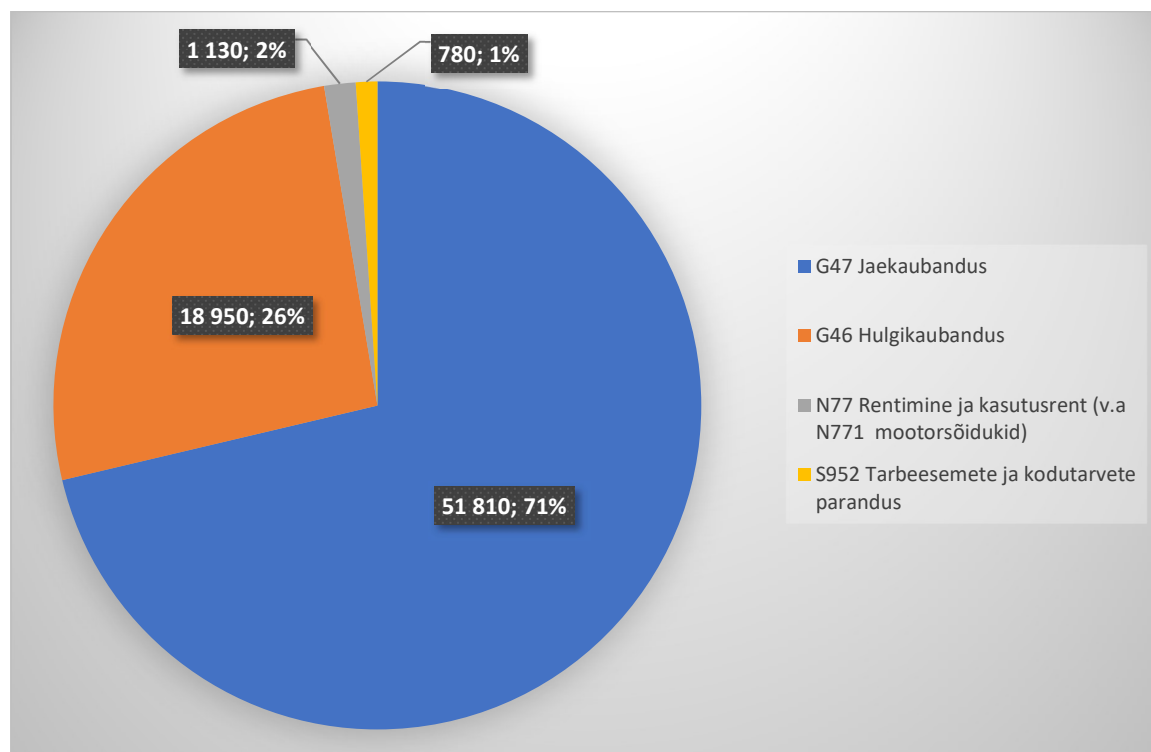
Detailsemaid andmed KRP ametialade palkade kohta on toodud lisa 8.

⁸⁵ Keskmise brutokuupalk on arvutatud Statistikaameti ettevõtlusaruande EKOMAR baasil töötajate palgakulu ja aasta keskmise töötajate arvu jagatisena ühe kuu kohta. Vaadeldav näitaja ei peegelda sotsiaalkindlustuskulusid. Palgakuluga töötaja kohta on arvestatud olenemata tema töökoormusest. Arvud erinevad Statistikaameti palgastatistikast, kuna viimane taandab palgad täiskoormusele. Eelkirjeldatud alusandmete valik on tingitud asjaolust, et Statistikaameti palgastatistika tegevusalade kaupa (leitav Statistikaameti andmebaasi tabelist PA5211) ei võimalda välja tuua andmeid vastavalt sinise uuringu tegevusalade jaotusele.

3.6. Hõivatud valdkonnas

3.6.1. Hõivatud ja hõivetrendid tegevusalade ja põhikutsealade kaupa

KRP valdkonna ettevõtetes töötab kokku üle 72 000 inimese⁸⁶ ehk ligi 11% kõigist hõivatutest Eestis. Valdkonna ettevõtluses kõige suurema töötajate arvuga tegevusalaks on jaekaubandus ligi 52 000 töötajaga, mis moodustab üle 70% valdkonna ettevõtetes hõivatutest. Järgneb hulgikaubandus u 19 000 töötajaga (üle veerandi KRP ettevõtetes hõivatutest). Rentimise ja parandusega tegelevates ettevõtetes hõivatuid on kokku u 1900 (osatähtsus on kokku 3%).



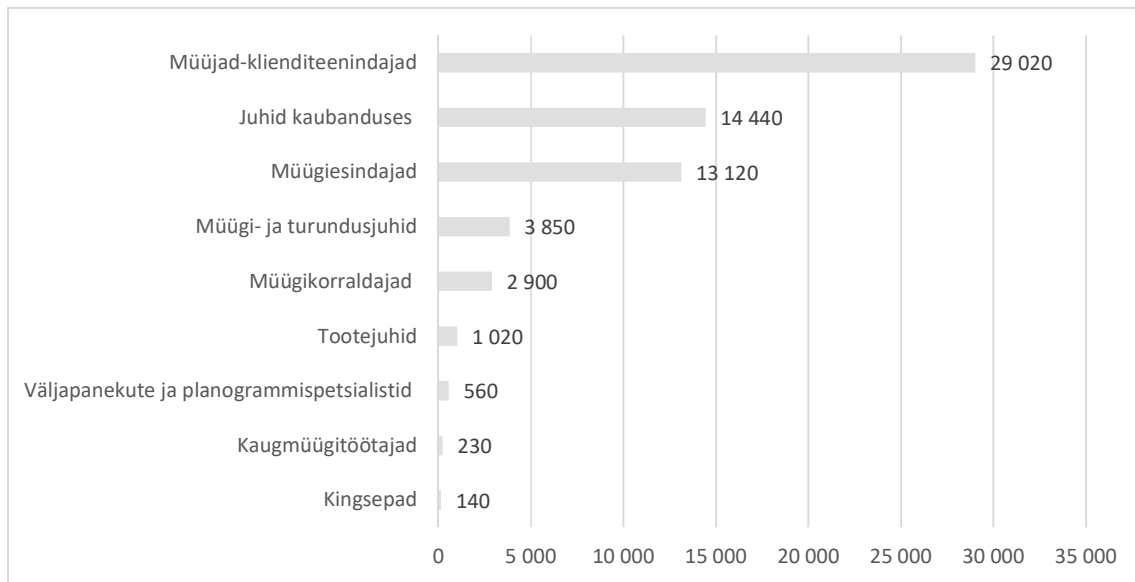
Joonis 9. Hõivatute arvu jagunemine KRP valdkonna tegevusaladel, 2014–2016 keskmine. Allikas: Eesti Statistikaamet, REL2011; Eesti Tööjõu-uuring; MKM⁸⁷

Konkurentsituult suurima töötajate arvuga põhikutsealaks valdkonnas on müüjad-klienditeenindajad, kus rakendub u 29 000 inimest (vt joonis 10). Eesti mõistes väga suurteks põhikutsealadeks on ka juhid kaubanduses ja müügiesindajad, vastavalt u 14 400 ja 13 100 töötajaga. Arvestades, et valdkonna põhikutsealadel kokku töötab u 65 300 inimest⁸⁸, moodustavad kolm suurimat põhikutseala kokku sellest 87%. Ainuüksi müüjate-klienditeenindajate arvele langeb u 44% KRP põhikutsalade hõivest.

⁸⁶ Perioodi 2014–2016 aastakeskmiste näitajate alusel.

⁸⁷ 2014–2016 keskmine töötajate arv MKM OSKA alusandmestiku põhjal, kus tööjõu-uuringu hõive andmed on ühendatud REL2011 ametialade andmestikuga (MKM tööjõuprognoosi aluseks olev andmestik, mis põhineb tööjõu-uuringu andmetel tööga hõivatute arvu ja sektoriti jagunemise kohta ning REL2011 andmetel tööjõu jagunemise kohta ametialati).

⁸⁸ KRP põhikutsealadel hõivatute arv erineb valdkonna ettevõttes hõivatute arvust, kuna põhikutsealade hulka ei hõlmatud ametialasid, mille põhikompetentse ei loetud piisaval määral valdkonnaga seonduvaks (täpsemalt vt ptk 1.2.)



Joonis 10. KRP põhikutsealadel hõivatute arv, 2014–2016 keskmine. Allikas: Statistikaamet, REL2011; Eesti Tööjõu-uuring; MKM

3.6.2. Tööjõuvoolavus

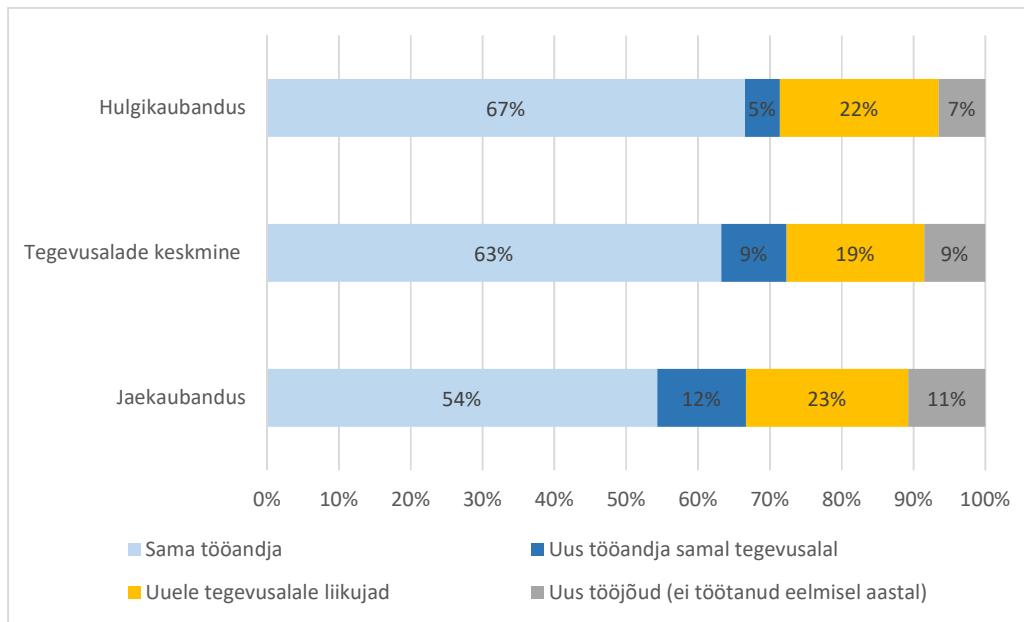
Andmed tööjõuvoolavuse kohta⁸⁹ on kahjuks võimalik välja tuua vaid väga üldisel tasemel, suuremate tegevusalade võrdluses (vt joonis 11).

Jaekaubandus on tegevusalade arvestuses üks suurima voolavusega aladest. Kahel järjestikusel aastal sama tööandja juures jätkas vaatlusalusel perioodil vaid 54% töötajatest (väiksem oli osakaal vaid majutuses ja toitlustuses, haldus- ja abitegevustes ning ehituses; kõigi tegevusalade keskmine 63%). Hulgikaubanduses oli voolavus keskmisest väiksem (67% töötajatest püsis sama tööandja juures).

Teiste tegevusaladega võrreldes oli jaekaubanduses enam ka neid, kes liikusid sama sektori teise tööandja juurde (12% jaekaubandus vs 9% tegevusalade keskmine; kõrgem on näitaja vaid majutuses ja toitlustuses, ehituses ning veonduses ja laonduses). Hulgikaubanduses oli sektorisisene liikumine teiste tegevusaladega võrreldes mõnevõrra tagasihoidlikum (5%).

Lisaks selgub, et nii hulgi- kui ka jaekaubanduses hõivatud vahetasid võrreldes teiste sektoritega aasta jooksul tegevusala suurema tõenäosusega (jaekaubanduses 23% töötajatest, hulgikaubanduses 22%, tegevusalade keskmine 19%).

⁸⁹ Andmed Maksu- ja Tolliametilt aastate 2014–2016 keskmisena võrreldes eelneva aastaga, MKMi arvutused.

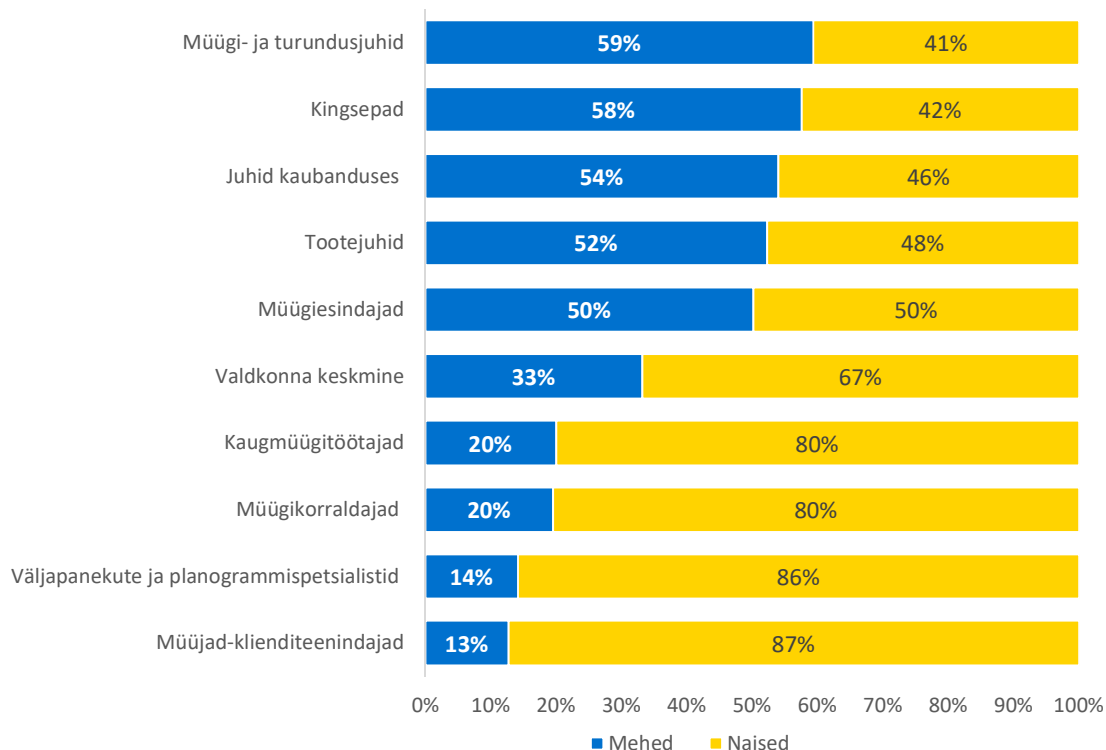


Joonis 11. Tööjõu liikumine järjestikuste aastate võrdluses (2014–2016 võrreldes eelneva aastaga). Andmed: Maksu- ja Tolliamet, MKMi arvutused.

Kokkuvõttes näeme, et jaekaubandus paistab teiste tegevusalade taustal silma oluliselt kõrgema tööjõuvoolavusega, mis viitab ilmselt ettevõtete madalamale konkurentsivõimele tööjõuturul (töötingimused, palgatase jne). Keskmisest enam on töötajaid, kes liiguvad tegevusala sees (st ühest jaekaubandusettevõttest teise) ja ka neid, kes valivad uue tööandja mõnelt teiselt tegevusalalt. Samuti on keskmisest suurem töötajate osatähtsus, kes eelneval aastal ei töötanud (sh noored, mitteaktiivsed). Hulgikaubanduses on tööjõuvoolavus oluliselt tagasihoidlikum, eriti mis puudutab liikumist tegevusala piires.

3.6.3. Töötajate sooline jaotus

KRP valdkonna põhikutsealade töötajatest suurema osa, üle kahe kolmandiku, moodustavad naised. Põhikutsealad, millel töötavad valdavalt naised, on müüja-klienditeenindajad, väljapanekute ja planogrammispetsialistid, müügikorraldajad ning kaugmüügitöötajad. Meeste osakaal eelnimetatud kutsealadel jääb vahemikku 13–20%. Müügiesindajate ja tootejuhtide seas leidub mõlema soo esindajaid võrdsel määral. Suurem on meeste esindatus kingseppade, müügi- ja turundusjuhtide ning kaubandusjuhtide hulgas, kus neid on üle poole (54–59%).



Joonis 12. KRP valdkonna põhikutsealadel hõivatute sooline jagunemine. Allikas: Statistikaamet, REL2011; MKM

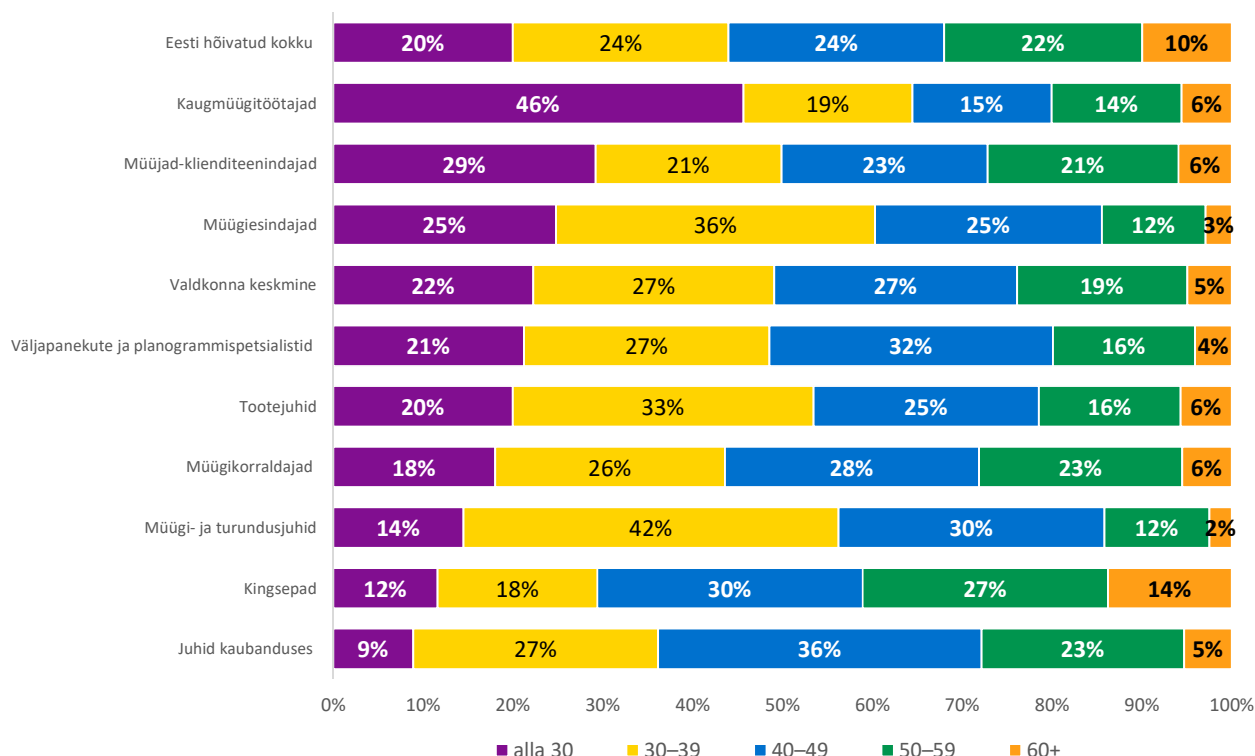
3.6.4. Töötajate vanuseline jaotus

KRP valdkonna põhikutsealade vanuseline struktuur on Eesti tööjõu keskmiste näitajate taustal olulisel määral nooremate vanusgruppide suunas kaldu. Kui kõigist hõivatutest on 60-aastaseid või vanemaid 10%, siis KRP valdkonnas vaid 5%. Kuni 40-aastaseid töötajaid on keskmisest oluliselt rohkem – kogu tööjõus keskmiselt 44%, KRP valdkonnas 49% (vt joonis 13). Valdkonna põhikutsealade kaupa on vanusestruktuur siiski mõnevõrra erinev.

Noorte, alla 30-aastaste töötajate osatähtsus on kõigi hõivatute keskmisest näitajast suurem enamikul KRP kutsealadest, välja arvatud kingseppadel ja juhtidel kaubanduses. Valdkonna kutsealade võrdluses on noorte osatähtsus keskmisest väiksem veel müügi- ja turundusjuhtidel, müügikorraldajatel ja tootejuhtidel.

Konkurentsituult kõige nooremaks põhikutsealaks on kaugmüügitöötajaid, kellest pea pooled on alla 30-aastased. Järgnevad müüjad-klienditeenindajad 29% ja müügiesindajad 25%-ga. Kusjuures müüja-klienditeenindajate puhul torkab silma, et valdkonna keskmisest rohkem on nii alla 30-aastaseid kui üle 50-aastaseid (27%).

Kiiresti vananevaks põhikutsealaks on kingsepad, kus üle 60-aastaseid on 14% (4% rohkem kui tööjõu keskmine näitaja). Üle 50-aastaseid töötajaid on enim müügikorraldajate ja kaubandusjuhtide hulgas (28–29%). Üle 60-aastaseid on nende seas siiski oluliselt vähem, võrreldes kõigi hõivatutega (6% vs 10%), kiirest vananemisest siin kindlasti rääkida ei saa.

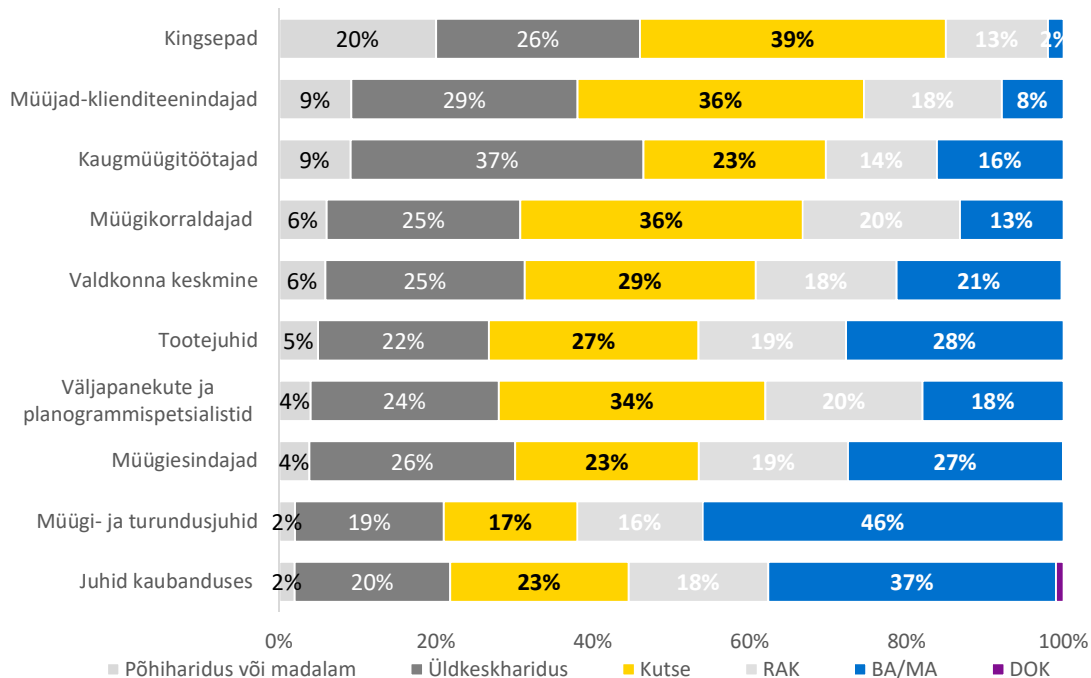


Joonis 13. KRP põhikutsealadel hõivatute vanuseline jagunemine. Allikas: Statistikaamet, REL2011; MKM

3.6.5. Töötajate hariduslik jaotus

Haridusliku jaotuse poolest võib KRP valdkonna põhikutsealad lageda tugevalt polariseerunuks. Ilma erialase haridusega (st alg- ja põhihariduse ning üldkeskharidusega) töötajaid on põhikutsealadel 31%, kutseharidusega 29% ning kõrgharidusega 39%. Kõrghariduse omandanutest 46% on lõpetanud rakenduskõrghariduse ja 54% bakalaureuse- või magistriõppe. Seega on kõrgharidus puht statistiliselt kõige levinud haridustase valdkonna kutsealadel, kuid andmete tõlgendamisel peab arvestama, et rakenduskõrghariduse all kajastub ka kunagine n-õ tehnikumiharidus ehk kesk-eriharidus keskhariduse baasi.

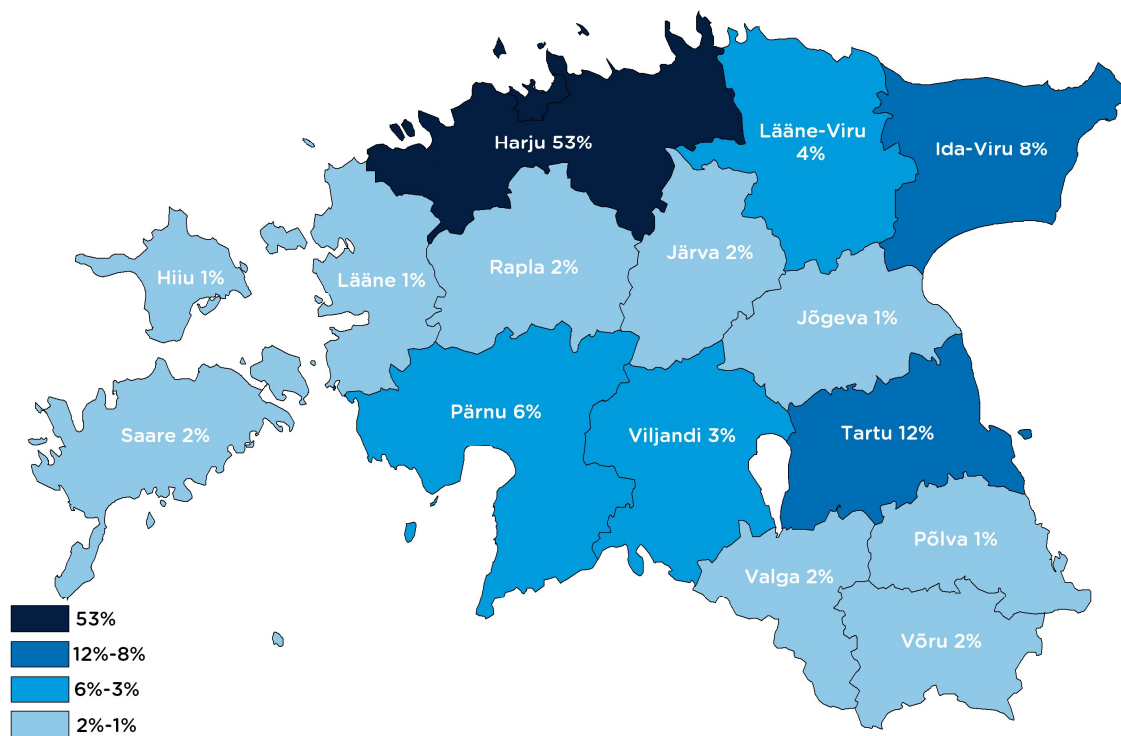
Keskhariduse või madalama haridusega töötajaid on enim kaugmüügitöötajate (46%), müüja-klienditeenindajate (38%), müügikorraldajate (31%) ning müügiesindajate (40%) hulgas. Kõrgharidus domineerib juhtide põhikutsealadel (müügi- ja turundusjuhid 62%, juhid kaubanduses 55%). Kuid ka nendel positsioonidel töötab arvestatav hulk (umbes viiendik) üldkesk- või madalama haridusega inimesi.



Joonis 14. KRP põhikutsealadel hõivatute hariduslik jagunemine. Allikas: Statistikaamet, REL2011; MKM. (RAK*, sh kesk-eriharidus keskhariduse baasil)

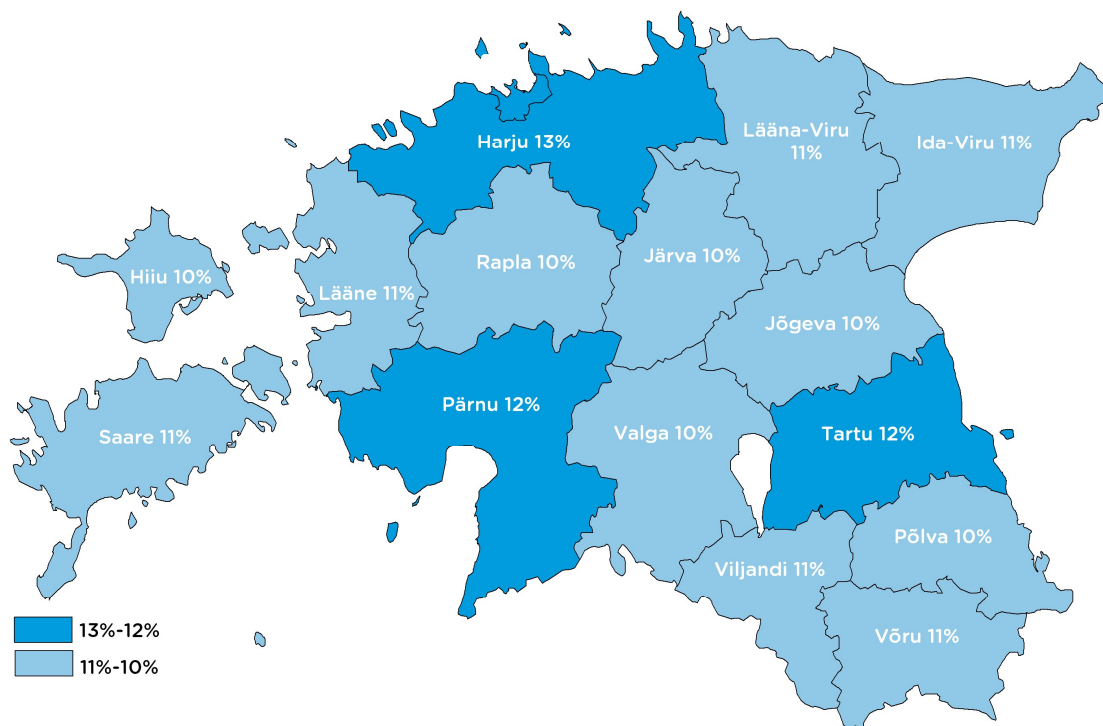
3.6.6. Töötajate regionaalne jaotus

KRP valdkonna töötajate regionaalset jaotumist on võimalik analüüsida kahes dimensioonis – hõivatute jagunemisena maakondade vahel (vt joonis 15) ja valdkonnas hõivatute otsatähtsusega konkreetse maakonna koguhõivest (vt joonis 16). Kõige suurem osa KRP valdkonna hõivest on koondunud Harjumaale (53%), järgnevad Tartumaa (12%), Ida-Virumaa (8%) ja Pärnumaa (6%) (vt joonis 15). Tegemist on ühtlasi ka rahvaarvult suurimate maakondadega Eestis, mistõttu on vastav hõive jaotus igati ootuspärane.



Joonis 15. KRP hõive jagunemine regionaalselt, 2014–2016. Allikas: Statistikaamet, tööjõu-uuring; MKMi tööjõuvajaduse ja -pakkumise prognoos

KRP ettevõtetel on üle Eesti oluline roll regionaalse tööandjana – kõigis maakondades jääb hõivatute osatähtsus 10–13% vahemikku ehk iga kümnes inimene kõigis maakondades töötab KRP valdkonnas (vt joonis 16). Kaardil joonistub selgelt välja ka suuremate tömbekeskuste mõju – Harjumaal, Tartumaal ja Pärnumaal on seetõttu KRP valdkonnas hõivatute osatähtsus võrreldes teiste maakondadega kõrgem.



Joonis 16. KRP töötajate osatähtsus maakonna hõivest, 2014–2016. Allikas: Statistikaamet, tööjõu-uuring; MKMi tööjõuvajaduse ja -pakkumise prognoos

4. Valdkonna oskuste vajadus

Lühikokkuvõte

KRP valdkonnale on iseloomulik erialaste teadmiste ja oskuste universaalsus olenemata ametikohtast. Paradoksaalselt joonistub välja tendents, kus ka madalamatel ametikohtadel töötavatel töötajatelt eeldatakse sageli juhtidega sarnaseid kompetentse ning vastupidi. Hoolimata väga kõrgetest nõudmistest oskustele ei ole palgapakkumine nende ootustega kooskõlas. Valdkonda iseloomustab ka isikuomaduste ning peamiselt üldhariduskoolis omandatavate üldoskuste tähtsus, mis on tööandjale sageli erialastest kompetentsidest olulisemad. KRPs vajalikud erinevatele kutsealadele jagunevad tulevikuoskused ja -teadmised on järgmised:

-  **Erialased teadmised ja oskused** – valdkondlikud IKT-kompetentsid (sh suurandmete töötlemine ja kasutamine), kategooria- ja ostujuhtimine, müügipsühholoogia, planogramide koostamine ja kauba väljapanek, müügitööoskus, turunduskompetentsid, analüüsioskus, majanduse-, õiguse- ja ettevõtluse teadmised, üldine tehniline taip ja oskused, kontseptuaalne ja strateegiline mõtlemine, laiapõhjalised teadmised ning oskused, et täita erinevaid ülesandeid.
-  **Sotsiaalsed oskused** – suhtlusoskus, eesti- inglise ja vene keele oskus, meeskonnatööoskus, suuline ja kirjalik eneseväljendusoskus, juhtimiskompetentsid (sh inimeste juhtimine ja protsesside juhtimine), psühholoogiakompetentsid, probleemilahendusoskus.
-  **Sobivad isikuomadused** – enese- ja ajajuhtimine, planeerimisoskus, kohanemisvõime, vastutuse võtmine, iseseisvus, enesemüügoskus, stressitaluvus, töötahe, püsivus, valmisolek elukestvaks õppeks ja pidevaks enesetäiendamiseks, tulemustele orienteeritus, tolerantus.

Valdkonna kaks kutsestandardit (müüja-klienditeenindaja, tase 4 ja müügikorraldaja, tase 5) uuendati 17. oktoobril 2018. Sealjuures nimetati müüja-klienditeenindaja kutsestandard ümber kaubanduse klienditeenindajaks. Tulenevalt sellest, kas tööandjad ootavad valdkonna ametikohtadele kutseõppe tasemeõppes omandatud ettevalmistusega töötajaid või mitte, tuleb pärast kehtivate kutsestandardite aegumist võtta arutlusele, kas vastavaid kutsestandardeid on endiselt vaja.

Ekspertid hindasid valdkonna põhikutsealadel töötavate inimeste kasvavaid, kahanevaid ning puuduolevaid oskusi ja vajadust kutsestandardi(te) järele. KRP valdkonna põhikutsealade töö kirjeldused koos õpi- ja karjääriteede kirjeldusega on esitatud alapeatükis 1.2. Käesolevas peatükis täiendatakse seda informatsiooni eksperthinnangutega selle kohta, milliseid muutusi on vaja valdkonna töötajate oskustes.

4.1. Muutused oskuste vajaduses

Maaailma Majandusfoorumi 2016. aasta algul ilmunud aruanne „*The Future of Jobs*“⁹⁰ tõstab esile, et tehnoloogilised muudatused toovad kaasa muutusi oskuste vajaduses kõigis valdkondades, ka nendes, milles töötajate vajadus kahaneb. Aruanne rõhutab, et omandatud oskuste rakendamise aeg lüheneb järjest ning enamiku kutsealade jaoks muutuvad oluliseks sellised oskused, mille vajalikkust praegu väga ei tunnetata. Näiteks kutsealadel, mis traditsiooniliselt on eeldanud vaid tehnilisi oskusi, on vaja tugevaid suhtlemisoskusi ja vastupidi.

Vastavalt valdkonda mõjutavatele trendidele ning ekspertide hinnangutele on oluline, et valdkonnas töötavatel inimestel oleksid eelkõige sobivad **isikuomadused, väga head üldoskused (vt ka tabel 4), mitmekülgsed erialased teadmised ja oskused⁹¹ ning head sotsiaalsed oskused, mis toetavad inimestega suhtlemist ja müügitgevust, ning valmidus ja tahe õppida**. Sealjuures ei ole kriteeriumiks alati erialase tasemehariduse olemasolu, sest valdkondliku eripära tõttu on ekspertide hinnangul võimalik valdkonna erialased kompetentsid omandada töökohal. Müügiga tegeleva personali puhul nii jae- kui hulgikaubanduses kui ka rentimises toonitasid eksperdid olulisimana **suhtlusoskust**, mis kasvab seoses konsultatiivse rolli suurenemisega müügitöös ja toodete üha keerukamaks muutumisega. Viimane peadib nii kaubanduses, rentimises kui ka paranduses üha suurema vajadusega **toodete tundmise järele**, sest müügipersonal peab lisaks heale suhtlusoskusele omama ka detaileid teadmiseid müüdavatest toodetest. Avatus, siiras huvi kliendi vajaduste vastu ja üldine positiivne hoiak on võtmeomadused, mis muutuvad üha tähtsamaks.

Juhtide kohta toonitasid eksperdid lisaks väga headele suhtlusoskustele ka psühholoogiateadmiste ning empaatiavõime olulisust, millele esitab väljakutse erinevate generatsioonide koos töötamine, kes tuleb juhtidel meeskonnana sama eesmärgi nimel tööle panna. Samuti toonitasid eksperdid **müügipsühholoogiakompetentse** müügi- ja turundusjuhtide ning tootejuhtide puhul ja klienditeenindajatel toimetulekuks keeruliste klientidega. Müügipsühholoogiakompetentsid väljenduvad ka **planogramide koostamisel ja kaupade väljapanekutes**, mis on ettevõtete jaoks muutumas üha olulisemaks vahendiks klientide mõjutamisel ning mida liigitatakse tulevikuoskuste alla.

Kasvava vajadusega erialasteks kompetentsideks on ka **kategooria- ja ostujuhtimine**, mille järele on puudus juba praegu ning mis tiheneva konkurentsi tingimustes muutuvad ettevõtete jaoks üha kriitilisemaks. Uuringust selgub, et praegu ei pakuta koolides piisavalt võimalusi nende kompetentside omandamiseks, kuna puudu on vajaliku ekspertteadmise õppejõudusid. Ettevõtte profiilist ja suurusest lähtuvalt on kategooria- ja ostujuhtimise kompetentsid vajalikud näiteks kategooriajuhi, tootejuhi, ostujuhi ja väljapanekute spetsialisti ametialal.

Kuna trendid näitavad, et valdkond muutub tulevikus üha paindlikumaks ning kohaneb kiirete muutustega, siis väga oluliseks peetakse **oskust leida ja luua seoseid ning olemasolevaid teadmisi integreerida**. Oodatakse töötajate **multifunktsionaalsust ja valmisolekut täita ettevõttes vajadusel erinevaid tööülesandeid ning kohaneda muutuvate olude ja uue tehnoloogiaga**. Näiteks müügipersonali puhul saab üha olulisemaks tahe ja võime täita võimalikult laia amplituud

⁹⁰ World Economic Forum (2016). The future of jobs: employment, skills, and workforce strategy for the fourth industrial revolution. http://www3.weforum.org/docs/WEF_FOJ_Executive_Summary_Jobs.pdf

⁹¹ Valdkonna põhikutsealade erialased baasteadmised ja -oskused on täpsemalt kirjeldatud vastavates kutsestandardites (vt ptk 4.2 ja <http://www.kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid>).

tööülesandeid, mistõttu peab müügisaalis töötav klienditeenindaja olema valmis töötama kassas, kaupa välja panema ning ka letis teenindama. Samuti eeldatakse näiteks tootejuhtide puhul väga head müügi- ja suhtlusoskust, kuid teisalt ka võimekust teha turundustööd, andmeanalüüsi ja projekte juhtida. Olenemata ametikohast peavad ettevõtted oluliseks, et töötaja suudaks **näha laiemat pilti ja kaubanduse rolli majanduses tervikuna**.

Kuna töökeskkond muutub järjest tehnoloogiarikkamaks, siis **oskus kasutada arvuteid ja nutiseadmeid** on lähiaastatel vajalik kõikidel põhikutsealadel. Siin on oluline roll ettevõtetel endil, et kaasajastada töötajate oskuseid ning aidata vanemal põlvkonnal tehnoloogia arenguga kohaneda. Valdonna üha laialdasem digitaliseerimine eeldab, et sektoris töötavad inimesed, kellel on paremad **digipädevused**. Sealjuures ei peeta oluliseks mitte ainult seda, et töötaja oskab erinevad andmeanalüüsiprogramme või nutiseadmeid kasutada, vaid anda edasi ka tootespetsiifilisi teadmisi keerukamaid seadmeid müües, kliente nõustades või uusi töötajaid välja koolitades.

Johtuvalt KRP valdkonna suurest tehnoloogiaarengu sõltuvusest on lisaks klassikalistele digipädevustele oluline toonitada **ka oskust töödelda ning kasutada suurandmeid**, mis on endiselt suhteliselt uus ning kiirelt arenev valdkond andmeanalüüsis. Kuna vastavad teadmised ja oskused on nii Eestis kui ka maailmas endiselt vähelevinud, siis näevad eksperdid kümne aasta jooksul pigem vastavate kompetentside sisseostmist teenusena. Paranduse ja hoolduse alavaldkonna põhikutsealade puhul töid eksperdid välja kasvava vajaduse tehniliste oskuste järele, mis puudutab seadmete arendust ning järelhooldust.

Olenemata põhikutsealast pidasid valdkonna eksperdid erialaharidusest isegi olulisemaks häid **üldoskuseid, hoiakuid ja isikuomadusi**, mis kujunevad välja ja mis omandatakse üsna varakult juba üldhariduskoolis. Eksperdid pöörasid palju tähelepanu just valdkonnas töötamiseks vajalikele üldoskustele, kuna erialaseid teadmisi ja oskusi omandatakse sageli töökohal. Levinud on arvamus, et oskused on valdkonnas töötades omandatavad, kuid inimese isikuomadusi ja hoiakuid ei muuda. **Enese- ja ajajuhtimine, planeerimisoskus, koostööoskus, kohanemisvõime, vastutuse võtmine, analüüsioskus, iseseisva töö oskus, probleemilahendusoskus, enesemüügi oskus, stressitaluvus, töötahe ning püsivus** on vajalik kõigile valdkonna kutsealadele oskustekomplekt, mis muutub üha olulisemaks seoses muutustega töökultuuris ja paindlikuma töökorraldusega. Mõningast puudujääki nimetatud oskustest ja hoiakutest täheldasid eksperdid just noorema generatsiooni puhul, kes ühelt poolt on püsimatud ja soovivad võimalikult palju paindlikkust, kuid teisalt ei soovi võtta vajalikul määral vastutust. Oluliseks pidasid eksperdid ka **valmisolekut elukestvaks õppeks**, mis kiirete muutuste tõttu toodete ja tehnoloogia vallas tagab jätkuva konkurentsivõime tööturul.

Järjest olulisem on kõigil põhikutsealadel ka väga hea **suuline ja kirjalik eneseväljendusoskus** nii ettevõtte sees kui ka ettevõtte esindamisel klientide ning koostööpartnerite ees. Müüjate-klienditeenindajate puhul väljendub see eelkõige vahetus suhtluses kliendiga, et kliendi vajaduste järgi leida talle sobiv kaup ning teha vajalik tooteanalüüs. Vähemtähitis ei ole teha nn lisamüüki, ehk tekitada huvi ja vajadus toodete järele, mida klient algselt ei planeerinud osta ning mille järele vajadust ta ei teadvustanud. Toote- ja müügijuhtide ning müügiesindajate puhul peavad eksperdid olulisimaks väga häid läbirääkimisoskuseid, julgust võtta kontakti, oskust teha pakutava toote kasulikkus kliendile arusaadavaks ja oskust hoida olemasolevaid ning leida uusi kliente.

Johtuvalt tööjõu vabast liikumisest Euroopa Liidus ja mõnede ettevõtete rahvusvahelistumisega kaasnevast välistöötajate kasutamisest muutub mitmekultuurilistes tiimides töötamisel üha

olulisemaks **tolerantsus ning keeleoskus**. Inglise keele vajalikkus kasvab kõikides alavaldkondades seoses rahvusvahelistumisega, tehnoloogia arenguga ning nutiseadmete kasutuselevõttuga, kuna enamik tarkvaralahendusi on ingliskeelsed. Keeleoskusest rääkides pidasid paljud eksperdid vajalikuks, et tõuseks kohalike elanike eesti ja vene keele oskuse tase. Praegu töötab sektoris nii eesti kui ka vene keelt emakeelena kõnelevaid töötajaid, kelle puhul tööandjad ootaksid vastavalt kas vene või eesti keele madalamat kesktaset (A2). Siit nähtub aga paradoks, sest samal ajal näevad tööandjad terava tööjõupuuduse leevendamiseks vajadust alandada keelenõudeid välistööjõu palkamiseks ning seda olukorras, kus trendid viitavad konsultatiivse müügi tähtsuse kasvule.

Tabelis 4 on esitatud kokkuvõtte kasvava vajadusega ja arendamist nõudvatest oskustest põhikutsealade kaupa. Siinjuures on paslik välja tuua, et töötajatele esitatud nõudmised ning oodatavad oskused on olenemata ametikohast väga kõrged, kuid palgapakkumine ei lähe sageli, eriti just madalama positsiooni ametikohtade puhul nende nõudmiste ning ootustega kokku.

Tabel 4. Kasvava tähtsusega üldised oskused kõigis alavaldkondades ⁹²

Oskused: suhtlemine, sh suhtlemine ja esitlemine ning koostöö ja toetamine	Põhikutsealad (näidisametid)
Suhtlemisoskus on oluline kõikidel põhikutsealadel, kus töötaja puutub kokku kas meeskonnatööga või klientide ja koostööpartneritega suhtlemisega. Juhtidel peab olema oskus teavet arusaadavalt ja struktureeritult esitada, nt tutvustada kolleegidele uusi tööprotsesse, müügipersonalil (sh toote- ja müügijuhid) aga kliendile orienteeritus, mis väljendub oskuses selgitada välja kliendi vajadus ja teha neile selgeks, miks konkreetse toote/teenuse ostmise on kasulik. Võõrkeeltes suhtlemise oskust hinnati kasvava olulisusega oskuseks kõigil kutsealadel, kuna ettevõtted rahvusvahelistuvad, on suuresti mõjutatud turismisektorist ja võivad värvata välistööjõudu. Koostööoskust hinnati vajalikuks organisatsiooni struktuuride lamedamaks muutumise tõttu, mis toob kaasa järjest rohkem tööülesandeid, mida tuleb teha koostöös teiste meeskonnaliikmete, klientide või koostööpartneritega. Kuna erinevad generatsioonid viibivad samaaegselt tööturul, muutub üha olulisemaks ka koostööoskus noorte ja eakate vahel, samuti eri kultuuriruumidest pärit töötajate vahel.	Kõik põhikutsealad, kõik ametid.
Oskused: juhtimine, sh inimeste ja protsesside juhtimine ning juhendamine	
Inimeste juhtimine on oluline erineval tasemel töötajate jaoks meeskonna juhtimisel, mida peavad valdama nii ettevõtte- kui ka keskastmejuhid, samuti kaupluse juhataja. Protsesside juhtimise olulisust rõhutati eelkõige hulgikaubanduse alavaldkonnas, kus leidub ameteid (nt tootejuht, müügijuht), mis on seotud mingite tööprotsesside juhtimisega, kuid ei pruugi hõlmata inimeste juhtimist. Juhendamist toodi välja positiivse näitena ettevõtetest, kus on juurutamisel mentorluse ja uue töötaja sisse elamise programmid, mille raames kogenumad töötajad juhendavad ja koolitavad töökohal välja uued töötajad.	Juhid kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonnas (nt piirkonnajuht, kategooriajuht, jaemüügijuht, kaupluse juhataja), müügi- ja turundusjuht, tootejuht, müügiesindaja, vahetuse vanem, vanem-müüja.

⁹² Tabeli struktuuri loomisel on lähtutud abimaterjalist „Üldised kompetentsid“ – kvalifikatsiooniga seonduvad terminid (2014). <http://www.kutsekoda.ee/fwkw/contenthelper/10448381/10506333>

Oskused: mõtlemine, sh analüüs ja tõlgendamine ning üldistusoskus	Põhikutsealad (näidisametid)
Analüüsi- ja tõlgendamise oskus muutub üha olulisemaks kõigil kutsealadel, eriti aga seal, kus tuleb analüüsida kliendikäitumist, konkurentsi- ja turuolukorda ning võtta vastu sellest tulenevaid otsuseid. Samuti on selle oskuse puhul oluline kirjalik ja suuline eneseväljendusoskus. Analüüsioskuse vajaduse esiletoomine on oluline seetõttu, et ekspertide hinnangul on see oskus tööturule jõudvate nooremate vanusegruppide esindajatel pigem nõrk. Eksperdid rõhutasid ka kontseptuaalse ja strateegilise mõtlemise tähtsust, kus iga töötaja peaks olema ideaalis suuteline hoomama kaubanduse rolli majanduses, numbriliste seoste teket ning tegema nende seoste põhjal prognoose. Oskustöötajate puhul seisneb see eelkõige oskuses hoomata suurt pilti ettevõtte tegevusest ning nägema enda rolli selles.	Kõik põhikutsealad, kõik ametid.
Oskused: enesejuhtimine, sh kohanemine ja toimetulek, planeerimine ja organiseerimine ning tulemuste saavutamine	
Kohanemist peeti kasvava olulisusega oskuseks. See tuleneb eelkõige kiiresti muutuvast töökeskkonnast, mis on tingitud uuenevast tehnoloogiast ning üldistest muutustest tööturul (nt demograafilised muutused). Oluline on ka avatus nii muutunud töökorralduse kui ka teiste uudsete ideede ja lahenduste suhtes. Enese- ja ajajuhtimisega seostuvad paindlikkus uute tööülesannetega kohanemisel, stressitaluvus, valmisolek ja ka julgus teha ettepanekuid töökorralduse efektiivsemaks muutmiseks ning üleüldiselt enda arvamuse avaldamine. Enese- ja ajajuhtimise olulisus tuleb eelkõige välja kutsealadel, mis võimaldavad teha kaugtööd ning eeldavad seetõttu töötajalt suuremat enesedistsipliini. Planeerimine ja organiseerimine toodi välja kui oskus, mis on hädavajalik valdkonna juhtidele. See hõlmab näiteks eesmärgistatud tegevuskava loomist, ressursside juhtimist ning tähtaegadest kinni pidamist. Sarnaselt enese- ja ajajuhtimisega muutub ka see kompetents üha olulisemaks seoses teisenenud töökorraldusega, mis annab töötajale üha suurema vastutuse omaenda aja planeerimisel. Tulemuste saavutamine ja tulemusele orienteeritus väljendub valdkonna eri tasemetel ja ametialade kaupa ning see on otseselt seotud sooviga teenida kasumit, jõuda müügitehinguni ning leida uusi kliente. Kuna valdkonnas on levinud ka tulemustasu maksmine, siis kaasneb sellega isiklik kasu.	Kõik põhikutsealad, kõik ametid. Müügi- ja turundusjuht, juhid KRP valdkonnas (nt piirkonnajuht, kategooriajuht, jaemüügi juht, kaupluse juhataja), müügiesindaja, tootejuht. Kõik põhikutsealad, kõik ametid.

4.2. Kutsestandardite vajadus

Kutsestandard⁹³ on dokument, mis kirjeldab kutsetegevust ning vastaval kutsel tegutsemiseks vajalikku kompetentsust. Kompetentsus on töö edukaks tegemiseks vajalike oskuste, teadmiste ja hoiakute kogum. Kutsestandarditega seonduvat tegevust juhib KRP valdkonna kutsealadel Teeninduse Kutsenõukogu, kes juhib kutsestandardite regulaarset ülevaatamist ja uuendamist. Kutsestandardite uuendamisse kaasatakse valdkonna erialaliite ja ettevõtjaid, samuti koolitajate esindajaid.

Valdkonna kutsestandarditega on võimalik tutvuda Kutsekoja veebilehel: <http://www.kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid>, valides otsinguvormis kutsetegevuse valdkonna „Teenindus“. Praegu kehtivad valdkonnas järgmised kutsestandardid:

-  Klienditeenindaja kaubanduses, tase 4 (kehtib kuni 16.10.2023)
-  Müügikorraldaja, tase 5 (kehtib kuni 16.10.2023)

Mõlemad valdkonna kutsestandardid uuendati 17.10.2018. Kutsestandardite töörühmad käisid koos paralleelselt käesoleva OSKA uuringu valmimisega, mistõttu oli võimalik protsessis arvesse võtta uuringus selgunud olulisemaid valdkondlikke arengutrende ning intervjueritud ekspertide arvamust. Käesoleva uuringu käigus tõstatas eksperdikogu küsimuse müüja-klienditeenindaja kutsenimetuse ebapopulaarsuse ja ebaatraktiivsuse kohta noorte seas, millest johtuvalt muudeti müüja-klienditeenindaja kutsenimetus ümber kaubanduse klienditeenindajaks, et edukamalt kõnetada noorte sihtrühma. Sealjuures kaasajastati mõlemas kutsestandardis nii töö kirjeldusi kui ka töö tegemiseks vajalikke kompetentsusnõudeid.

Tulevikus tuleb pärast kehtivate kutsestandardite aegumist arutluse alla võtta, kas vastavaid kutsestandardeid endiselt vaja on ning kas tööandjad ootavad valdkonna ametikohtadele kutseõppe tasemeõppes omandatud ettevalmistusega töötajaid või mitte.

⁹³ <https://www.kutsekoda.ee/et/kutsesysteem/kutsestandardid>

5. Valdkonna tööjõuvajadus ja hõiveprognosis

Lühikokkuvõte

KRP valdkonna põhikutsealasid ootab 10 aasta perspektiivis tõenäoliselt ees ametikohtade arvu tagasihoidlik kahanemine (u 2%). Suurim on vähenevate töökohtade osakaal teenindus- ja oskustöötajate ametirühmas (u 4%), kus stabiilne tööjõuvajadus säilib vaid müügikorraldajate põhikutsealal.

- ✚ Tööandjate poolt tunnetatud tööjõupuudus võib soodustada innovaatiliste tehnoloogiliste lahenduste kasutuselevõttu ja protsesside jätkuvat automatiseerimist.
- ✚ Rutiinsete ostuprotsesside liikumine digikanalitesse ja selliste funktsioonide automatiseerimine, mis ei loo otsest lisaväärtust tarbijakogemuse seisukohalt (kassaliinid, riiulite täitmine, tellimuste menetlemine) võimaldavad efektiivsemat tööjõukasutust. Paralleelselt kasvab klienditeenindaja kui konsultandi roll teatud niššides, kus tooted muutuvad järjest spetsiifilisemaks (nt ehitusmaterjalid, tehnika).
- ✚ Väljakutse parendada kasvavas konkurentsivõimelises ostukeskkonnas ja -kogemuse kvaliteeti toob kaasa tarbijakäitumise ja müügitulemuste analüüsiga seotud tegevuste olulisuse kasvu pea kõigil juhtide ja spetsialistide kutsealadel.
- ✚ Müügitegevuse siirdumine digikanalitesse kasvatab ettevõtte igapäevase tegevuse käigus tekkivate andmete hulka, mille oskuslik kasutamine võimaldab oluliselt parandada prognooside ja juhtimisotsuste kvaliteeti, personaliseerida turundustegevusi ja tarbijatele suunatud pakkumisi jne.

Vajadus uue tööjõu järele KRP valdkonnas sõltub kahest tegurist – vanuse tõttu tööturult lahkuvate töötajate **asendusvajadusest** ja valdkonna ning põhikutsealadel hõivatute arvu kasvust või kahanemisest tingitud **kasvu- või kahanemisvajadusest**. Kui põhikutsealal hõive kasvab, on lisaks pensionile siirduvate töötajate asendamisele vaja veel juurde uut tööjõudu. Asendusvajadust hindab MKM oma tööjõuprognosis ja see põhineb 2011. aasta rahvaloendusel ja hilisematel Eesti tööjõu-uuringu (ETU) andmetel. Pensionile siirduvate asendamise vajaduse arvulised hinnangud põhinevad statistilisel mudelil (vt metoodikat lisa 6). Kui põhikutsealal hõive kahaneb, siis ei ole kõiki pensionile siirdujaid vaja uute töötajatega asendada ja uue tööjõu vajadus on selle võrra väiksem.

Töökohtade arvu muutuse **prognoosimisel** KRP põhikutsealadel võeti arvesse uuringu raames läbi viidud intervjuusid, VEKi hinnanguid, valdkonna arengutrende ja majandusnäitajaid ning varasemaid uuringuid.

Esitatav hõiveprognosis⁹⁴ rajaneb järgmistel eeldustel:

- prognoos lähtub stabiilsest, konservatiivsest stsenaariumist, st kehtib stabiilse majandusarengu tingimustes;
- valdkonna keskmiste ja suurettevõtete arv ei kasva oluliselt;

⁹⁴ Hinnang hõivatute arvu muutusele kutsealadel

- demograafiline olukord ei võimalda hõive ekspansiivset kasvu;
- majanduses toimub rahvusvahelisest konkurentsiolekorrast tingituna aeglane liikumine kõrgema tootlikkuse ja lisandväärtusega ning väärtusahelas kõrgemal asetseva ettevõtluse suunas;

KRP valdkonna arengut ja tööjõuvajadust järgneval kümnel aastal kujundavad mitmed erinevad suundumused, mis koosmõjus toovad kaasa nii uusi võimalusi kui ka väljakutseid. Maailma Majandusfoorum on prognoosinud, et kaubandusmaastik tervikuna muutub järgneva dekaadi jooksul rohkem kui eelneva 40 aastaga kokku⁹⁵. Järjest olulisemate jätkuvate suundumustena on lai ring käsitlusi^{96, 97, 98, 99, 100, 101, 102} rõhutanud eeskätt tehnoloogilist innovatsiooni (sh e-kaubandust, protsesside automatiseerimist), süvenevat tarbijakesksust ning üha hägustuvaid piire pealtnäha erinevate tegevusalade (nt hulgikaubandus, jaekaubandus, meelelahutus, tootmine, telekommunikatsioon) ja müügikanalite (traditsioonilised vs digitaalsed jne) vahel. Siinkohal on võtmeküsimuseks, millise aja jooksul ja kui ulatuslikult need muutused Eestis võivad ilmned. Näiteks sõltub e-kaubanduse mahtude kasv suuresti logistika valdkonna arengust, eriti uuendustest n-ö viimase miili lahendustes ja mugavusest tarbijate perspektiivist.

Käesoleva uuringu raames läbi viidud intervjuudest selgub, et tööandjate perspektiivist on **suurimaks väljakutseks toimetulek järjest süveneva ja erinevaid tasandeid haarava tööjõunappuse ning palgasurvega** nii praegu kui ka tõenäoliselt tulevikus. Kõige teravamalt tõusis see probleem esile jaekaubanduses, kuid see puudutab sügavalt ka hulgikaubandust, rentimist ja parandust. Leiti, et seda kitsaskohta võib pidada valdkonna arengu üheks kõige olulisemaks suunajaks, mis võib soodustada innovaatiliste lahenduste kasutuselevõttu.

Tööandjad rõhutasid kasvava konkurentsi ja üha laienevate digitaalsete võimaluste tingimustes vajadust olla valmis senisest **efektiivsemale töökorraldusele üle minna**. Tegevused, mis ei loo otsest lisaväärtust tarbijakogemuse seisukohast (nt kassafunktsioon, riiulite täitmine, tellimuste

⁹⁵ World Economic Forum. (2017). Shaping the Future of Retail for Consumer Industries. http://www3.weforum.org/docs/IF/2016/CO/WEF_AM17_FutureofRetailInsightReport.pdf

⁹⁶ European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

⁹⁷ University of Oxford (2014). Retail and Wholesale: Key Sectors for the European Economy. https://www.eurocommerce.eu/media/87967/eurocommerce_study_v2_hd.pdf

⁹⁸ Weber, K. M., Schaper-Rinkel, P. (2017). European sectoral innovation foresight: Identifying emerging cross-sectoral patterns and policy issues. Technological Forecasting and Social Change. Volume 115, pp 240-250. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162516302803>

⁹⁹ Sorescu, A. et al. (2011). Innovations in Retail Business Models. Journal of Retailing. Volume 87, pp S3-S16. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435911000340>

¹⁰⁰ Deloitte. (2017). Disruptions in Retail through Digital Transformation. Reimagining the Store of the Future. Deloitte Touche Tohmatsu India LLP. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/CIP/in-cip-disruptions-in-retail-noexp.pdf>

¹⁰¹ PWC (2017). The new retail ecosystem: From disrupted to disruptor. Six strategies for retailers. www.pwc.com/us/retaildisruption

¹⁰² Pimentel, O. M. T. (2015). Consumer behaviour in E-Commerce. Millennials in the USA, Washington D.C area. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/104955/Orlando_Torrez.pdf?sequence=1

menetlemine), automatiseeritakse suure tõenäosusega esmajärjekorras.^{103, 104} Rutiinsete ostuprotsesside liikumine digikanalitesse ja automatiseeritud tellimused võimaldavad lisaks efektiivsemale tööjõukasutusele hoida kokku ka tarbijate aega ja lihtsustada nende igapäevaolu.¹⁰⁵ Vabanevat tööjõuressurssi on võimalik suunata tarbijate jaoks suuremat lisaväärtust loovate funktsioonide täitmisesse ja ostukogemuse kvaliteedi parendamisse. Prognooside kohaselt saab järgnevast kümnendist n-ö tarbijate kuldaeg, kellele pakutakse lisaks mugavusele ja tarnekiirusele ka valikuvõimalusi, personaliseeritud lahendusi, kvaliteedi ja hinna läbipaistvust ning kontrolli protsesside üle rohkem kui iial varem.¹⁰⁶ Ettevõtete jaoks eeldab konkurentsipüsimine digitaalsete müügikanalite arendamist ja sujuvat integreerimist traditsiooniliste kanalite ning funktsioonidega.

Võimalust, et e-kaubanduse areng tooks kaasa tõeliselt murrangulisi muutusi n-ö traditsioonilise kaubanduse tööjõuvajaduses lähimal kümnendil, valdkonna eksperdid tõenäoliselt ei pea. Eesti kaubandusettevõtted üritavad pigem juurutada omnikanali (ingl.k *omnichannel*)¹⁰⁷ mudelit, kus eri müügikanalid omavahel ei konkureeri, vaid täiendavad üksteist parima kliendikogemuse pakkumise huvides. Loomulikult ei saa täielikult välistada järjest areneva logistika ja piiriülese e-kaubanduse koostööl teistsuguseid tulevikustsenaariume, mille ilmnemisel on vaja prognoosi eeldused ja hinnangud tööjõuvajaduse muutusele kriitiliselt üle vaadata.

Tööjõuvajaduse perspektiivist toovad eelkirjeldatud suundumused kaasa hulga muutusi, eeskätt järkjärgult väheneva töökohtade arv automatiseeritavates töölohkudes (kassaliinid, kauba väljapanek, tellimustega tegelemine), aga ka vajaduse senisest mitmekülgsemate oskustega teenindajate järele. Konsultatiivse müügi tähtsus ja osakaal tõenäoliselt kasvavad, eeskätt spetsiifilisemate või keerukamate tootegruppide puhul.

Väljakutse parendada ostukeskkonda ja -kogemuse kvaliteeti toob lisaks lõpptarbijaks otseselt hoomatavatele muutustele n-ö eesliinil ühtlasi kaasa ka teisenenud tööjõuvajaduse taustsüsteemides. Näiteks toonitasid intervjuueeritud eksperdid läbivalt, et tarbijakäitumise ja müügitulemuste analüüsiga seotud tegevuste olulisus kasvab pea kõigil juhtide ja spetsialistide kutsealadel. Tulevikus lisandub ettevõtete igapäevase tegevuse käigus veelgi enam andmeid, mille abil on võimalik oluliselt parandada prognooside ja juhtimisotsuste kvaliteeti, personaliseerida turundustegevusi ja tarbijatele suunatud pakkumisi jne. Leiti, et seoses müügitegevuse siirdumisega digikanalitesse, kus igast hiireklõpsust jääb analüüsitav jälg, muutub eristumine ja turu tundmine senisest olulisemaks. See kokkuvõttes kasvatab tulevikus müügijuhtimise ja turundusega seotud ametikohtade arvu nii KRP ettevõtetes kui teistel majanduse tegevusaladel. Väljapanekute spetsialistide puhul ei prognoositud tööandjad küll otseselt ametikohtade arvu kasvu, kuid rõhutasid analüüsikomponendi kasvavat olulisust, et ostukeskkonda tõhusamalt planeerida olukorras, kus traditsioonilised poed olenevalt ärimudelitest kas konkureerivad e-kaubandusega või täiendavad seda.

¹⁰³ World Economic Forum. (2017). Shaping the Future of Retail for Consumer Industries. http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF_AM17_FutureofRetailInsightReport.pdf

¹⁰⁴ Frey, C. B.; Osborne, M. A. (2013) The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

¹⁰⁵ World Economic Forum. (2017). Shaping the Future of Retail for Consumer Industries. http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF_AM17_FutureofRetailInsightReport.pdf

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ <https://en.wikipedia.org/wiki/Omnichannel>

Hulgikaubanduse puhul paistab silma suundumus jätkuvalt kahanevale tööjõuvajadusele, kuna tiheneva konkurentsi tingimustes on jaeketid järjest enam üle võtmas funktsioone, mida varem täitsid hulgikaubandus ja logistika. See tendents peegeldub otseselt prognoositavas ametikohtade arvu vähenemises hulgikaubanduse ja distributsiooniäri seotud põhikutsealadel, eriti silmatorkavalt müügiesindajate näitel. Hulgikaubanduses väheneb töötajate arv lisaks automatiseerimise, efektiivsema töökorralduse ning koostöö tulemusena tarneahelas.

Paljud kaubandusettevõtted tegelevad samal ajal nii toodete müügi kui ka rentimisega ning ei näe süsteemseid erinevusi nende alade tuleviku tööjõuvajaduses. Ettevõtete vaatepunktist on pigem tegemist pelgalt erineva viisiga tehinguid finantseerida. Küll aga võib autode rentimise puhul prognoosida mõningast rendiagentide tööjõu vajaduse kasvu, kui teedele ilmuvad isejuhtivad sõidukid. See suundumus toob ühtlasi kaasa ka laiemad muutusi nimetatud ettevõtete töökorralduses ja ärimudelites.

Tarbeesemete parandusega seotud ettevõtete tööjõuvajadust mõjutab enim tarbekaupade järjest lühenev eluiga ja madalam hinnatase. Seda tendentsi võib tulevikus veelgi süvendada piiriülese e-kaubanduse laiem levik ja tarbijate kasvav ostujõud. Tarbekaupad on muutunud järjest kättesaadavamaks, mistõttu on sageli mõistlikum soetada uus toode kui parandada vana. Eksperthinnangute põhjal on alust järeldada, et 10 aasta jooksul see suundumus püsib. Kingseppade kohta võib eeldada, et tegemist on märkimisväärselt kiires tempos kahaneva kutsealaga.

Kokkuvõttes ootab KRP valdkonna põhikutsealasid 10 aasta perspektiivis tõenäoliselt ees ametikohtade arvu tagasihoidlik kahanemine (u 2%). Suurim on vähenevate töökohtade osakaal teenindus- ja oskustöötajate ametirühmas (u 4%), kus stabiilne tööjõuvajadus säilib vaid müügikorraldajate põhikutsealal. Spetsialistide tööjõuvajadus kahaneb samuti, kuid veidi väiksemas ulatuses (u 1%). Siin on arvukaimaks põhikutsealaks müügiesindajad, mille puhul töökohtade arv kaubandusettevõtetes kahaneb mõõdukalt, kuid teistel tegevusaladel (nt tootmises) pigem kasvab tagasihoidlikult. Juhtide töökohtade arv kasvab tagasihoidlikult (u 2%), eeskätt tänu mõõdukalt suurenevale vajadusele müügi- ja turundusjuhtide järele.

Tabel 5 toob välja detailse hinnangu tööjõuvajaduse muutusele KRP põhikutsealadel. Hinnangu väljendamiseks on kasutatud järgmisi tingimärke:

- ↑ Märkimisväärne vajaduse kasv (11–15%)
- ↗ Mõõdukas vajaduse kasv (6–10%)
- ↗→ Tagasihoidlik vajaduse kasv (1–5%)
- Vajadus püsib stabiilsena
- ↘→ Tagasihoidlik vajaduse kahanemine (1–5%)
- ↘ Mõõdukas vajaduse kahanemine (6–10%)
- ↓ Märkimisväärne vajaduse kahanemine (11–15%)

Tabel 5. KRP valdkonna põhikutselade prognoositav hõivatute arv 2028. aastal ja hinnang hõivatute arvu muutusele (kasvu/kahanemisvajadus)

Ametirühm	Põhikutseala	Näited ametinimetustest	Hõivatuid		Hinnatud hõivatute arvu muutus	Põhjendused	Eeldatav haridus-tase
			2014/16	2028*			
Juhid	Müügi- ja turundusjuhid	müügijuht, turundusjuht, brändijuht, e-kanalite ärijuht, e-ärijuht	3 850	4 160	↗	Müügi- ja turunduse juhtimine kujuneb tõenäoliselt tulevikus järjest olulisemaks funktsiooniks nii KRP ettevõtetes kui ka teistel tegevusaladel kogu majanduses (sh ekspordipotentsiaali realiseerimisel). Konkurentsi tihenedes on eristumine ja turu tundmine otsustava tähtsusega, eriti müügi puhul digikanalites. Turundus- ja brändijuhtimise oskused muutuvad senisest spetsiifilisemaks ning suure tõenäosusega ka järjest enam sisseostetavaks teenuseks (sh suurenevas mahus). Lisaks võib tööjõuvajadust kasvatada potentsiaalne e-kaubandusega tegelevate väikeste ettevõtete lisandumine. Personaliseeritud lähenemine turundusele, suurandmetel põhinevate lahenduste väljatöötamine võib samuti tööjõuvajadust mõjutada. IT-lahendused võimaldavad müügi- ja turunduse funktsiooniga seotud analüütilist tööd ja otsustusprotsesse efektiivsemaks muuta.	7 MA
	Juhid kaubanduses	kommertsjuht, ostujuht, kategooriajuht, tootegrupijuht (vastutus sortimendi eest - strateegiline tasand, <i>sourcing</i>), piirkonnajuht, teenindusjuhataja, e-kaubanduse juht, jaemüügi juht, kaupluse juhataja, osakonnajuhtaja	14 440	14 440	→	Hulgikaubanduses prognoositakse kutseala esindajatel pigem kahanevat tööjõuvajadust. Kaubanduspinna lisandudes võib lähitulevikus suurened a poodide üldarv (suundumus on ekspertide hinnangul pikemas perspektiivis siiski stabiliseerumas), kasvamas on muuhulgas ka n-õ mugavus- ja nišikaupluste turuosa. Jätkuv tööprotsesside tõhustamine (eeskätt töökorralduse optimeerimine) võib vähendada juhtide vajadust erinevatel tasanditel. Ka digilahenduste (nt otsustusprotsesse, aga eelkõige kauba tellimist toetavate prognoosi- ja analüüsivahendite) areng võib mõnevõrra mõjutada tööjõuvajadust. Tööandjad (nii hulgi- kui jaekaubanduses) näevad strateegilisel tasandil ostu- ja kategooriajuhtimise funktsiooni olulisust pigem kasvamas, kuid töökohtade arvule seab piirid kogemustega töötajate hulk tööjõuturul (levinud praktikaks on n-õ üleostmine). Olukorras, kus ostjad ja müügitegevus liiguvad ühest kanalist teise (tavapoodidest e-poodi), juhtub sama ilmselt selle kutseala töökohtadega. Kokkuvõttes tasakaalustavad tööjõuvajadust mõjutavad suundumused üksteist, mistõttu prognoositakse stabiilset töökohtade arvu.	6–7 RAK, MA
Juhtide kutsealad kokku			18 290	18 600	↗→		

Spetsialistid		tootesindaja, müügiesindaja (meditsiini- ja farmaatsiatooted, tööstustooted, tehnika)	560	580	↗→	Tööstusseadmete müügi tippspetsialistide järele on kasvav vajadus seoses uue tehnoloogia kasutuselevõttuga tootmisettevõtetes (üldsuundumus: Industry 4.0 – tootmine muutub tehnoloogiamahukamaks). Ühekordsete meditsiinitarvikute müügis prognoosisid ettevõtted kasvavatest distributsioonikuludest ja efektiivsusesurvest põhjustatud turu konsolideerumist, mistõttu võib tööjõuvajadus tulevikus kahaneda. Keerulisemate meditsiinitarvikute ja -seadmete müügis on hinnasurvet esialgu vähem tunda.	7 MA
	Müügiesindajad	kliendihaldur (<i>key account manager</i>), müügiedendaja, müügiagent, müügihaldur, müügiesindaja, müügikonsultant, müügiassistent, müügijärgse teeninduse konsultant	12 560	12 360	kaubanduses ↘ väljaspool kaubandust ↗→ kokku ↘→	Kaubanduse tegevusaladel on vajadus müügiesindajate järele mõõdukalt kahanemas seoses automaatsete tellimuste kasvu ja vastava prognoosivõimekuse paranemisega (st kontrollifunktsiooni ja näost näkku suhtlemist jääb vähemaks) ning olukorraga, kus jaeketid võtavad järjest enam üle funktsioone, mida varem täitsid hulgikaubandus ja logistika. Lisaks EL ühisturu mõju. HoReCa ¹⁰⁸ suund on Eesti hulgikaubanduses ilmselt ainukesena kasvamas, kus müügiesindaja rolli täitmine tulevikus võib kohati eeldada ka spetsiifilisi oskusi ja kogemusi (nt kokandusoskused). Väljaspool kaubandusvaldkonda (nt tööstus, aga ka IKT, energeetika jne), kus rakendub ca 60% vastava ametiala esindajatest, kasvab vajadus müügiesindajate ja vastavate oskuste järele tagasihoidlikult (nt suundumus pakkuda järjest personaalsemaid lahendusi).	5–6 KUT, RAK, BAK
	Väljapanekute ja planogrammi-spetsialistid	kauba väljapanekute spetsialist, (vaateakende) kujundaja, dekoraator, planogrammi spetsialist, <i>space manager</i> , <i>visual merchandiser</i> , kontseptsioonispetsialist	560	560	→	Olenevalt poe suurusest ja spetsiifikast võib seda rolli täita nii kategoorijajuht kui ka eraldi spetsialist. See funktsioon on tihedalt seotud turundustegevustega, puudub otsene seos poodide arvuga. Vajadus jääb samaks ka olukorras, kus müük liigub järjest enam digikanalitesse ja kaupluste roll teatud tegevusaladel muutub (nn näidiste saalid). Arvuline vajadus jääb stabiilseks, kuid töö sisu ja oskused võivad teiseneda (nt lisandub senisest rohkem analüüsi).	5–6 KUT, RAK, BAK
	Tootejuhid	tootejuht (vastutus sortimendi eest - taktikaline/operatiivne tasand, <i>replenishment</i>), <i>brand manager</i> , tootespetsialist, hankespetsialist, ostuspetsialist, tootejuhi assistent, ostuassistent	1 020	1 020	→	Tegemist on olulise kutsealaga nii hulgi- kui ka jaekaubanduses, mille tööjõuvajadust võivad mõjutada nii tellimuste käitlemise automatiseerituse aste, prognoosivõimekuse paranemine kui ka sortimendi ulatus. Jaekaubanduses võib kutseala pigem kasvada, kui järjest enam kaupu ostetakse sisse otse tootjatelt, hulgikaubanduses seevastu võib kutseala väheneda, juhul kui vahendustegevusega seotud ettevõtteid jääb vähemaks või tootevalik kahaneb. E-kaubanduses võib tootejuhtide vajadus muutuda seoses uute tehnoloogiliste lahenduste kasutuselevõttuga, mis võimaldaks senisest hõlpsamini veebipoe sisu luua ja ajakohasena hoida.	5–6 KUT, RAK

¹⁰⁸ HoReCa – *hotels, restaurants, catering* (hotellid, restoranid, toitlustamine).

Spetsialistide kutsealad kokku			14 700	14 520	↘→		
Teenindus- ja müügitöötajad	Müügi-korraldajad	frantsiisivõtjad (kioskid), müügipunkti pidaja, väikepoepidaja	2 900	2 900	→	Frantsiisivõtjate arv võib kasvada, samas väikepoodide arv on kahaneva trendiga. Klienditeenindajate vähenemine jaekettides võib vähesel määral kahandada esmatasandi juhtide arvulist vajadust, kuid nende roll tööprotsessis on jätkuvalt oluline. Just suuremad ettevõtted näevad nende töö kvaliteedil ja oskustel otsest seost müügipersonali volavusega. Lisaks võib tööjõuvajadust kahandada ka tellimustega seotud automaatsete lahenduste laiem levik ja jätkuv areng (nt prognoosikvaliteedi paranemine).	5 KUT
		müüjate vahetuseülem, vahetusevanem, vanem-müüja					
	Müüjad -kliendi-teenindajad	müügikonsultant, müüja, klienditeenindaja, rendiagent, florist, tanklapoe müüja, kioskimüüja, võõrustaja, turumüüja	26 090	25 310	↘→	Süvenev tööjõupuudus suunab järjest enam iseteenindust ja automatiseeritud lahendusi kasutama. Tegevused, mis ei loo otsest lisaväärtust tarbijakogemuse seisukohast (nt riulite täitmine, kassafunktsioon) automatiseeritakse suure tõenäosusega esmajärjekorras. Rutiinsed ostud liiguvad järjest enam digikanalitesse. Toidu- ja esmatarbekaupade e-kaubanduse jätkuv kasv (koos vastavate sorteerimiskeskuste lisandumisega) võimaldab suurematel jaekettidel kaubakäitlemisega seotud tööloike efektiivistada, vähendades seeläbi tööjõuvajadust müügisaaalis. Vajadus on pigem n-ö multifunktsionaalsete oskustega töötajate järele, ühe kitsa tööloigu sooritajate järele nõudlus kahaneb. Muutuste käigus vabanenud ressurss suunatakse tõenäoliselt tööloikudesse, mis loovad suuremat lisaväärtust tarbimiskogemuse seisukohalt Konsulteerimise roll kasvab teatud niššides, kus tooted muutuvad järjest spetsiifilisemaks (nt ehitusmaterjalid, tehnika). Lisaks mõjutab tööjõuvajadust konkurents piiriülese e-kaubandusega, nt tehnika müügiga tegelevad ettevõtted tunnetavad ohtu ärimudeli jätkusuutlikkusele (risk muutuda pelgalt n-ö näidiste saaliks).	4 KUT
		kassapidja-klienditeenindaja, infotöötaja, piletimüüja	2 930	2 550	↓		täiendus-koolitus
	Kaugmüügi-töötajad (interneti- ja telefonimüük)	kõnekeskuse klienditeenindaja (hulgi-, e-kaubandus), e-keskkonna klienditeenindaja / konsultant, kaugturundustöötaja, klienditeeninduskeskuse müüja, kõnekeskuse müüja, telefonimüügi agent	230	210	↘	Müük telefoni teel marginaliseerub tulevikus järjest enam, valdavalt on tegemist sisseostetava teenusega kõnekeskustest (st väljaspool KRP valdkonda). E-kaubandusega seotud tööjõuvajaduse olulisus pigem kasvab (nt järelteeninduse pakkumisel), samas ka n-ö <i>helpdesk</i> 'ide tööks arendatakse roboteid ja teatud tööetapid automatiseeritakse tulevikus.	täiendus-koolitus
Oskustöötajad	Kingsepad		140	120	↓	Töökohtade arv kahaneb märkimisväärselt. Tarbijate nõudlus parandusteenuse järele väheneb, kuna uute jalanõude hinnad turul on madalad. Tööjõud vananeb kiiresti, tööandjad on raskustes töötajate leidmisega. Kokkuvõttes tulevikus ilmselt seda teenust pakkuvate ettevõtete ja töötajate arv kahaneb märkimisväärselt.	täiendus-koolitus
Teenindus- ja oskustöötajate kutsealad kokku			32 290	31 090	↘→		
KRP valdkonna kutsealad kokku			65 280	64 210	↘→		

6. Koostisloend

Lühikokkuvõte

- ✚ KRP valdkonnaga seotud kõrgharidust pakuvad kuus kooli, enim õppekavasid on TTÜs ja EBSis. Enamik vaadeldud õppekavadest on magistritasemel, mis sobib ettevalmistuseks müügi- ja turundusjuhtidele kõigis majandussektorites.
- ✚ Otseselt kaubandusele keskenduvat kõrgharidusõpet pakub vaid Lääne-Viru Rakenduskõrgkool kaubandusökonoomika õppekaval.
- ✚ Kutseharidust on KRP valdkonnaga seotud erialadel võimalik omandada 15 koolis, suurima õppekavade arvuga paistavad silma Tartu Kutsehariduskeskus (5) ja Tallinna Tööstushariduskeskus (3).
- ✚ KRP valdkonnaga seotud õppekavade vastuvõtu üldnäitajad on viimasel viiel aastal näidanud langustrendi. Kahanemine lähtub eelkõige kutseharidusest, kus KRP erialadel oli 2017/18. õppeaastal üle veerandi võrra vähem vastuvõetuid võrreldes viie aasta taguse perioodiga.
- ✚ Kõrghariduses on viiel viimasel aastal sisseastujate arv kasvanud, eriti silmatorkavalt rakenduskõrghariduses kaubandusökonoomika erialal (108%).
- ✚ Lõpetajate arv on KRP valdkonna õppekavadel tervikuna viiel viimasel õppeaastal kahanenud kokku ligi veerandi võrra. Eriti silmatorkav on langustrend kutsehariduses, kus lõpetajaid on tervelt kolmandiku võrra vähem. Kõrghariduses on vaadeldaval perioodil lõpetajate arv püsinud enam-vähem stabiilne.
- ✚ Suurim arenguvajadus seoses hariduse kvaliteediga puudutab praktikakorraldust, õppe sisu kaasajastamist ning koolide veelgi sisulisemat ja aktiivsemat koostööd tööandjatega.

Peatükis antakse esmalt ülevaade valdkonnaga otseselt ja kaudselt seotud tasemeõppest Eesti Hariduse Infosüsteemi (EHIS) andmete põhjal 2017/18. õppeaasta seisuga. Seejärel antakse statistiline ülevaade vastuvõttudest ja lõpetamistest viimasel viiel aastal ning selgitatakse koolituspakkumise määratlemist. Järgneb valdkonna erialase õppe kvaliteedi analüüs (EKKA hindamisaruannete ja eksperthinnangute põhjal), peatüki lõpus kirjeldatakse täienduskoolituse võimalusi ja vajadusi.

Valdkonnakeskse õppena (valdkonna erialase ehk valdkonnaga otseselt seotud õppena) käsitletakse kõiki neid õppekavasid, mis keskenduvad kaubandusega seotud ainetele ja spetsialiseerumistele (nt kaubandusökonoomika, müügikorraldaja, müüja-klienditeenindaja) ning mille lõpetajad on täies mahus arvatud KRP valdkonna koolituspakkumisse. Mõningatel õppekavadel on seos rohkem kui ühe põhikutsealaga, nt müügikorraldaja erialaga seotud ettevalmistus on sageli eelduseks valdkonnas erinevate juhtimisfunktsioonide täitmiseks.

Lisaks valdkonna erialasele õppele hõlmab koolituspakkumine ka **valdkonnaga kaudselt seotud õppekavasid**, mis on võrreldes KRP valdkonnakeskse õppega oluliselt laiapõhjalisemad (sisaldades nt juhtimise, turundusega jms seotud aineid ja spetsialiseerumisi), pakkudes seeläbi ettevalmistust ka teistele valdkondadele. Seetõttu on nende õppekavade lõpetajad koolituspakkumisse arvestatud osaliselt.

Koolituspakkumisse on teatud juhtudel haaratud ka **lõpetajaid teistest õppevaldkondadest**, nt tehnika- ja meditsiiniseadmete müügi tippspetsialistina töötamiseks sobib üsna lai ring LTT ja meditsiiniga seotud õppekavarühmade lõpetajaid. Neid õppekavasid KRP uuringu raames lähemalt ei analüüsitud. Siinses peatükis keskendutakse **valdkonna erialasele õppele** ja **valdkonnaga kaudselt seotud õppele**.

Järgnevas loetelus on välja toodud õppekavarühmad (edaspidi ÕKR), kuhu liigituse 2013v1¹⁰⁹ (ISCED-F 2013) järgi kuulusid **KRP valdkonnaga otseselt ja kaudselt seotud** õppekavad.

Kõrghariduse õppekavarühmad

0413 Juhtimine ja haldus

0416 Hulgi- ja jaekaubandus

0419 Ärindus ja haldus, mujal liigitamata

Kutsehariduse õppekavarühmad

0413 Juhtimine ja haldus

0416 Hulgi- ja jaekaubandus

6.1. Tasemeõppe õppekavad

Alapeatükis 6.1 keskendutakse õppekavadele, kus oli avatud vastuvõtt 2017/18. õppeaastal. Kõrghariduses oli avatud vastuvõtt 13-l valdkonnaga seotud õppekaval kuues kõrgkoolis. Enamik neist sobib ettevalmistuseks müügi- ja turundusjuhtidele kõigis majandussektorites. Otseselt kaubandusele keskenduvat kõrgharidusõpet pakub vaid Lääne-Viru Rakenduskõrgkool kaubandusökonoomika

¹⁰⁹ http://metaweb.stat.ee/view_xml.htm?id=4072699&siteLanguage=ee

õppekaval. Mõningad kaubandusega seotud valikaineid pakub ka TTÜ. Valdkonnaga seotud kõrghariduse õppekavasid on enim Estonian Business School'is ja Tallinna Tehnikaülikoolis.

Kutsehariduses toimus vastuvõtt 15 koolis kokku 20-l KRP valdkonnaga seotud õppekaval¹¹⁰, neist 9-l Eesti kvalifikatsiooniraamistiku (EKR) tasemel 4 ja 11-l tasemel 5¹¹¹. Neljanda taseme õppekavadeks on müüja-klienditeenindaja ja e-kaubanduse spetsialist. 5. tasemel (st sisseastumiseks on vajalik keskharidus) pakutakse väljaõpet müügiesindajatele, müügikorraldajatele ja ärikorralduse spetsialistidele. Viimati mainitud eriala põhiõpingute raames spetsialiseerutakse turundusele ja müügile. Lisaks on võimalik omandada täiendav spetsialiseerumine, mille valik erineb kooliti.

Kutseõppeasutustest on enim õppekavasid Tartu Kutsehariduskeskuses. Kõige levinumaks erialaks valdkonna kutsehariduses on müüja-klienditeenindaja, mida on võimalik õppida 6 koolis üle Eesti: Tartu Kutsehariduskeskuses, Tallinna Tööstushariduskeskuses, Ida-Virumaa Kutsehariduskeskuses, Järvamaa Kutsehariduskeskuses, Pärnumaa Kutsehariduskeskuses ja Valgamaa Kutseõppekeskuses. Teiseks levinumaks erialaks on ärikorralduse spetsialist, mida õpetatakse 5 koolis. Müügikorraldajaid valmistab ette 4 õppeasutust – kutsehariduskeskused Tartus, Pärnus, Järvamaal ja Tallinna Teeninduskool. E-kaubanduse spetsialiste õpetab kaks kooli – Tallinna Tööstushariduskeskus ja Tartu Kutsehariduskeskus. Müügiesindajatele pakutakse õpet vaid Tartu Kutsehariduskeskuses.

Tabel 6. KRP valdkonna tasemeõpet pakkuvad õppekavad õppeasutuse ja õppeastme järgi. Allikas: HTM, autorite arvutused

Õppeasutus/õppe liik	Vastuvõetava õppekavade arv 2017/2018	Õppekavad 2017/2018
Tallinna Tehnikaülikool	3	
magistriõpe	3	juhtimine ja turundus*, rahvusvaheline ärikorraldus*, ärikorraldus*
Estonian Business School	3	
magistriõpe	3	rahvusvaheline ärijuhtimine MA* (2x), juhtimine digitaalühiskonnas*
Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor	2	
magistriõpe	2	rahvusvaheline ärijuhtimine*, ettevõtte juhtimine*
Tartu Ülikool	2	
magistriõpe	2	turundus ja finantsjuhtimine*, strateegiline juhtimine*
Eesti Maaülikool	1	
magistriõpe	1	ökonomika ja ettevõtlus*
Lääne-Viru Rakenduskõrgkool	1	
Rakenduskõrgharidusõpe	1	kaubandusökonomika
Tartu Kutsehariduskeskus	5	
4. taseme kutseõppe esmaõpe	1	e-kaubanduse spetsialist
4. taseme kutseõppe esmaõpe (kutsekeskharidusõpe)	1	müüja-klienditeenindaja
5. taseme kutseõppe esmaõpe	3	müügiesindaja, müügikorraldaja, ärikorralduse spetsialist*

¹¹⁰ Kutsehariduse õppekava all on mõistetud EHISes unikaalse õppekava koodiga õppekavasid, mille kool on koostanud riiklike õppekavade alusel või tööandjate soovil.

¹¹¹ Kutsehariduse tasemetest kohta vt lähemalt <http://www.kutseharidus.ee/hea-teada/kutsehariduse-liigid-ja-oppekavad/>

Tallinna Tööstushariduskeskus	3	
4. taseme kutseõppe esmaõpe	2	e-kaubanduse spetsialist, müüja-klienditeenindaja
4. taseme kutseõppe esmaõpe (kutsekeskharidusõpe)	1	müüja-klienditeenindaja
Ida-Virumaa Kutsehariduskeskus	2	
4. taseme kutseõppe esmaõpe	1	müüja-klienditeenindaja
5. taseme kutseõppe esmaõpe	1	ärikorralduse spetsialist*
Järvamaa Kutsehariduskeskus	2	
4. taseme kutseõppe esmaõpe	1	müüja-klienditeenindaja
5. taseme kutseõppe esmaõpe	1	müügikorraldaja
Pärnumaa Kutsehariduskeskus	2	
4. taseme kutseõppe esmaõpe	1	müüja-klienditeenindaja
5. taseme kutseõppe esmaõpe	1	müügikorraldaja
Kuressaare Ametikool	1	
5. taseme kutseõppe esmaõpe	1	ärikorralduse spetsialist*
Pärnu Saksa Tehnoloogiakool	1	
5. taseme kutseõppe esmaõpe	1	ärikorralduse spetsialist*
Tallinna Majanduskool	1	
5. taseme kutseõppe esmaõpe	1	ärikorralduse spetsialist*
Tallinna Teeninduskool	1	
5. taseme kutseõppe esmaõpe	1	müügikorraldaja
Valgamaa Kutseõppekeskus	1	
4. taseme kutseõppe esmaõpe	1	müüja-klienditeenindaja
Võrumaa Kutsehariduskeskus	1	
5. taseme kutseõppe esmaõpe		ärikorralduse spetsialist*
Kõrgharidus kokku	13	
sh rakenduskõrgharidusõpe	1	
sh magistriõpe	12	
Kutseharidus kokku	20	
sh 4. taseme kutseõppe esmaõpe	7	
sh 4. taseme kutseõppe esmaõpe (kutsekeskharidusõpe)	2	
sh 5. taseme kutseõppe esmaõpe	11	

* Nende erialade lõpetajaid ei ole KRP hariduspakkumisse arvestatud täies mahus, kuna vastav ettevalmistus sobib ka teiste valdkondade ametitele.

6.2. Õppurite statistika tasemeõppes

Statistilises analüüsis vaadeldi õppekavasid, kus oli õppeaastatel 2012/13–2017/18 (üli-)õpilasi. Täieliku loetelu õppekavadest leiab lisast 3 (tabelid L3.1 ja L3.2).

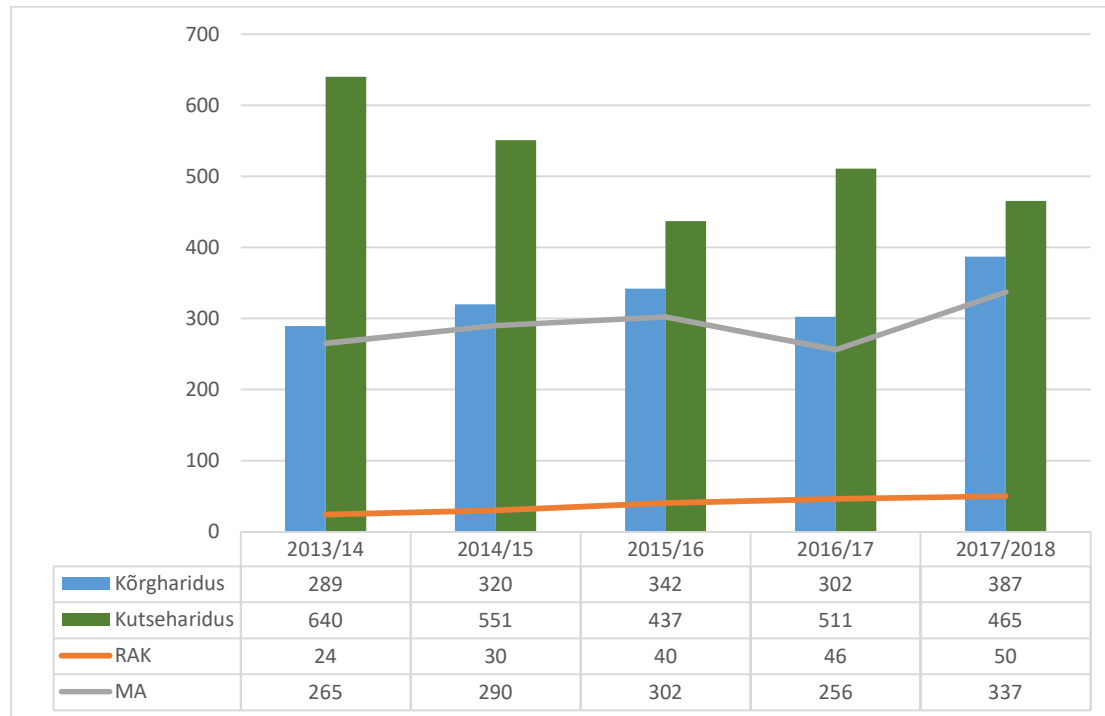
6.2.1. Vastuvõtt

KRP valdkonnaga seotud õppekavadel on sisseastumine viie viimase aasta jooksul näidanud langustrendi, 2017/18. õppeaastal oli sisseastujaid u 8% võrra vähem kui 2013/14. õppeaastal. KRP valdkonna õppekavadel on sisseastujate arv kahanenud kiiremini võrreldes sisseastujate üldarvuga kõigil õppekavadel (samal ajavahemikul vähenemine 5%).

Kahanemine lähtub eelkõige kutseharidusest, kus KRP erialadel oli 2017/18. õppeaastal üle veerandi võrra vähem vastuvõetuid võrreldes viie aasta taguse perioodiga. Ka kutsehariduses tervikuna kahanes samal perioodil sisseastujate arv, kuid oluliselt väiksemas ulatuses (u 3%).

KRP erialadest kõige kiiremas tempos on vähenenud müügikorraldajate vastuvõtt – 5 aasta jooksul 58%. Kui 2013/14. õppeaastal asus õppima 215 inimest, siis 2017/18 ainult 91. Müügiesindaja erialal on vastuvõtt vähenenud 52%, müüja-klienditeenindajatel 30%.

Positiivse trendina saab välja tuua, et kõrghariduses on viiel viimasel aastal sisseastujate arv kasvanud, eriti silmatorkavalt rakenduskõrghariduses kaubandusökonomika erialal (108%). Magistriõppe kavadel võib samuti täheldada vastuvõtnäitajate suurenemist, kuid oluliselt tagasihoidlikumal määral (27%).



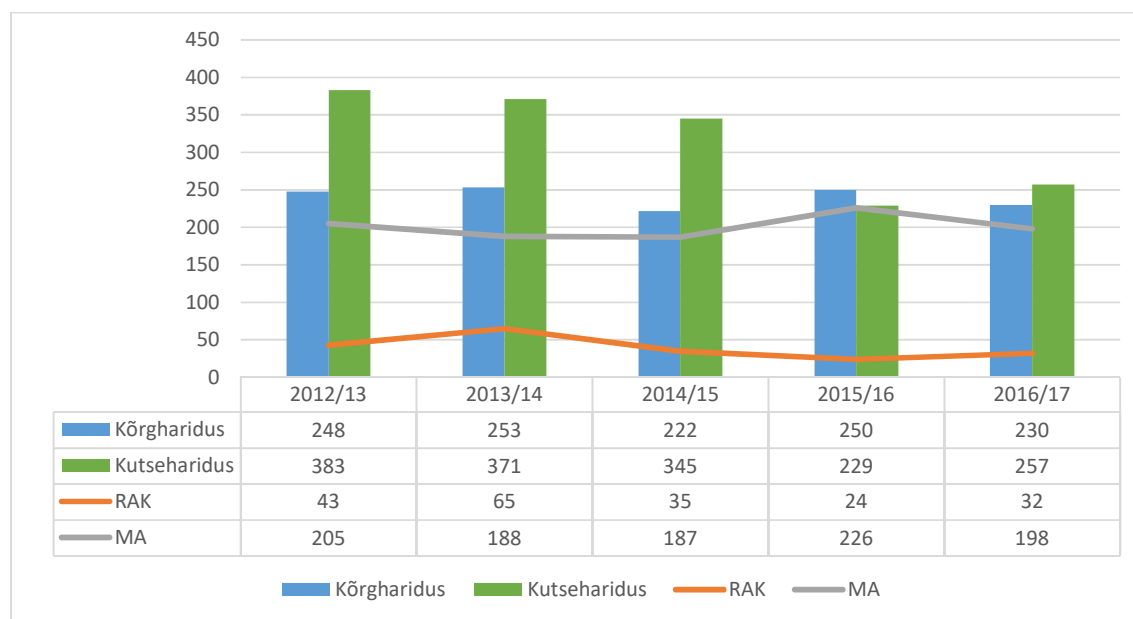
Joonis 17. Vastuvõtt KRP valdkonna õppekavadel. Allikas: HTM, autorite arvutused

6.2.2. Lõpetajad

Lõpetajate arv on KRP valdkonna õppekavadel tervikuna viie viimasel õppeaastal kahanenud kokku ligi veerandi võrra. Eriti silmatorkav on langustrend kutsehariduses, kus lõpetajaid on tervelt kolmandiku võrra vähem. Kõrghariduses on vaadeldaval perioodil lõpetajate arv aastas kõikunud vahemikus 220–250.

Kutsehariduse erialadest paistab lõpetajate arvu kõige drastilisema vähenemise poolest silma müügikorraldus, kus lõpetajaid on viie aasta jooksul vähemaks jäänud 42%. Kui 2012/13. õppeaastal lõpetas 118 õpilast, siis 2016/17. õppeaastal vaid 69. Veidi tagasihoidlikumalt, kuid siiski märkimisväärselt palju on samal perioodil vähenenud ka müüja-klienditeenindaja õppekavade lõpetajate arv (136 vs 88 lõpetajat, vähenemine 35%).

Müügiesindaja eriala on valdkonna kutsehariduses ainus, mille lõpetajate arv on püsinud viiel aastal enam-vähem stabiilne.



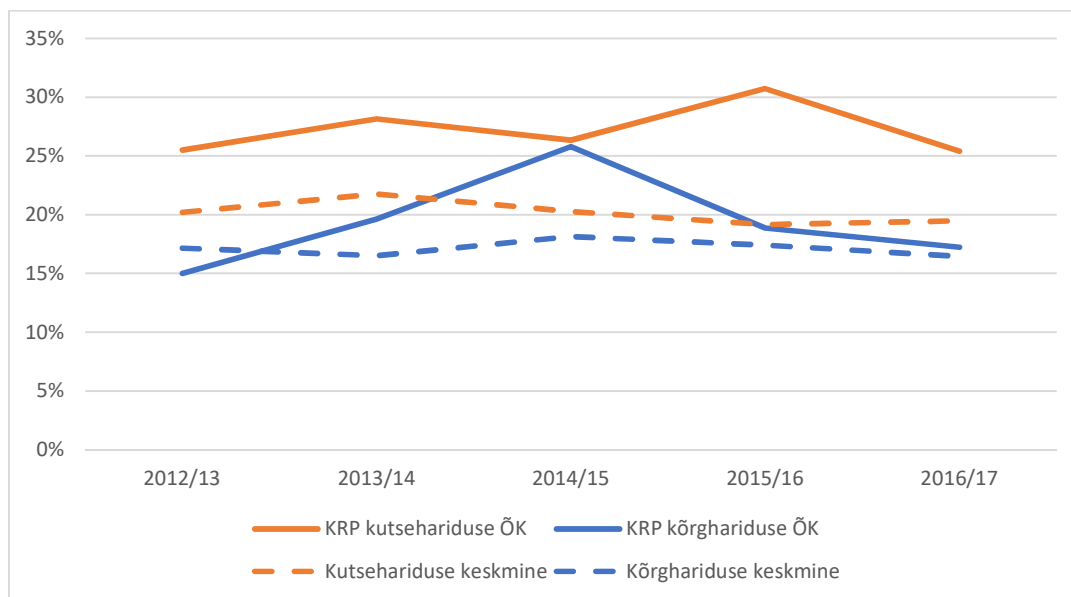
Joonis 18. Lõpetajad KRP valdkonna õppekavadel. Allikas: HTM, autorite arvutused.

6.2.3. Katkestamine

Viimasel viiel õppeaastal on katkestamine (katkestamissündmuste suhe õppijatesse¹¹²) KRP valdkonna õppekavadel kutsehariduses olnud stabiilselt kõrgem kui kutsehariduses tervikuna, kõikudes 25-31% vahemikus. Kõige kõrgema katkestajate osatähtsusega torkab silma müügikorraldajate eriala, kus viimasel viiel õppeaastal on õpingud katkestanud igal kolmas õpilane. Katkestamine KRP valdkonna õppekavadel

¹¹² Katkestamissündmuste suhe õppijatesse – katkestamissündmuste arvu suhe õppijate arvesse õppeaastas. NB! Näitaja erineb HTM-i arvutatavast katkestamise määrast, kuna arvutustes kasutatakse erinevat meetodikat (https://www.haridussilm.ee/?leht=tulemus_1).

kõrghariduses näitas hüppelist kasvutrendi vahemikus 2012/13-2014/15 (ulatudes 26%), kuid on viimastel aastatel langenud ning jõudnud kogu kõrghariduse keskmisega võrreldavale 17% tasemele. Vahepealses hüppelises kasvus võib suure tõenäosusega kajastuda kõrgharidusreformi mõju.



6.3. Lõpetajate prognoos ja koolituspakkumine tasemeõppes

Lõpetajate arvu järgi ei ole võimalik piisava täpsusega hinnata, kas KRP valdkonna tööjõuvajaduse katmiseks koolitatakse piisavalt inimesi (tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlust on analüüsitud peatükis 7). Saamaks tõepärasemat hinnangut tööturule suunduvate inimeste arvust, on vaja pakkumisse arvestatud lõpetajate arvu korrigeerida tööjõus osalemise määraga. Lõpetajate arvu korrigeerimise protsess on esitatud tabeli 7 veergudes samm-sammult.

Esmalt on välja toodud kõikide lõpetajate absoluutarvude järgi viimase kolme aasta keskmine lõpetajate arv. „Lõpetajate arvu prognoos“ näitab, kui palju on keskmiselt aastas lõpetajaid u 2–3 järgmise aasta jooksul. Lõpetajate arvu muutust prognoosides arvestatakse sisseastumises toimunud muutusi. Näiteks kui viimasel paaril aastal on sisseastujate arv langenud, ei lõpeta tulevikus sama palju inimesi, kui on viimase 3 õppeaasta keskmine, vaid vähem. Seda eeldusel, et katkestamise määr ei muutu drastiliselt. Tulbas „Tööjõus osalemise määraga arvestamine“ lahutatakse see osa lõpetajatest, kes potentsiaalselt ei rakendu Eesti tööjõuturul, kuna nad siirduvad kas välismaale või hõivest välja. Veerus „KRP osakaal“ on toodud välja nende lõpetajate osatähtsus, kes võiksid potentsiaalselt asuda tööle KRP valdkonnas. Eelkõige puudutab see laiemaid ärijuhtimisega seotud erialasid, mille lõpetajad sobivad kogu majanduses mitmetele erinevatele valdkondadele ja ametialadele.

Viimases veerus olev arv näitab, kui palju inimesi (uut tööjõudu) aastas võiks teoreetiliselt suunduda valdkonna põhikutsealadele tööle.

Tabel 7. Valdkonnaga otseselt ja kaudselt seotud õppekavade põhjal koolituspakkumise arvutamist selgitav tabel. Allikas EHIS, Statistikaamet, autorite arvutused

	Erialad	Seotud põhikutsealad	Lõpetajad 2014/15-2016/17 keskmine	Lõpetajate arvu prognoos (lühiajaline) ^d	Tööjõus osalemise määraga arvestamine ^c	KRP osakaal	Tööjõu-pakkumine kokku
Kõrg-haridus	ärijuhtimise ja turundusega seotud magistriõppekavad („Juhtimine ja haldus“, „Ärindus ja haldus“ ÖKRst) ^{a, e}	müügi- ja turundusjuhid	204	212	187	45%	84
	kaubandusökonomika (rakendus kõrgharidus)	juhid kaubanduses, tootejuhid	30	50	44	100%	44
Kutse-haridus	müügiesindaja	müügiesindajad	20	16	14	100%	14
	müügikorraldaja	juhid kaubanduses, tootejuhid, väljapanekute ja planogrammi-spetsialistid, müügikorraldajad	88	50	44	100%	44
	ärikorralduse spetsialist ^e	müügiesindajad	73	69	61	50%	30
	müüja-klienditeenindaja	müüjad-klienditeenindajad	97	62	55	100%	55
	e-kaubanduse spetsialist ^b	juhid kaubanduses, tootejuhid		26	23	100%	23

^a Detailne loetelu vt lisast 3

^b Uus eriala, lõpetajaid veel pole. Lõpetajate arvu prognoos põhineb katkestamise määraga korrigeeritud sisseastujate arvul.

^c Tööjõus osalemise määr on arvutatud peamiste valdkonnaga seonduvate ÖKRide tasandil (vanusegrupis 25–49) ETU andmetele tuginedes

^d Lõpetajate prognoos sisseastujate põhjal – muutus vastuvõtu näitajates (2012/14 vs 2015/17) on üle kantud lõpetajate arvule (aluseks 2014/15–2016/17 keskmine)

^e Valdkonraga kaudselt seotud õppekavad, mis lisaks KRP põhikutsealadele valmistavad ette tööjõudu ka teistele valdkondadele. Seetõttu on KRP pakkumisse arvestatud vaid osa lõpetajatest.

Lisaks tabelis 7 toodud valdkonnaga otseselt ja kaudselt seotud õppekavadele on teatud põhikutsealade koolituspakkumisse lõpetajaid arvestatud teistest õppevaldkondadest n-ö **potentsiaalse koolituspakkumisena**. Sellist lähenemist on kasutatud juhtudel, kui eksperthinnangute põhjal oli alust eeldada, et sobivaks võib osutada laiem erialade ring, mida on samas keeruline konkreetselt piiritleda. Seetõttu võeti aluseks minevikus ilmnunud empiirilised seosed lõpetajate ja ametialade vahel õppekavarühmade tasandil (REL2011 seisuga). Tulemuste tõlgendamisel peab arvestama, et minevikus kehtinud seosed on vaikumisi tulevikku projitseeritud.

Detailsem ülevaade koolituspakkumisest põhikutsealade kaupa on lisas 4.

6.4. Õppe kvaliteet ja arenguvajadused

Õppe kvaliteedi ja arenguvajaduste analüüsil on tuginetud OSKA uuringus osalenud ekspertide hinnangutele. Täiendava taustainfona on kasutatud Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri (EKKA) läbi viidud kutse- ja kõrghariduse kvaliteedi hindamise aruandeid¹¹³. Alapeatükis käsitletakse eraldi kõrg- ja kutsehariduse ning täienduskoolituse arenguvajadusi, samuti keskendutakse üldistele valdkondlikku haridust puudutavatele kitsaskohtadele. Tabelites 8 ja 9 on toodud kõik KRP valdkonnaga otseselt seotud õppekavagruppide/rühmade kvaliteedi hindamised. Käsitletud on ainult kaubanduse erialaõpet pakkuvaid kõrgkoole ning õppekavu. Alapeatükis on esitatud ka kokkuvõtte EKKA ekspertide koostatud õppekavagruppide hindamisaruannetest KRP valdkonna õpet pakkuvates kutse- ja kõrgkoolides toimunud hindamiste kohta. Neid hinnanguid on kõrvutatud OSKA rakendusuurings osalenud ekspertide hinnangutega. **Välja toodud üldistusi võib lugeda asjakohaseks enamiku valdkonna õppekavade puhul, kuid need ei puudutada üks-üheselt kõiki koole ja õppekavasid.**

¹¹³ Kvaliteedi hindamises osalevad sõltumatud eksperdid, nende seas valdkonna tööandjad, kõrghariduses ka väliseksperdid ja üliõpilased. Hindamisaruanded ja täiendav info hindamise korralduse kohta on leitavad Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri kodulehelt. <http://ekka.archimedes.ee/>

6.4.1. Kutseharidus

Tabel 8. Kutsekoolide KRP valdkonnaga seotud õppekavagruppide kvaliteedi hindamised 2013–2016 a.

Kutseõppeasutus	Õppekavagrupp	Sh õppekavad	Järgmine hindamine	Kehtivuse aeg
Lääne-Viru Rakenduskõrgkool	hulgi- ja jaekaubandus	müügikorraldus, müügikorraldaja	13.06.2019	6 aastat
Tartu Kutsehariduskeskus	hulgi- ja jaekaubandus	müüja-klienditeenindaja, müügikorraldaja, müügikonsultant	13.06.2019	6 aastat
Tallinna Tööstushariduskeskus	kaubandus	müüja-klienditeenindaja, müüja-klienditeenindaja spetsialiseerumisega, müügikonsultant	16.11.2022	6 aastat
Ida-Virumaa Kutsehariduskeskus	kaubandus	müügikonsultant, müüja-klienditeenindaja	24.05.2022	6 aastat
Pärnumaa Kutsehariduskeskus	hulgi- ja jaekaubandus	müüja, müügikorraldus, müüja-klienditeenindaja	13.06.2019	6 aastat
Tallinna Teeninduskool	hulgi- ja jaekaubandus	müüja, müügiesindaja, müügikorraldus, müüja-klienditeenindaja	13.06.2019	6 aastat
Valgamaa Kutseõppekeskus	kaubandus	müüja, müüja-klienditeenindaja	16.11.2019	3 aastat
Väike-Maarja Õppekeskus	kaubandus	müüja, müüja-klienditeenindaja	24.05.2022	6 aastat
Järvamaa Kutsehariduskeskus	kaubandus	müügikorraldus, müüja, müüja-klienditeenindaja	24.05.2022	6 aastat
Võrumaa Kutsehariduskeskus	kaubandus	müüja-klienditeenindaja, müügikorraldaja	16.06.2019	3 aastat

KRP valdkonnaga seotud kutsehariduse õppekavasid hõlmavate õppekavarühmade hindamisaruannetes on **tugevustena** muu hulgas välja toodud järgmised punktid:

- 📌 Õppeprotsess on **uuendatud ja kaasajastatud koostöös tööandjatega**.
- 📌 Rakendatud on **kaasaegseid õppemeetodeid** (nt suurendatakse e-õppe osakaalu ja koostatakse e-õppe materjale, kasutatakse aktiivõppemeetodeid), mis vastab täiskasvanud õppija ootustele. **Õppetöö paindlikkus** võimaldab paralleelselt õppimisele töötada ning suurendab õpimotivsiooni.
- 📌 Rakendunud on **töökohapõhine õpe**.
- 📌 **Praktikakorraldus** toetab õppekava eesmärkide saavutamist. Koolidel on pikaajaliste partneritega hea koostöö praktika läbiviimiseks.
- 📌 **Õpikeskkond** on kaasaegne ning toetab õppijat.

Õppekavarühmade hindamisel toodi muu hulgas esile järgmised **parendusvaldkonnad**:

-  **Tööandjate veelgi aktiivsem ja sisukam kaasamine õppekavaarendusse** ja neile sellekohase tagasiside andmine, et õpetatav haridus vastaks paremini tööandjate ootustele.
-  **Erialaõpetajate aktiivsem ja sagedasem stažeerimine** ettevõtetes, et tagada kõige kaasaegsemate praktiliste kogemuste jõudmine klassiruumi.
-  Tuleks panustada senisest enam **turundustegevustele ja koostada turundusplaan**, et tutvustada õppimis- ja erialavõimalusi erinevatele sihtrühmadele.
-  Koostada ja arendada tööandjate vajadustest lähtuvaid **täienduskoolitusi**.
-  **Praktikakorralduse süsteemi edasine parendamine seoses operatiivsema ja sisukama koostööga ettevõtete ja kooli vahel**, mis seisneb muu hulgas kooli tihedamas suhtluses praktikabaasiga praktika ajal. Õpilaste sõnul ei ole kooli abi praktikakoha leidmisel piisav. Samuti tuleks praktikante ettevõtetes tulemuslikumalt hinnata ja seirata.
-  Veelgi enam tuleks **kaasajastada ja mitmekesistada õppevorme**, arendades nii statsionaarset kui ka töökohapõhist õpet, mis aitaks vähendada katkestajate arvu.

Uuringu käigus intervjueritud ettevõtete esindajate hinnangud kattuvad EKKA aruannetes välja toodud peamiste arenguvajadustega. On ettevõtjaid, kes kiidavad ja tunnustavad **edukalt rakendunud töökohapõhise õppe süsteemi** ning teisalt on neid, kelle kogemus näitab, et kutsekoolidest õppureid praktikale saada ei ole. Ühe põhjusena tuuakse välja kutsekoolide juba olemasolev ja püsiv koostöö kindlate ettevõtetega, kelle juurde oma õpilased praktikale saadetakse. Siin mängib suurt rolli ka regionaalne aspekt, sest osa koole on asukoha või õpetatavate erialade poolest paremas olukorras kui teised. Nii näiteks on eelisseisus pealinna kutsekoolid, kuna praktikavõimalusi on rohkem.

Õppurite praktika sisulisemaks korraldamiseks peaksid kutsekoolid enam panustama nii praktikakohtade eelkõigusele sõlmimisse kui ka praktikajuhendajate koolitusse. Oluliseks peetakse praktika sisu ja eesmärkide kolmepoolset sisulist kooskõlastamist praktikandi, ettevõtte ja kooli vahel, mis jääb praegu tihti puudulikuks ja pealiskaudseks. Ettevõtted soovivad tihedamaid kontakte praktikante saatvate koolidega, et rääkida läbi ning ühtlustada praktikale seatavaid ootusi ja nõudeid. Praegune tööandjate kogemus näitab tihti, et kui õpilane suundub praktikale, siis jääb ta n-ö ettevõtte mureks ja kool sageli tema käekäigu vastu huvi ei tunne. Ühe läbiva probleemina praktikakorralduses näevad nii koolid kui ka ettevõtted tööka, et endale lisakoormust võtvat juhendajat tema töö eest ei tasustata, mis pärsib veelgi töötajate motivatsiooni ning ettevõtete võimekust õpilasi praktikale võtta.

Sarnaselt EKKA aruannetega selgus uuringust **kutseõpetajate vähene stažeerimine ja ettevõtete vajadustele vastavate õppejõudude puudus**. Ühe näitena võib siin välja tuua kategooriajuhtimise, mille puhul nähakse ekspertteadmise puudust koolides. Sagedaseks probleemiks on koolide hinnangul ka olukord, kus eriala praktikud ei ole valmis koolis vajaminevat ainet õpetama ning ei oska enda valdkondlikku teadmist ja kogemust teoreetiliselt edasi anda. Vastupidiselt EKKA aruandes kajastunud positiivsele tagasisidele ja koolide enda hinnangule selle kohta, et **õppekavade arenduses tehakse ettevõtetega koostööd**, ei ole tööandjad enda arvates piisavalt kaasatud ning nende vajaduste ja huvidega ei arvestata. Seetõttu, nagu hindamisaruannetes jätkuva parendusvajadusena ka välja toodud, on vaja veelgi sisukamalt ning aktiivsemalt kaasata tööandjaid õppekavade arendusse ja seda ka realselt, mitte ainult sõnades.

Johtuvalt eelmisest lõigust võib välja tuua järgmise arenguvajaduse, mis puudutab **lõpetajate erialaseid oskuseid**. EKKA aruannetes seda punkti välja ei toodud, kuid see ilmnes selgelt ekspertintervjuudest. Lõpetajate erialaste oskuste kohta olid arvamused väga polariseerunud ja erinevad – tööandjad andsid KRP valdkonda puudutava tasemeõppe lõpetajatele nii kiitvaid kui ka hävitavaid hinnanguid. Näiteks hindas osa tööandjaid kutsekoolide lõpetajaid laialdaste kaubandusalaste teadmiste, klienditeenindusoskuste ja kauba tundmise tõttu, samas oli ka neid, kes lõpetajate oskuste ja ettevalmistusega rahul ei olnud. Kõige problemaatilisemana toodi siinjuures välja keeleoskuse puudus ja vähene õppe kooskõla reaalse töö vajadustega. Polariseeruvate arvamuste üheks põhjuseks võivad olla tööandjate erinev kogemus lõpetajatega ning erinevad ootused lõpetajatele nii ettevõtte profiilist kui ka regionaalsetest eripäradest tulenevalt. Nii on näiteks toidupoje klienditeenindajatele seatavad nõudmised kordades madalamad kui kalli butiigipoe konsultandile. Samuti on võimalikuks põhjuseks kutsekoolides pakutava hariduse erinev kvaliteet.

Suure parendusvaldkonnana toovad ka uuringus osalenud eksperdid sarnaselt EKKA-le välja **kaubanduse erialade vähese populaarsuse**, mis eeldaks nii tööandjatelt kui ka koolidelt rohkem turundustööd, et valdkonda erinevate sihtrühmade seas strateegilisemalt turundada. Positiivsena võib välja tuua tööandjate esindajate külastused koolidesse, et veelgi enam avada valdkonna erialade sisu ja anda vahetuid kirjeldusi erinevate tööülesannete ning karjäärivõimaluste kohta.

Arenguvajaduseks võib ka pidada kutseõpet pakkuvate **koolide omavahelist koostööd**, mille olemasolu jääb praegu küsitavaks ning tehtud intervjuudest ei selgu. Erinevate kutsekoolide õpetajatel ning õppuritel oleks võimalik tulemuslike koostöösuhete sõlmimisel teineteise kogemusest õppida ja seda võimalust peaks tulevikus rohkem kasutama. Ühe näitena koostöö puudumisest võib tuua juba mainitud mure praktikakohtade leidmisega, kus mingitel koolidel kas ei jätku kogemust või kontakte enda õpilaste praktikale saatmiseks ning milles valdkonna kutseõppeasutused võiksid edukalt koostööd teha ning enda kogemust jagada.

6.4.2. Rakenduskõrgharidus

Tabel 9. Rakenduskõrgkoolide KRP valdkonnaga seotud õppekavagruppide kvaliteedi hindamised

Kõrgkool	Õppekavagrupp	Sh õppekavad	Järgmine hindamine	Kehtivuse aeg
Lääne-Viru Rakenduskõrgkool	hulgi- ja jaekaubandus	kaubandusökonoomika	13.06.2019	6 aastat

KRP valdkondadega seotud ainsa rakenduskõrghariduse õppekava rahvusvahelisel hindamisel on EKKA hindamisaruannetes **tugevustena** muu hulgas välja toodud järgmised punktid:

-  Panustatakse õppekavade kompleksesse arendamisse koostöös kõigi kaubandusvaldkonna partnerite ja huvipooltega.
-  Toimub aktiivne, järjepidev ja tulemuslik koostöö kõigi huvigruppidega, millest saavad kasu kõik osapooled. Tulemusteks tööandja ootustele vastav õppekavaarendus ja õppeprotsess.
-  Õppurite rahulolu õppe kvaliteediga on hea.
-  Õpikeskkond on aja- ja asjakohane ning seda toetavad kaasaegsed IKT-vahendid ning piirkonna parim majandus- ja sotsiaalvaldkonna raamatukogu.

- 🌐 Kool töötab aktiivselt rahvusvahelistumise teemaga, täiendatakse õppurite ja õppejõudude võõrkeeleskust.

Õppekava hindamisel toodi esile järgmised **parendusvaldkonnad**:

- 🌐 Vajalik on tõhustada kõrgkooli **turundust ja väliskommunikatsiooni** seoses potentsiaalse üliõpilaste arvu langusega tulevikus. Turundusstrateegia raames tuleb senisest enam **kasutada sotsiaalmeedia võimalusi**, et tutvustada pakutavaid erialasid ning turundada kaubanduse valdkonda.
- 🌐 Kõrgkoolil tuleb seada arengukavas oma **töötajatele senisest ambitsioonikamad eesmärgid**.
- 🌐 Üliõpilaste **edasijõudmist tuleb efektiivsemalt mõõta**, et osutada paremat tuge neile, kes on oma õpingutes vähem edukad.
- 🌐 Kõrgkoolil tuleb võtta õppekavadele tööle **doktorikraadiga õppejõude, kes tegelevad aktiivselt ka erialase teadustööga**.

Uuringu käigus intervjueritud ekspertide hinnangud rakenduskõrgharidusõppe kvaliteedile kattuvad enamikes punktides EKKA aruandes tooduga. Paljud murekohad kattuvad kutsehariduse alapeatüki all kirjeldatuga. Lõpetajate teoreetilisi teadmisi peetakse üldiselt heaks, kuid ekspertide hinnangul jääb sageli puudu kokkupuutest reaalsete tööülesannetega. Uuringust selgub ka, et rakenduskõrgharidus võiks rohkem keskenduda n-ö tulevikunõudmistele ja johtuvalt kaupade ja sortimendi üha keerulisemaks ja mitmekesisemaks muutumisest tuleks suurendada nt **sisseostu ja kategooriajuhtimise alaste ainete osakaalu õppekavas**.

Sarnaselt kutseharidusega näevad tööandjad vajadust **enda sisulisema kaasamise järele õppekava arendusse** ning nende vajaduste ja soovidega suuremat arvestamist, et tagada lõpetajate teadmiste ja oskuste parem kooskõla ettevõtete vajadustega. Üldise murekohana süsteemis võib näha, et tööle kandideerivate inimeste kaubanduslane rakenduskõrgharidus tööandjate silmis tööturul konkurentsieelist ei anna. See aga **devalueerib paljuski erialase hariduse väärtust** ning demotiveerib valdkonnas töötavaid, kuid erialase haridusega spetsialiste end koolitamast ja arendamast.

6.4.3 Täienduskoolitus

Lisaks peatükis 6.1 nimetatud tasemeõppele saab paljusid spetsiifilisi oskusi omandada või täiendada koolitustel. **Täienduskoolitus**¹¹⁴ võimaldab erialaste teadmiste ja oskuste omandamist või täiendamist või uute oskuste omandamist. Koolituse läbimist tõendab tunnistus¹¹⁵ või tõend.

¹¹⁴ Täiskasvanute koolituse seadus § 1 lõige 4 märgib, et täiendusõpe on väljaspool tasemeõpet õppekava alusel toimuv eesmärgistatud ja organiseeritud õppetegevus. Täiendusõpe on kutseõppeasutuste seaduse (§23 lõige 2 p 2) tähenduses kutseõpe, mille käigus omandatakse üksikkompetentse. Kutseharidusstandardi peatükid 3–6 kirjeldavad kutseõppe tasemeid 2–5 ja nende väljundeid. <https://www.riigiteataja.ee/akt/110062015010>

¹¹⁵ Täiendusõppe tunnistus antakse, kui koolitus lõpeb hindamisega.

Täiendusõppe võimalused on valdkonna töötajate ning ettevõtjate jaoks erinevad:

-  **Avatud koolitused** (sh ümberõpe Töötukassa suunamisel ja töötust ennetavad meetmed¹¹⁶). Nii kutseõppeasutused, erakoolitusasutused kui ka kõrgkoolid võimaldavad täiendusõpet oma koolis õpetatavatel teemadel. Kursuste toimumise ajad on veebilehtedelt leitavad koos koolituskalendri ja koolituse sisu kirjeldusega.
-  **Konkreetses õppekavaga tellitud koolitus.** Ettevõtja, kellel on vajadus konkreetse täiendus- või ümberõppe järele, saab tellida oma töötajatele vajaliku sisuga koolituse ning koostöös erakoolitaja, kutseõppeasutuse või kõrgkooliga koostatakse vajaduspõhine õppekava.
-  **Tasuta koolitused** on tavapäraselt EL-i struktuurifondi rahastatavad koolitused¹¹⁷, mis on suunatud eri sihtrühmadele, nt madalama haridustasemega töötajad, vananenud kvalifikatsiooniga töötajad jt. Nende kursuste raames saab reeglina omandada lihtsamaid baastadmisi ning kursused sageli ei eelda varasemat valdkonna haridust.
-  **Koolitus ettevõttes ehk sisekoolitus.** Sisekoolitusi kasutatakse kogu valdkonnas, kuid eriti levinud on see klienditeenindajate puhul. Sõltuvalt koolitatavate ametist on koolitajateks enamasti töökogemusega töötajad. Tööandjad töid kolleegide koolitamise välja ka osana kogenud töötajate motiveerimispaketist, mis toob rutiini vaheldust.

Eelnev jaotus on tinglik ning tegelikkuses võivad erinevad täiendusõppe liigid osaliselt kattuda – avatud koolitused võivad olla ka tasuta koolitused, koolitus ettevõttes võib kattuda tasuta koolitusega ja olla samal ajal ka konkreetse õppekavaga tellitud koolitus, konkreetse tellitud õppekava baasil korraldatud koolitus võib olla ka tasuta koolitus. Üleilmsete trendide mõjul muutuvad KRP töökeskkond ja töö sisu pidevalt ja üha kiiremini ning elukestvas õppes ja täienduskoolituses peaksid osalema kõikide valdkonna põhikutsealade esindajad.

2018. aastal on Haridus- ja Teadusministeeriumi andmetel¹¹⁸ tasuta hulgi- ja jaekaubanduse täienduskoolitusi organiseerinud järgmised õppeasutused: Tartu Kutsehariduskeskus, Tallinna Teeninduskool, Pärnumaa Kutsehariduskeskus, Järvamaa Kutsehariduskeskus, Väike-Maarja Õppekeskus, Võrumaa Kutsehariduskeskus ja Tallinna Tööstushariduskeskus. Levinud erialasteks koolitusteks on näiteks müügitöö, kauba tundmine ning ettevalmistus 4. taseme müüja-klienditeenindaja kutseeksami jaoks. Lisaks valdkondlikele täienduskoolitustele on Haridus- ja Teadusministeerium rahastanud kursuseid ka teistelt aladelt, nagu juhtimine ja haldus, tööoskused, IKT, keeleõpe ja isikuareng, kus pannakse palju rõhku üldoskuste arendamisele, mis on KRP-s sageli erialastest oskustest isegi olulisemad.

Töötukassa¹¹⁹ on finantseerinud erinevate koolituspartnerite toel (sh mitmed kutsekoolid ja kõrgkoolid) müüja-klienditeenindaja, kaubanduse teenindamiskultuuri, teenindusalase (võõr)keele, müügijuhtimise ja müügiesindaja koolitusi. Sarnaselt HTM-i pakutavatele tasuta täienduskoolitustele on erialastest kursustest laialdasemalt levinud erinevad arvutikoolitused, keeleõpe ning

¹¹⁶ Töötukassa. Töötust ennetavad meetmed. <https://www.tootukassa.ee/uudised/1-mail-2017-alustabtootukassa-tootust-ennetavate-teenuste-pakkumist>

¹¹⁷ Elukestva õppe strateegia täiskasvanuhariduse programm 2015–2018 (2015). Haridus- ja Teadusministeerium. https://www.hm.ee/sites/default/files/taiskasvanuharidusprogramm_2015-2018.pdf

¹¹⁸ <https://www.hm.ee/et/tegevused/taiskasvanuharidus/tasuta-kursused>

¹¹⁹ Töötukassa töötust ennetavate teenuste kohta saab lähemat infot: <https://www.tootukassa.ee/content/toota-ja-opi>

ettevõtluskoolitus, mida pakuvad nii haridusasutused kui eraettevõtted üle Eesti. Seetõttu võib mõnda, et ühelt poolt on võimalused mitmekesiseks täiendusõppeks küll loodud, kuid samal ajal tuleb veel rohkem tähelepanu pöörata nende valdkondlike oskuste puudujääkide katmisele, mis on täpsemalt välja toodud alapeatükis 4.1 ning mille järele vajadus tulevikus kasvab.

Valdkonnas on seni olnud levinud praktikaks, et ettevõtted koolitavad oma töötajaid sageli ettevõtte sees. Üheks põhjuseks võib olla väliskoolituste¹²⁰ kõrge maksumus, mida ettevõtted enda sõnutsi lubada ei saa, teadmatus pakutavatest tasuta koolitusvõimalustest, sobivate erialaste koolituste puudus või ka valdkonna profiil – sisekoolitused baseeruvad valdkonna parimate praktikute teadmistel ja oskustel ning ettevõtted ise peavad sageli enda majasisest kompetentsi paremaks kui seda, mida turul pakutakse. Samas ei ole harvad ka juhud, kui ettevõttesse kutsutakse koolitama mõne valdkonna välisekspert või võimaldatakse töötajatele osalemist erialasel väliskoolitusel. Ühe sellise näitena võib välja tuua kategooriajuhtimise koolitusi, mille järele ettevõtted suurt vajadust näevad, kuid kuhu ekspertteadmist Eesti ettevõtetest ning koolidest on väga raske leida. Samuti kasutatakse väliskoolitajaid toote-, juhtide- ning meeskonnakoolituste puhul.

Töötajatele pakutavad ning vajalikud täienduskoolitused võib KRP valdkonnas kokkuvõttes jagada viieks. Kõige olulisemaks peetakse erinevaid **tootekoolitusi ehk kauba tundmist**, kus kas tootejuhid või brändi esindajad ise koolitavad müügipersonali mõne uudse toote eripärast lähtuvalt, et klienditeenindajad oleksid pädevad andma klientidele infot toote profiili ja funktsionaalsuse kohta ning seeläbi suurendama ka läbimüüki. Tootekoolitused toimuvad sageli ettevõttes kohapeal. Teise levinud koolitusena toodi välja **müügikoolitused**, mis tööandjate sõnul on hädavajalikud. Müügikoolitused on tavaliselt adresseeritud teenindavale personalile, näiteks klienditeenindajatele, aga ka näiteks müügiesindajatele ja tootejuhtidele. Lisaks klienditeeninduse edendamisele pannakse müügikoolitusel sageli rõhku ka suhtlemisoskusele, mis ettevõtete hinnangul on sageli puudulik eriti just nooremate töötajate puhul. Müügikoolitused keskenduvad eelkõige kliendi soovide ja vajaduste väljaselgitamisele eesmärgiga kasvatada ettevõtte müüki kliendi vajadustest lähtuvalt. Kolmanda koolituse liigina toodi välja **juhtide koolitused**, mille sisu on peamiselt organisatsioonikäitumine, muudatuste ja meeskonna juhtimine, mentorlus, *coaching* ja teised psühholoogiakoolitused. Levinud koolitusena toodi välja ka **meeskonnakoolitused**, mis on keskendunud meeskonna tunnetusele ja psühholoogiale ning mida peetakse oluliseks organisatsiooni seesmise stabiilsuse ja positiivse fooni loomisel. Meeskonnakoolituste tähtsust toonitati eriti demograafiliste trendide taustal, millest tulenevalt on ettevõttes vaja kokku liita ning üheskoos tegutsema panna staažikad töötajad ning uued tulijad. Tulenevalt suurest tööjõuvoolavusest on olulisel kohal ka nn **sisseelamiskoolitused**, mis seisnevad eelkõige uue töötaja kiires väljaõppes ja kus keskendutakse ülevaate andmisele ettevõttest, ühistest väärtustest ja olulisematest töökorralduslikest punktidest. Sisseelamiskoolitust viib tavaliselt läbi kaupluse/ettevõtte esinduse juhataja või selleks töötajale määratud mentor.

Valdkonna kutsealasid läbib tehnoloogia kiiretest muutustest tulenev täienduskoolituse vajadus **erialaste IKT-oskuste täiendamiseks**. See on eelkõige vajalik valdkonnas juba töötavatele ning vanemaealistele inimestele, et tehnoloogilise arenguga kaasas käia ning tagada enda jätkuv konkurentsivõime tööturul. Siinkohal võib kitsaskohana välja tuua aga selle, et hoolimata laialdasest

¹²⁰ Käesolevas uuringus on väliskoolituse all mõeldud koolitust, mis toimub väljaspool organisatsiooni ja/või on läbi viidud organisatsioonivälise koolitaja poolt.

digipädevuste täienduskoolituste võimalustest nii HTM-i kui Töötukassa poolt ei ole tööandjad ja töötajad nendest sageli teadlikud ning vajalik info ei jõua sihtrühmani.

Analüüsi käigus selgunud peamiste **täienduskoolituse arenguvajadustena** võib välja tuua:

- ✚ Rõhutada ja keskenduda nende oskuste arendamisele, mille järele on KRP valdkonnas tulevikus kõige suurem vajadus (vt ptk 4.1). Võimalusel suurendada nende oskuste arendamisega seotud tasuta täienduskoolituste mahtu ning tagada laialdasem informatsiooni levik ja kättesaadavus, et koolitusinfo jõuaks sihtrühmani.
- ✚ Soodustada ettevõttes kõikide tasandite töötajate regulaarset osalemist täienduskoolitustel. Paljude ettevõtete puhul on kahjuks saanud reegliks, et erialast koolitust ei väärtustata ning suure tööjõuoolavuse tõttu ei soovi tööandjad investeerida enda töötajatesse, kartes, et nad pärast seda ära lähevad. Hoolimata sellest, et töötaja täienduskoolitustel osalemine tekitab töökorralduses ebamugavusi, peaks selleks leidma ressursse tulevikuoskusi ja tööjõuvajadust silmas pidades.
- ✚ Soovituslike täienduskoolitustena võib lisaks valdkonnaspetsiifilistele koolitustele analüüsi põhjal välja tuua tehnoloogia- ja IKT-alase baas- ning täiendusõppe, majanduse ja õiguse algõppe, keeleõppe, ettevõtluse ja turunduse.
- ✚ Parendada ja tugevdada ettevõtetevahelist koostööd ning leida ühishuvid, et üheskoos katta kallimate väliskoolitajate Eestisse toomise kulusid. Kriitilise vajadusena näevad tööandjad kategooriajuhtimise ja sisseostu teemal täienduskoolitusi, mille jaoks Eestis on piisavalt heal tasemel asjatundmust raske leida.
- ✚ Võimaldada erialase hariduseta töötajatel osaleda ettevõtete ja koolide koostöös aasta ringi intensiivsetel erialastel täienduskursustel.

7. Tööjõunõudluse ja -pakkumise võrdlus

Lühikokkuvõte

Kõrvutades kogu KRP valdkonna uue tööjõu vajadust tööjõu pakkumisega tasemeõppest, näeme, et üldarvude tasemel on nõudlus ja pakkumine pealtnäha tasakaalus (u 440 inimest aastas), kuid lähemal vaatlusel põhikutsealade tasandil, eriti arvestades spetsiifiliste oskuste vajadust, seda väita ei saa.

- ✚ Reljeefselt tõusis juhtide ja spetsialistide tasandil esile kaubandusvaldkonna spetsiifilisi kompetentse, eeskätt kategooriajuhtimisega seotud oskusi omavate töötajate puudus nii jae- kui hulgikaubanduses.
- ✚ Spetsialistide tasemel ei jätku piisavalt kaubandusvaldkonna spetsiifilisi teadmisi omavat tööjõudu väljapanekute spetsialistide ja tootejuhtide põhikutsealadele. Müügiesindajate puhul (nii tipp- kui keskastmespetsialistide tasemel) tööjõu- ja oskuste puudujääki väidetavalt ei tunnetata.
- ✚ Teenindus- ja müügitöötajate ametirühmas ilmnes müüja-klienditeenindaja põhikutsealal tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlusel turutõrge. Prognoositav lõpetajate arv ületab statistilistelt nõudlust, kuid tööandjad tunnetavad sellele vaatamata teravalt tööjõupuudust.
- ✚ Arvestades et Eestis on jaekaubandus üks suurima tööjõuvoolavusega tegevusala, ei pruugi ettevõtete tunnetatud tööjõunappus ja raskused tööjõu värbamisel tingimata olla seotud ebapiisava tööjõupakkumisega, vaid pigem laiemalt töötingimuste ja töökohtade kvaliteediga, mille tõttu inimesed ei soovi teatud ametitel püsida.

Peatükis võrreldakse valdkonna tööjõunõudlust ja -pakkumist, kõrvutades, kui palju ning millisel tasemel uut tööjõudu valdkond lähema kümne aasta perspektiivis aastas vajab ning kui palju tööjõudu haridussüsteem KRP valdkonnale ette valmistab. Ettevalmistatavate töötajate arvu hindamisel lähtutakse viimaste aastate tasemeõppe statistikast.

Valdkonna vajadust uue tööjõu järele on kirjeldatud 6. peatükis. Tööjõuvajadus hõlmab käesolevas uuringus kahte komponenti – vanuse tõttu tööturult lahkuva töötajate **asendusvajadust** ja valdkonna põhikutsealadel hõivatute arvu kasvust või kahanemisest tingitud **kasvu- või kahanemisvajadust**. Asendusvajaduse hindamisel kasutati MKM-i tööjõuproгноosi raames tehtud arvutusi, mis lähtuvad kutsealade vanusestruktuurist ning kutsealal hõivatute reaalsest pensionile jäämise vanusest.

Kuna KRP põhikutsealadel on vanemaealiste töötajate osakaal tublisti alla keskmise, siis on ka asendusvajadus suhteliselt väike. Seega on peamiseks tööjõuvajadust kujundavaks teguriks töökohtade arvu muutus. Tööjõuvajaduse prognoos (vt ptk 5) näitas valdkonna tööjõumahukuse mõningast kahanemist.

Tulemuste tõlgendamisel peab arvestama, et arvestades KRP valdkonna eripära võib nõudlus uue tööjõu järele olla mõnevõrra alahinnatud sektoritevahelise liikumise tõttu, mida ei ole andmetest tulenevate piirangute tõttu võimalik asendusvajaduse ühe komponendina arvestada. Eksperthinnangu kohaselt puudutab see probleem eelkõige teenindustöötajaid. Jaekaubandus kujuneb sageli noorte jaoks alaks, mille kaudu tööturule siseneda, et mõne aja pärast edasi liikuda. See on mõistetav, kuna valdavalt paindlik töökorraldus loob eeldused osaajaga töötamiseks ning töö, õpingute ja

hobitegevuste ühildamiseks. Tööandjate perspektiivist toob see aga kaasa probleemid tööjõuvoolavuse ning teatud kutsealade mainega. Ka rahvusvaheliselt on tendents üldjoontes samasugune, jaekaubanduses on võrreldes teiste majandussektoritega noorte osakaal oluliselt kõrgem¹²¹ ning tööjõuvoolavus suurem^{122, 123}.

Asendusvajadust ja töökohtade arvu muutust arvestades vajab valdkond igal aastal kokku ligi 440 uut töötajat, sh ligikaudu 260 juhtide, 140 spetsialistide ning 40 teenindajate ja oskustöötajate kutsealadele (vt detailset tabelit lisas 5).

Prognoositav uue tööjõu pakkumine (kolme viimase õppeaasta lõpetajate keskmiste alusel, arvestades tööjõus osalemise määra) **valdkonna põhikutsealadele jääb suurusjärku 440 inimest aastas**. Sellest ligi kaks viiendikku (38%) moodustavad kutsehariduse ja veidi üle kolme viiendiku (62%) kõrghariduse lõpetajad.

Seega pelgalt üldarvude järgi võiks nõudlust ja pakkumist lugeda üldjoontes tasakaalustatuks, kuid lähemal vaatlusel põhikutsealade ja üksikute ametialade kaupa ning arvestades tulemuste tõlgendamisel eksperthinnanguid, koolituspakkumist tasakaalustatuks lugeda ei saa.

Reljeefselt tõusis juhtide ja spetsialistide puhul esile kaubandusvaldkonna spetsiifilisi kompetentse, eeskätt kategooriajuhtimisega seotud oskusi omavate töötajate puudus nii jae- kui ka hulgikaubanduses. Tööandjate strateegiad selle kitsaskoha ületamiseks varieeruvad ettevõttesisesest koolitamisest, mida saavad endale lubada eelkõige suuremad või rahvusvahelise taustaga firmad, tööjõu üleostmiseni. Laiapõhjaline turunduse ja ärijuhtimisega seotud kompetents on seevastu tööandjate hinnangul tööjõuturul piisavas mahus esindatud.

Ekspertintervjuude põhjal võib väita, et ettevõtete personalistrateegiat iseloomustab valdkonnas tervikuna sama muster – juhtide ja spetsialistide positsioonidele jõudmine eeldab valdavalt varasemat töökogemust selles valdkonnas, soovitavalt n-ö eesliinil teenindustöötajana. Nii mõnedki suuremad ettevõtted rõhutasid, et haridust tõendav dokument nende ettevõttes eelist ei anna. See võimaldab vähemalt osaliselt seletada, mil viisil ettevõtted tulevad toime olukorras, kus kaubandusvaldkonna spetsiifilist kõrgharidust tasemeõppes pakutakse vaid ühel õppekaval.

Spetsialistide tasemel ei jätku piisavalt kaubandusvaldkonna spetsiifiliste teadmistega uut tööjõudu tootejuhtide ja väljapanekute spetsialistide põhikutsealadele, millel töötamine eeldab kombinatsiooni kategooriajuhtimis- ja turunduse ning lisaks analüüsi-, projektijuhtimis- ja kujundusoskustest. Müügiesindajate puhul (nii tipp- kui keskastmespetsialistide tasemel) tööjõu- ja oskuste puudust väidetavalt ei tunnetata.

Valdkonna tulevikutrendide kontekstis toodi intervjuudes kõige olulisema teemana välja tööandjate tunnetatud järjest süvenev tööjõunappus. Ettevõtted ise nägid selle taga majandustsükli mõju (madal töötusemäär), noorte muutunud ootusi tööle (n-ö tööampsud, pikemaajaliste karjääriplaanide edasilükkamine), tagasihoidlikku palgataset, aga ka klienditeenindaja töö madalat mainet, mis kandub

¹²¹ European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

¹²² Good, L. K. et al. (1996). Assessing Hierarchical Differences in Job-Related Attitudes and Turnover Among Retail Managers. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 24, No. 2, 148-156.

¹²³ Jones, D. A., Skarlicki, D. P. (2003). The Relationship Between Perceptions of Fairness and Voluntary Turnover Among Retail Employees. Journal of Applied Social Psychology. Vol 33, No. 6, 126-1243.

üle kogu tegevusalale. Teenindustöötajate ametirühmas on teravalt tunnetatud tööjõupuudus seotud eeskätt müügikorraldajate (vahetuse vanemad) ja müüja-klienditeenindaja põhikutsealadega. Sellega toimetulekuks kasutavad ettevõtted erinevaid strateegiaid: värvatakse ilma erialase ettevalmistuseta tööjõudu ja koolitatakse ettevõttes välja, pakutakse (eelkõige noortele mõeldes) järjest paindlikumaid töötingimusi ning juurutatakse üha laiemalt iseteenindussüsteeme.

Tööjõuvajaduse ja -pakkumise arvuline võrdlus müüjate-klienditeenindajate põhikutsealal näitab paradoksaalsel kombel siiski tagasihoidlikku ülepakkumist¹²⁴. Koolilõpetajate arv peaks teoreetiliselt üldjoontes katma uue tööjõu vajaduse. Vastuolu ettevõtjate tunnetuse ja nõudlus-pakkumise arvulise võrdluse tulemuste vahel viitab ilmselt turutõrkele ehk olukorrale, kus lõpetajad kas ei jõua erialasele tööle või ei jää sinna püsima. Ka hiljutiste rahvusvaheliste analüüside¹²⁵ põhjal võib järeldada, et ettevõtete tunnetatud tööjõunappus ja raskused tööjõu värbamisel ei pruugi tingimata olla seotud ebapiisava tööjõupakkumisega või oskuste puudujäägiga, vaid pigem tulenevad laiemalt töötingimuste ja töökohtade kvaliteedist, mille tõttu inimesed ei soovi teatud ametitel püsida. Teenindusega seotud sektorid paistavad üldiselt silma suure tööjõukaibega, mistõttu pidev värbamine on pigem reegel. Ka Eestis on jaekaubandus üks suurima tööjõuvoolavusega tegevusaladest (vt ptk 3.6.2). Asjaolu, et vabatahtlik voolavus on reeglina seotud eelkõige parima sooritusega töötajate lahkumisega¹²⁶, võib veelgi võimendada muljet sobiva tööjõu puudusest. Nagu võib järeldada kaupluse müügi pinna plahvatuslikust kasvust viimasel kümnendil (vt ptk 3.2), ei ole siiani tööjõupuudus laienemisele takistuseks osutunud.

Arvestades, et inimressursi nappus on muutumas järjest kriitilisemaks teguriks kõigi organisatsioonide toimimise seisukohalt¹²⁷, on ilmne, et surve tööjõumahukatele müügi- ja teenindusega seotud tegevusaladele tulevikus veelgi suureneb. Väiksem tööjõuvoolavus annab jaekaubandusturul olulise konkurentsieelise¹²⁸, sest lisaks otsestele värbamis- ja koolituskulude lisanduvad ka märkimisväärsed kaudsed kulud (uute töötajate kogenematustega seotud n-ö *opportunity costs*¹²⁹), mis mõjutavad läbi

¹²⁴ See hinnang lähtub eeldusest, et kogu uus tööjõud omab erialast väljaõpet. Tegelikuses leidub ilmselt arvestatav hulk müüja-klienditeenindaja ametikohti, millel edukaks toimetulekuks piisab üldoskustest. Kui arvestaksime ainult teatud osa hõivatute asendamiseks erialase hariduspakkumise, saaksime lõpptulemusena veelgi suurema ülepakkumise.

¹²⁵ European Commission. (2018). Measuring labour market tightness to improve the balance between labour demand and supply. Host Country Discussion Paper. French Statistical Office for Labour and Employment. (work in progress). <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1070&langId=en&newsId=9205&furtherN>

¹²⁶ Morrell, K., Loan-Clarke, J. and Wilkinson, A. (2001). Unweaving leaving: the use of models in the management of employee turnover. *International Journal of Management Reviews*. Vol. 3 No. 3, pp. 219-244.

¹²⁷ OSKA personali- ja administratiivtöö ja ärinõustamise uuringuaruanne. Kutsekoda (2018). <http://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2018/06/Personali-administratiivt%C3%B6%C3%B6-ja-%C3%A4rin%C3%B5ustamise-uuring.pdf>

¹²⁸ Booth, S., Hamer, K. (2007). Labour turnover in the retail Industry. Predictiong the role of individuaal, organisational and environmental factors. *International Journal of Retail and Distribution Management*. Vol.35, No. 4, pp. 289-307.

¹²⁹ Frank, P. (2000) New Ideas for Retaining Store-Level Employees. http://www.crrc.org/wp-content/uploads/sites/24/2014/02/New_Ideas_for_Retaining_Store-Level_Employees_2000.pdf; <http://mindfieldgroup.com/2015/09/blog-measuring-the-cost-of-turnover-in-the-retail-industry/>

teeninduskvaliteedi ja kliendirahulolu müügitulemusi¹³⁰. Seega on ettevõtetel tulevikus oluline kujundada välja võimekus tööjõuvoolavuse majandusliku mõju komplekseks hindamiseks ja pikaajaliste personalistrateegiate (sh n-ö *retention strategies*¹³¹) loomiseks.

Üllataval kombel aga ei paista tööjõupuudusega silma teenindus- ja müügitöötajate ametirühma kuuluv kaugmüügitöötaja (nt e-keskkonna klienditeenindaja) põhikutseala, isegi olukorras, kus erialane ettevalmistus tasemeõppes puudub. Tööandjate sõnul on e-kaubanduse huvilisi kandideerijaid tavaliselt enam kui pakutavaid töö- ja praktikakohti. Eksperdid leidsid, et põhjuseid võib olla mitmeid, alates paindlikest töötingimustest (tööaeg, koht) kuni e-kaubanduse kõrgema maineni.

Nõudluse ja pakkumise tasakaalust põhikutsealade kaupa annab ülevaate tabel 10 käesolevas peatükis, detailsem info on toodud lisas 5 olevas tabelis L5.

¹³⁰ Arndt, A., Arnold, T. J., Landry, T. D. (2006). The effects of polychronic-orientation upon retail employee satisfaction and turnover. *Journal of Retailing*, No. 82, Vol. 4, pp. 319-330.

¹³¹ Breuer, N-L. (2000). Shelf Life. Keeping people in high-turnover industries is tough. *Workforce*, Vol. 79, No. 8, pp 28-31.

Tabel 10. Hinnang KRP uue tööjõu nõudluse ja pakkumise tasakaalule. Allikad: REL2011, ETU, MKM-i tööjõuvajaduse prognoos, EHIS, autorite arvutused.

Ametirühm	Põhi-kutseala	Näited ametinimetustest	Eelda-tav hari-dus-tase	Hõive 2014/16	Hõive muu-tuse suund a	Nõudlus : uue tööjõu vajadus aastas ^b	Prognoositud pakkumine aastas ^d lõpetajate prognoosi alusel	Ekspertide hinnang nõudluse pakkumise tasakaalule
Juhid	Müügi- ja turundus-juhid	müügijuht, turundusjuht, brändijuht, e-kanalite ärijuht, e-ärijuht	7 MA	3 850	↗	77	84	Pakkumine tasemeharidusest ületab mõnevõrra nõudlust. Tööandjad tööjõupuuduse üle ei kurda. Turunduse ja ärijuhtimisega seotud erialad on ilmselgelt nii noorte kui juba töötavate inimeste hulgas populaarsed.
	Juhid kaubanduses	kommerts(osakonna)juht, ostujuht, kategooria juht, tootegrupijuht (vastutus sortimendi eest – strateegiline tasand, <i>sourcing</i>), piirkonnajuht, teenindusjuhataja, e-kaubanduse juht, jaemüügi juht, kaupluse juhataja, osakonnajuhtaja	6–7 RAK, MA	14 440	→	181	133	Pakkumine tasemeharidusest on märkimisväärses puudujäägis. Võimalus otseselt kaubandusala kõrgharidust omandada on vaid ühel õppekaval, õppijateks on sageli juba valdkonnas rakenduvad inimesed. Tööandjad tunnetavad puudujääki eeskätt kategooriajuhtimise oskustega töötajatest. Väidetavalt on levinud praktikaks ka kogenud töötajate n-ö üleostmine. Suuremates rahvusvahelistes ettevõtetes antakse vastavaid oskusi ja teadmisi edasi ettevõttesiseste täienduskoolituste käigus. Koolitusi pakutakse mõningal määral ka erakoolitusturul. Nii hulgi- kui jaekaubanduses kasvavad juhid üldjuhul valdkonnast välja sobivate isikuomaduste ja kogemuse najal. Praktiline töökogemus madalamatel positsioonidel on tööandjate silmis kriitiline edutegur. Kui on tegemist laiemast vastutusalaga (nt piirkonnajuhtidel), eeldatakse lisaks ka kõrghariduse tasemel üldoskusi.
Juhtide kutsealad kokku				18 290	↗→	257	217	
Spetsialistid	Müügi-esindajad	tootesindaja, müügiesindaja (meditsiini- ja farmaatsiatooted, tööstustooted, tehnika)	7 MA	560	↗→	9	17	Pakkumine tasemeharidusest (valdavalt LTT ja meditsiiniiga seotud aladelt) ületab nõudlust. Tööandjad tööjõupuudust esile ei toonud vaatamata suhteliselt kõrgetele nõudmistele ametialale kandideerijatele (lisaks esindatava tooterühma spetsiifikale vastavale kõrgharidusele ka vastava valdkonna töökogemus ja müügiioskused).
		kliendihaldur (Key account manager), müügiesindaja, müügiagent, müügihaldur, müügiesindaja, müügikonsultant, müügiassistent, müügiärgse teeninduse konsultant	5–6 KUT, RAK, BAK	12 560	kaubandus väljaspool ↗→ Kokku ↘→	117	123	Pakkumine tasemeharidusest ületab nõudlust. Tööandjad tööjõu nappuse üle ei kurda. Värbamisel eeldatakse varasemat ametialast töökogemust.
	Väljapanekute ja plano-grammi-spetsialistid	kauba väljapanekute spetsialist, (vaateakende) kujundaja, dekoraator, planogrammi spetsialist, <i>space manager</i> , <i>visual merchandiser</i> , kontseptsioonispetsialist	5–6 KUT, RAK, BAK	560	→	5	5	Pakkumine tasemeharidusest ja nõudlus uue tööjõu järele on statistiliselt tasakaalus, kuid tööandjad tunnetavad sobivate oskustega tööjõu puudujääki. Tööülesanded eeldavad teadmiste kombinatsiooni kategooriajuhtimisest ja turundusest lisaks analüüsi-, projektijuhtimis- ja kujundusoskusi. Puudust tuntakse mitte niivõrd kujundus- ja disainialasest ettevalmistusest, vaid just müügi- ja kaubandusvaldkonna spetsiifiliste teadmistega inimestest. Väidetavalt on selle ala parimad spetsialistid Eestis välja koolitatud rahvusvaheliste jaekettide poolt, tegemist on alaga, kus on levinud n-ö üleostmine.
	Tootejuhid	tootejuht, (vastutus sortimendi eest – taktikaline / operatiivne tasand, <i>replenishment</i>), <i>brand manager</i> , tootespetsialist, hankespetsialist, ostuspetsialist, tootejuhi assistent, ostuassistent	5–6 KUT, RAK	1 020	→	10	7	Nõudlus uue tööjõu järele ületab pakkumist tasemeharidusest. Ettevõtjad tunnetavad tööjõupuudust eeskätt toote- ja ostuspetsialistide puhul. Assistentide positsioonidele otsitakse tööjõudu enamasti selle perspektiiviga, et välja kasvatada toote-, ostu- ja kategooriajuhte.
Spetsialistide kutsealad kokku				14 700	↘→	141	152	

Teenindus- ja müügitöötajad	Müügi- korral- dajad	frantsiisvõtjad (kioskid), müügipunkti pidaja, väikepoepidaja müüjate vahetuseülem, vahetusevanem, vanem-müüja	5 KUT	2 900	→	18	13	Nõudlus uue tööjõu järele ületab pakkumist tasemeharidusest. Ettevõtjad tunnetavad tööjõupuudust.
	Müüja d - kliendi - teenin- dajad	müügikonsultant, müüja, klienditeenindaja, rendiagent, florist tanklapoe müüja, kioskimüüja, võõrustaja, turumüüja	4 KUT	26 090	↘→	47	55	Pakkumine tasemeharidusest ületab statistiliselt nõudlust. Tööandjad tunnetavad kõrge tööjõuvoolavuse taustal äärmiselt teravalt tööjõunappust, millega toimetulekuks värvatakse ilma erialase ettevalmistuseta inimesi ja koolitatakse ettevõttes välja.
		kassapidaja-klienditeenindaja, infotöötaja, piletimüüja	täien- dus- kooli- tus	2 930	↓	-25		Tasemehariduses ei pakuta kitsalt erialast ettevalmistust kassapidajatele. Tegemist on ühe mooduliga müüja- klienditeenindaja õppes. Vastavaid oskusi õpetavad tööandjad välja ka ettevõttes kohapeal.
	Kaug- müügi- töötaja d (intern eti- ja telefon i- müük)	kõnekeskuse klienditeenindaja (hulgi, e-kaubandus), e-keskkonna klienditeenindaja / konsultant, <i>help- desk manager</i> , kaugturundustöötaja, klienditeeninduskeskuse müüja, kõnekeskuse müüja, telefonimüügi agent	täien- dus- kooli- tus	230	↘	0		Ettevalmistus tasemeharidusest puudub. Tegemist on tüüpilise n-ö <i>entry-level</i> positsiooniga hulgi- ja e- kaubanduses. Tööandjad tööjõupuudust esile ei toonud. Pigem tunnetavad E-kaubandusega tegelevad ettevõtjad sellele kutsealale kandideerijatest (ka praktikale soovijatest) ülepakkumist. Populaarsuse põhjuseks on tõenäoliselt huvi e-kaubanduse n-ö kõõgipoolse vastu.
Oskus- töötajad	King- sepad		täien- dus- kooli- tus	140	↓	0		Kingseppi tasemehariduses ette ei valmistata. Enamasti õpitakse amet kogenud meistri käe all. Tööjõupuudus on terav. Noorte huvi ameti vastu on pea olematu.
Teenindus- ja oskustöötajate kutsealad kokku				32 290	↘→	39	68	
KRP valdkonna kutsealad kokku				65 280	↘→	437	437	

* Väikesed erinevused summade ja liidetavate vahel tulenevad ümardamisest.

a Kasvu/kahanemisvajadust kirjeldavate noolte täpsem selgitus ptk-s 5

b Tööjõuvajadus kokku = kasvu/kahanemisvajadus + asendusvajadus

d Prognoositud pakkumine lähiaastatel ehk lõpetajate prognoos sisseastujate põhjal – muutus vastuvõtu näitajates (2012/14 vs 2015/17) on üle kantud lõpetajate arvule (aluseks 2014/15–2016/17 keskmine). Parema võrreldavuse huvides on koefitsiendina arvestatud ka tööjõus osalemise määra (88%) ja välditud lõpetajate topeltarvestust kõrghariduse astmete (MA, BAK) vahel.

Allikas: REL2011, ETU, MKMi tööjõuvajaduse prognoos, EHIS, autorite arvutused

8. Kaubanduse, rentimise ja paranduse uuringu järeldused ja ettepanekud

Üleilmsed trendid, nende oodatav mõju valdkonnale, valdkonnas juba toimunud muutused ning statistilised andmed valdkonna lähiminevikust annavad suuna sellele, mida on ekspertide hinnangul haridus- jt seonduvates sektorites ning osapoolte koostöös tarvis muuta. Ettepanekud õppe sisu, mahu, vormi jms muudatusteks puudutavad õppeasutusi, koolitajaid, erinevaid hariduse valdkonnas tegutsevaid organisatsioone, erialaliite, õppijaid, valdkonna poliitikakujundajaid jt.

Valdkonna ekspertide kaasabil analüüsiti, kui palju töötajaid valdkonnas praegu on ja millised on nende oskused (vt ptk 4.1). Prognoositi, kui palju ning milliste oskustega inimesi tulevikus vaja läheb. Analüüsiprotsessis arvestati valdkonna majandusnäitajaid, võimalikke arengutrende, mis tõenäoliselt tulevikus valdkonda järjest enam mõjutama hakkavad, MKM-i tööjõuvajaduse prognoosi ning EHIS-e ja EKKA andmeid. Need andsid kinnitust ka ekspertide hinnangutele.

Uuringu käigus sõnastati kitsaskohad, mis on seni olnud takistuseks vajalike oskustega töötajate leidmisel. Toodi välja valdkonna tööhõivet ja oskusi puudutavad **kitsaskohad** ning neist tulenevad **ettepanekud** tegevusteks. Tegevustele lisati **sihtgrupid**, kelle pädevusse konkreetsete ettepanekute elluviimine kuulub. Lisaks kitsaskohtadele ja ettepanekutele toodi välja ka **tähelepanekud ja soovitused**, mis arutelude käigus üles kerkisid, kuid mille kohta konkreetseid tegevusettepanekuid ei sõnastatud.

Otsides vastuseid küsimustele „milliseid oskusi vajavad kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonnas töötajad lähi- ja kaugemas tulevikus?“ ja „kuidas töötajaid koolitada?“, on oluline tehtud ettepanekuid analüüsida ning leida seotud osapoolte koostöös võimalusi ettepanekute edasiarendamiseks ja rakendamiseks.

8.1. Tööjõupuudusega seotud kitsaskohad ja ettepanekud

Kitsaskohad

1. Teravalt tunnetatud puudus teenindus- ja müügitöötajatest jaekaubanduses.
2. Müüja-klienditeenindaja elukutse ebapopulaarsus noorte seas.
3. Osalise tööajaga töötamine ei ole soodustatud ning on tööandjale kulukas. Samuti on tööandjatele probleemiks liiga jäigalt fikseeritud tööaeg.

1. KITSASKOHT: Teravalt tunnetatud puudus teenindus- ja müügitöötajatest jaekaubanduses
--

Ettevõtted tunnetavad eriti teravalt puudust müügipersonali järele, hoolimata sellest, et müüja-klienditeenindajate eriala (kutsehariduse 4. tase) lõpetajaid on aastas ca 17% rohkem, kui oleks vaja pensionile siirduvate töötajate asendamiseks. Lisaks asendusvajadusele mõjutab ametiala tööjõuvajadust tõenäoliselt olulisel määral majandussektoritevaheline tööjõu liikumine, st lõpetajad ei jõua kaubanduse valdkonda või ei jää sinna püsima. Valdkonnas on tavaks tööjõudu kohapeal välja õpetada, sh võrreldes tasemeõppega oluliselt kiiremini.

Uuringust selgub, et kaubanduses töötavad inimesed ei ole motiveeritud valdkonna spetsiifilist haridust omandama asuma või siis katkestavad õpingud, mille vastavus „reaalse eluga“ on ebapiisav. Selle üheks põhjuseks võib pidada demotiveerivaid palga- ning töötingimusi.

Eelnevast tulenevad ettepanekud:

- 1.1. Kutsekoolid suurendavad valmisolekut pakkuda aastaringset lühiajalisi erialaseid kursuseid nn õpiampsude kujul.

Eestvedaja(d): valdkonna kutseõppeasutused

- 1.2. Erialaliidu eestvedamisel soodustavad tööandjad õppivate töötajate enesetäiendamist, arvestades õpipoisiõppes osalevate töötajate teoreetilisele väljaõppele kuluva aja kutseõppeasutuses töötaja hulka ning võimaldades töötajatele täienduskoolitusi tööajast ettevõtte kulul.

Eestvedaja(d): Kaupmeeste Liit

Koostööpartner(id): valdkonna kutseõppeasutused, Lääne-Viru Rakenduskõrgkool, ettevõtted

- 1.3. Valdkonna kutseõppeasutused pakuvad 5. tasemel jätkuõppena müügikorraldajate õpet lühemas vormis müüja-klienditeenindaja (4. tase) õppe läbinutele.

Eestvedaja(d): valdkonna kutseõppeasutused

- 1.4. Haridus- ja teadusministeerium koostab õppekavarühmade ülese teeninduse õppekava spetsialiseerumisega kaubandusele.

Eestvedaja: Haridus- ja teadusministeerium

Koostööpartner: SA Innove

Üldised tähelepanekud ja soovitus:

🚦 **Tööjõu voolavuse vähendamise eesmärgil** tasub ettevõtetel kaaluda töötajale antud kvalifikatsiooni tunnustamist, näiteks viies sisse premeeriva põhipalgasüsteemi või tasemete omistamise kutsetunnistust omavatele töötajatele, et ettevõttesiseselt **soodustada ja väärtustada erialast haridust ning enesetäiendamist.**

🚦 KRP valdkonna ettevõtted leidsid, et teravat tööjõupuudust aitaks leevendada keeleoskuse nõude alandamine kehtivalt B1 tasemelt A2 tasemele teatud kaubakategooriates (nt toidu- ja riidekaubad). Tööandjate hinnangul piiravad kehtivad keelenõuded eelkõige välistööjõu rakendamist. Kuna vastava muudatuse mõju on laiem kui käesolev uurimisvaldkond, siis vajaks see probleem täiendavat analüüsi.

🚦 Valdkonna ettevõtete **asutusesisesed motivatsioonipaketid ja selge visioon personaliarenduses** võivad motiveerida töötajaid omandama/jätkama valdkonna haridust ning vähendada tööjõuvoolavust.

🚦 Arvestades **turutõrget**, mis ilmnes müüja-klienditeenindaja põhikutsealal tööjõunõudluse ja koolituspakkumise võrdlemisel, eeldab tööjõunappusele lahenduste leidmine täiendavat analüüsi, mis võtaks komplekselt vaatluse alla tööjõuvoolavuse, ärimudelite jätkusuutlikkuse,

töökorralduse ja -jaotuse efektiivsuse, juhtimis- ning töökohtade kvaliteedi jms küsimused. Lisaks võib olla vajalik anda täiendav hinnang nõudluse-pakkumise tasakaalule pärast seda, kui OSKA valdkondlike uuringutega on kaetud kõik majanduse tegevusalad. Tegemist võib olla potentsiaalse erialaga, kust tööjõuressurssi suunata mujale (nt väiksema voolavuse ja kõrgema lisandväärtusega aladele).

2. KITSASKOHT: Müüja-klienditeenindaja elukutse ebapopulaarsus noorte seas

Ekspertide hinnangul on müüja-klienditeenindaja ametinimetus ja eriala noorte seas ebapopulaarsed ning ei kutsu õppima. Noored ei adu ja ei teadvusta ka piisavalt elukutse sisu ja rolli ning seda, mis lisaväärtust nad ühiskonnale kaubanduses töötades loovad. Jaekaubanduse mainet, palgataset ja prestiiži tööandjana peetakse ühiskonnas madalaks, mis samuti vähendab noorte huvi valdkonnas tööle asuda ning end erialaselt harida. Ekspertide hinnangul on müüja-klienditeenindaja ametinimetus noortele eemale peletav, iganenud ja eksitav ning ei peegelda tänapäeval enam vastaval ametikohal tehtavaid reaalseid tööülesandeid ja ametikoha sisu. Puudulikud on ka noorte teadmised enda karjäärivõimalustest KRP valdkonnas.

Eelnevast tulenev ettepanek:

- 2.1. Erialaliidud suurendavad koostöös ettevõtetega erinevate **kaubanduse valdkonda tutvustavate kampaaniate** mahtu, et kõnetada ja jõuda noorteni ning laiema üldsuseni ja seeläbi parendada valdkonna kuvandit ühiskonnas.

Eestvedaja(d): Kaupmeeste Liit, E-Kaubanduse Liit

Koostööpartner(id): ettevõtted

Üldised tähelepanekud ja soovitused:

-  Erialaliitude eestvedamisel teevad ettevõtted koostööd üldhariduskoolidega, et pakkuda põhikooli noortele võimalusi **õppekäikudeks, et tutvustada kaubanduse valdkonda** ning nüüdisaegset pilti erinevatest ametikohtadest ja karjäärivõimalustest. Tööandjatel tasub ka senisest enam panustada töökeskkonna, töövormide ja töövahendite atraktiivsemaks muutmisele, sest noorem põlvkond hindab ja väärtustab vanemast enam tehtava töö välist kuvandit (nt stiilsed ja hästi istuvad tööriided), mugavaid puhkeaja veetmise võimalusi ning paindlikku töögraafikut.
-  Kaubanduse valdkonna kommunikatsioonis ja kuvandiloomes pööratakse rohkem tähelepanu erinevatele noorte poolt enim kasutatavatele sotsiaalmeediakanalitele (Facebook, Instagram, Youtube jt) ning leitakse enda kõneisikuteks ja *influencer*'iteks¹³² noori kõnetavad ning nende arvamusi ja hoiakuid kujundavad positiivsed arvamusiidrid.

¹³² Influencer ehk mõjuliider, keda üha enam kasutatakse ettevõtete poolt turundustegevustes

3. KITSASKOHT: Osalise tööajaga töötamine ei ole soodustatud ning on tööandjale kulukas.
Samuti on tööandjatele probleemiks liiga jäigalt fikseeritud tööaeg.

Ekspertidid leidsid, et Eesti tööseadusandluses on väga jäigalt fikseeritud tööaeg, mis raskendab õppivate noorte või erivajadustega inimeste tööle rakendamist projekti- ja hooajatöödel, kuna alati ei ole võimalik ette näha, kui palju tunde tööandjal osalise ajaga töötavale töötajale kuus pakkuda on. Noored ja erivajadustega inimesed on aga potentsiaalne ja hetkel piisaval määral realiseerimata tööjõud ettevõtetele, kes on niigi hädas suure tööjõupuudusega.

Osalise tööajaga töötava töötaja pealt peab tööandja maksma täismahus (st 1,0 koormus) sotsiaalmaksu, mis muudab sellise töötaja ettevõtte jaoks liiga kulukaks ning osalise tööajaga töötamise mittesoodsituks töövormiks. Jälgides maailmatrende ning muutuseid töövormide ja tööaja paindlikumaks muutumises võib kindlalt väita, et üha rohkem inimesi soovib tulevikus töötada osalise ja paindlikuma tööajaga. Ekspertide sõnul on nii tööandjatel kui ka töövõtjatel soov ja valmisolek olemas, kuid puudub soodne ja vajalik õiguslik- ning maksukeskkond paindlike töövormide realiseerimiseks.

Eelnevast tulenevad ettepanekud:

- 3.1. Rahandusministeerium analüüsib ning võimalusel algatab muudatuse sotsiaalmaksuseaduses, et ettevõtte ei peaks sotsiaalmaksu maksma täismahus osalise ajaga töötava töötaja pealt. Sotsiaalministeerium analüüsib vajadusel eelnevalt ravikindlustuskaitse tagamise riske .

Eestvedaja(d): Rahandusministeerium

Koostööpartner(id): Sotsiaalministeerium

- 3.2. Sotsiaalministeerium analüüsib ning võimalusel algatab töölepinguseaduse muudatuse seoses fikseeritud tööaja nõudega (§ 43) ning asendab selle eeldatava tööajavahemikuga, mis annab nii tööandjatele kui töövõtjatele suurema paindlikkuse tööaja planeerimisel.

Eestvedaja(d): Sotsiaalministeerium

8.2. Ebapiisavate oskustega seotud kitsaskohad ja ettepanekud

Kitsaskohad

4. Tööandjate ootused valdkonna kutseharidusele on polariseerunud ja vastuolulised.

5. Valdkonna arengu takistuseks on puudus kaubandusvaldkonna spetsiifiliste kompetentside järele, nagu kategooriajuhtimine ja sisseost.

6. Praktikabaaside ja koolide vaheline vähene koostöö, mille tõttu kannatab praktika kvaliteet ja õppurite poolt omandatavad praktilised oskused.

4. KITSASKOHT: Tööandjate ootused valdkonna kutseharidusele on polariseerunud ja vastuolulised

Uurimistulemuste põhjal on alust eeldada, et kuna tööandjate ootused valdkonna kutseharidusele on polariseerunud, on ka hinnangud koolilõpetajate erialase oskuste kohta kohati vastuolulised. Ühelt poolt tõstetakse esile, et õppekavad võimaldavad anda laialdasi kaubandusalaseid teadmiseid, samas

on ka neid, kelle hinnangul on õppel vähene kooskõla reaalse töö vajadustega. On koole, kelle hinnangul ei kaasa kutseõppeasutused tööandjaid piisavalt õppekavade sisulisse arendusse ning ettevõtetele ei ole piisavalt sõnaõigust selles, kuidas ja mida õpetatakse. Uuringust selgus ka, et koolilõpetajate IKT, üld- ning erialased psühholoogia-, õiguse ja majandusalsed kompetentsid ei vasta tööandjate ootustele ning õppekavade sisus ja meetodikas ilmneb puudujääke.

KRP valdkonnas kasvab nn **baas-digioskuste ja valdkonna arengusuundadega seotud teadmiste** (sh andmetöötlus, teadmised andmekaitsest) olulisus, kuna tehnoloogia kiire areng ning automatiseerimise trend toob kaasa lihtsamate tööloikude ja -protsesside (nt kassatöö, kauba tellimine) automatiseerimise. Tehnoloogia areng seab tööandjatele ning ka õppeasutustele kohustuse tagada töötajaskonna kohanemine tehnoloogilise arenguga ning vastavasisuline täiendus- ning väljaõpe, et tagada ettevõtte jätkuv produktiivsus, efektiivsus ja konkurentsivõime. Vaatamata erinevate nutiseadmete ja sotsiaalmeedia kasutusoskusele ei ole piisavalt head ka noorte digipädevused ning oluliseks peetakse nende integreerimist erialaõppesse.

Eksperdid peavad töötajate puhul problemaatilisteks ka **väheseid üldoskuseid**, näiteks enese- ja ajajuhtimine, analüüsioskus, probleemilahendusoskus, loovus, kirjalik ja suuline eneseväljendusoskus, koostööoskus, müügioskus, muutustega kohanemine, avaliku esinemise oskus ja sotsiaalsed oskused. Tulenevalt töövormide ja töökultuuri jätkuvast arengust on tööturul üha olulisemaks muutumas üldoskused, mille arendamisega peaks veelgi aktiivsemalt tegelema juba üldhariduskoolis.

Valdkonna ekspertide hinnangul on vaja **algteadmiseid erinevatelt aladelt**, nagu ettevõtetus, õiguse alused (eriti tarbijaõigusest) ja maksupoliitika. Üha enam on vaja müügipsühholoogia alaseid kompetentse, et edukamalt luua kontakti, empaatiliselt tajuda kliendi vajadusi, teha paremaid müügitulemusi ning hakkama saada keerulistes teenindusolukordades.

Eelnevast tulenevad ettepanekud:

- 4.1. Valdkonna kutseõppeasutused kaasajastavad õpet, arvestades erinevate tööandjate vajadusi (ptk 6.4) ja uuendatud kutsestandardit, võttes arvesse käesolevas uuringuaruandes välja toodud arengutrende (ptk 2) ning valdkonna oskuste vajadust (ptk 4).

Eestvedaja: valdkonna kutseõppeasutused

Koostööpartner(id): ettevõtted, SA Kutsekoda

- 4.2. Eesti Teenindus- ja Kaubandustöötajate Ametiühing tõstab valdkonna töötajate teadlikkust erinevatest tasuta pakutavatest arvutikasutamise koolitustest (Haridus- ja Teadusministeeriumi „Täiskasvanuhariduse edendamine ja õppimisvõimaluste avardamine“ raames ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi „Digitaalse kirjaoskuse suurendamine“ meetme tegevuse raames).

Eestvedaja(d): Eesti Teenindus- ja Kaubandustöötajate Ametiühing

Koostööpartner(id): ettevõtted, Kaupmeeste Liit

Üldised tähelepanekud ja soovitused:

- Valdkonna arengut toetaks, kui üldharidusõppes ja kutseõppes õpetataks senisest suuremas mahus MS Excelit, mis on asendamatu vahend erinevatel positsioonidel töötavatele inimestele nii praegu kui ka tulevikus.
- Õppe läbiviimisel kasutavad nii kutse- kui rakenduskõrgkool senisest enam **interdistsiplinaarset õpet ning kaasaegseid õppemeetodeid, sh aktiivõppemeetodeid** (nt projekt- või probleemõpet, grupitöid, ümberpööratud klassiruumi), analüütilist mõtlemist arendavaid ülesandeid, praktilise suunitlusega ja avalikku esinemist nõudvaid ülesandeid ja e-õpet, mis aitavad noori tööturule suundujaid paremini ette valmistada.

5. KITSASKOHT: Valdkonna arengu takistuseks on puudus kaubandusvaldkonna spetsiifiliste kompetentside järele, nagu kategooriajuhtimine ja sisseost

Nii jae- kui hulgikaubandus vajavad järgnevatel aastatel üha enam töötajaid, kellel oleksid spetsiifilised teadmised ja oskused kategooriajuhtimisest ning sisseostust. Eksperdid näevad strateegilisel tasandil ostu- ja kategooriajuhtimise funktsiooni olulisust pigem kasvamas, kuid töökohtade arvule seab piirid kogemustega töötajate vähenenud hulk tööjõuturul. Üha süvenevaks trendiks on töötajate nn üle ostmine, mis kultiveerib ettevõtete vahelist ning ettevõttesisest ebastabiilsust ning pärsib tööandja motivatsiooni töötajate koolitamiseks. Mõlema kompetentsi puhul peab tõdema, et süvendatult ja piisavas mahus neid Eestis ei õpetata, lisaks on probleemiks kaubandusala kõrghariduse ja uurimistegevuse järjepidevuse katkemine ning kasvav vajadus välisekspertide kaasamiseks.

Uuringust selgub, et tihenevas konkurentsivõimeliseks ja ellujäämiseks muutuvad kategooriajuhtimise ja sisseostualased kompetentsid üha olulisemaks, mistõttu tuleks suurendada nende ainete osakaalu ja mahtu õppes. Samas ei pakuta eksperthinnangute kohaselt koolides piisavalt võimalusi kategooriajuhtimise ja ostujuhtimise kompetentside omandamiseks. Ka koolid on probleemina välja toonud sobivate õppejõudude ja õpetajate puuduse. Nende perspektiivist vaadates on peamiseks takistuseks asjaolu, et praktikud ei ole valmis õpetama n-ö teooriat.

Eelnevast tulenev ettepanek:

- 5.1. Lääne-Viru Rakenduskõrgkool loob valdkonna jätkuva arengu toetamiseks senise kaubandusökonomika õppekava asemel uue õppekava, kus on suurem roll kategooriajuhtimisel ja sisseostul.

Eestvedaja: Lääne-Viru Rakenduskõrgkool

Koostööpartner(id): ettevõtted

- 5.2. Kutseõppeasutused ja Lääne-Viru Rakenduskõrgkool teevad sisulisemat ja regulaarsemat koostööd erialavilistlastega, et neid kaasata õppetegevusse ning neist koolitada järelkasvu õpetajatele ja õppejõududele.

Eestvedaja(d): valdkonna kutseõppeasutused, Lääne-Viru Rakenduskõrgkool

Koostööpartner(id): ettevõtted, Kaupmeeste Liit, Eesti E-Kaubanduse Liit

Üldine tähelepanek:

-  **Töötajate erialases täienduskoolituses ning e-õppes (nt MOOC-id) osalemine** soodustab Eesti ettevõtetesse vastava erialase eksperditeadmise jõudmist.

6. KITSASKOHT: Praktikabaaside ja koolide vaheline koostöö on ebapiisav, mille tõttu kannatab praktika kvaliteet ja õppurite omandatavad praktilised oskused

Uuringutulemustest selgub, et koolid ning praktikabaasiks valitud ettevõtted ei tee enne õppurite praktikale suunamist piisaval määral koostööd, et tagada elementaarsed eeldused praktika edukaks sooritamiseks. Tööandjad näevad vajadust praktika mõõdetavate eesmärkide sõnastamiseks ning nende eesmärkide täitmise jälgimiseks, mis annaks hiljem ka praktikandile võimaluse uuele tööandjale praktika raames tehtut tutvustada kui konkreetset töökogemust. Probleemkohtadena on välja toodud ka näiteks seda, et kool ei tutvu enne praktika toimumist, kas vajalikke oskusi on valitud ettevõttes võimalik omandada ning kas on olemas pädevad juhendajad, kes tahavad ja jõuavad praktikandiga tegeleda. Koolide hinnangul on aga ettevõtete huvi praktikantide vastu madal, kuna sellega kaasneb lisakoormus ning harvad ei ole juhtumid, kui praktikakohast saadetakse õppur varem koju, sest talle ei ole tööd anda. Samuti ei maksta juhendajatele töötasu, mis aga pärsib omakorda asjalike ning huvitatud praktikajuhendajate olemasolu ja järelkasvu.

Eelnevast tulenev ettepanek:

- 6.1. Valdkonna ettevõtted ning õppeasutused teevad süsteemsemat ja regulaarsemat koostööd praktika sisulisemaks korraldamiseks, mh mõõdetavate eesmärkide selgemaks sõnastamiseks praktika eel, praktika eesmärkidest lähtuvate sobivate praktikakohtade leidmiseks, praktikale tagasiside andmiseks ja praktikajuhendajate koolitamiseks.

Eestvedaja(d): valdkonna kutseõppeasutused, Lääne-Viru Rakenduskõrgkool, ettevõtted

Koostööpartner(id): Kaupmeeste Liit

Kasutatud allikad

Arndt, A., Arnold, T. J., Landry, T. D. (2006). The effects of polychronic-orientation upon retail employee satisfaction and turnover. *Journal of Retailing*, No. 82, Vol. 4, pp. 319-330.

BigCommerce. (2017). Omni-Channel Retail in 2017. What Brands Need to Know and Modern Consumer Shopping Habits. <https://grow.bigcommerce.com/rs/695-JJT-333/images/the-omni-channel-selling-guide.pdf>

Booth, S., Hamer, K. (2007). Labour turnover in the retail Industry. Predictiong the role of individual, organisational and environmental factors. *International Journal of Retail and Distribution Management*. Vol.35, No. 4, pp. 289-307.

Breuer, N-L. (2000). Shelf Life. Keeping people in high-turnover industries is tough. *Workforce*, Vol. 79, No. 8, pp 28-31.

Chartered Accountants (2017). The Future of Trade. Are We Ready to Embrace the Opportunities? <https://www.charteredaccountantsanz.com/news-and-analysis/insights/future-inc/future-of-trade>

Dachs et al. (2016). EU wholesale trade: Analysis of the sector and value chains. The Vienna Institute for International Economic Studies. <https://wiiw.ac.at/eu-wholesale-trade-analysis-of-the-sector-and-value-chains-dlp-4101.pdf>

Deloitte. (2017). Disruptions in Retail through Digital Transformation. Reimagining the Store of the Future. Deloitte Touche Tohmatsu India LLP. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/CIP/in-cip-disruptions-in-retail-noexp.pdf>

European Commission. (2018). Measuring labour market tightness to improve the balance between labour demand and supply. Host Country Discussion Paper. French Statistical Office for Labour and Employment. (work in progress). <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1070&langId=en&newsId=9205&furtherN>

Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri koduleht. <http://ekka.archimedes.ee/>(12.07.2018)

Euroopa Komisjon (2016). The impact of ICT on job quality: evidence from 12 job profiles. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=16160

European Skills Council (2014). Report 2014. Employment and Skills. <https://www.eurocommerce.eu/media/113775/European%20Commerce%20Skills%20Council%20Report%202014.pdf>

Eljas-Taal, K. *et al* (2016). Jagamismajanduse põhimõtete rakendamine Eesti majandus- ja õigusruumis. technopolis. |group| ; Ernst & Young Baltic AS. <https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne.pdf>

EPSCO. (2017). Future of Work: Making It e-Easy. Conference materials. <https://www.eu2017.ee/political-meetings/future-work-making-it-e-easy>

ESPAS. (2013). The Global Economy in 2030: Trends and Strategies for Europe. <https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/The%20Global%20Economy%20in%202030.pdf>

Euroopa Liidu Nõukogu (2016). Isikuandmete kaitse üldmäärus. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_5419_2016_INIT&from=EN

Euroopa Liidu Teataja. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=ET>

European Retail in 2018. GfK study on key retail indicators: 2017 review and 2018 forecast. http://www.gfk-geomarketing.de/fileadmin/gfkgeomarketing/en/EN_European_Retail_Study_2018.pdf

Frank, P. (2000) New Ideas for Retaining Store-Level Employees. http://www.ccrcc.org/wp-content/uploads/sites/24/2014/02/New_Ideas_for_Retaining_Store-Level_Employees_2000.pdf

Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2013). The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

Friedman, S. (2013). Baby Bust: New Choices for Men and Women in Work and Family. Wharton Digital Press. <http://worklife.wharton.upenn.edu/research/life-interests-of-wharton-students/1992-and-2012/>

Good, L. K. et al. (1996). Assessing Hierarchical Differences in Job-Related Attitudes and Turnover Among Retail Managers. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 24, No. 2, 148-156.

Haridus- ja Teadusministeerium. Eesti elukestva õppe strateegia 2020. <https://www.hm.ee/sites/default/files/strateegia2020.pdf>

Ilmarinen, J. (2006). Towards a longer worklife!: Ageing and the quality of worklife in the European Union. Helsinki: Finnish Institute of Occupational Health : Ministry of Social Affairs and Health.

Jones, D. A., Skarlicki, D. P. (2003). The Relationship Between Perceptions of Fairness and Voluntary Turnover Among Retail Employees. Journal of Applied Social Psychology. Vol 33, No. 6, 126-1243.

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti Infoühiskonna Arengukava 2020. https://www.mkm.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/eesti_infouhiskonna_arengukava.pdf

Marr, B. (2015). Big Data: A Game Changer In The Retail Sector. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2015/11/10/big-data-a-game-changer-in-the-retail-sector/#6865dbc9f37c>

Mijhael, O. Pimentel, T. Consumer behaviour in E-Commerce. Millennials in the USA, Washington D.C area. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/104955/Orlando_Torrez.pdf?sequence=1

Morrell, K., Loan-Clarke, J. and Wilkinson, A. (2001). Unweaving leaving: the use of models in the management of employee turnover. International Journal of Management Reviews. Vol. 3 No. 3, pp. 219-244.

Nahal, S. Ma, B (2014). The Silver Dollar - Longevity Revolution Primer. Bank of America Merrill Lynch. <https://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/active-healthy-ageing/merrill.pdf>

OSKA personali- ja administratiivtöö ja ärinõustamise uuringuaruanne. Kutsekoda (2018). <http://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2018/06/Personali-administratiivt%C3%B6%C3%B6-ja-%C3%A4rin%C3%B5ustamise-uuring.pdf>

Ovum. (2016). The Future of E-Commerce: The Road to 2026. <https://www.criteo.com/es/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/ovum-the-future-of-e-commerce-the-road-to-2026.pdf>

Pimentel, O. M. T. (2015). Consumer behaviour in E-Commerce. Millennials in the USA, Washington D.C area. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/104955/Orlando_Torrez.pdf?sequence=1

Praxis. (2016). E-ekspordi edendamise kontseptsioon ja tegevuskava. http://www.praxis.ee/wp-content/uploads/2015/11/E-ekspordi_uuring.pdf

PWC (2017). The new retail ecosystem: From disrupted to disruptor. Six strategies for retailers. www.pwc.com/us/retaildisruption

Pärna, O. (2016). Töö ja oskused 2025. Kogumik. Tallinn: SA Kutsekoda. <http://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2016/04/Tulevikutrendid-1.pdf>

Reinhold, M. (2016). Täiskasvanute osalus elukestvas õppes. Haridus- ja Teadusministeerium. https://www.hm.ee/sites/default/files/haridusmin_taiskasvanute_osalus_30112016.pdf

Riigikantselei. (2013). E-äri ja e-kaubanduse kasutamine Eestis ja kasutamise laiendamise võimalused. https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne_-_e-ari_ja_e-kaubandus_1_6_avalik_2013.pdf

Riigikantselei. (2014). „Üldised kompetentsid“ – kvalifikatsiooniga seonduvad terminid. <http://www.kutsekoda.ee/fwk/contenthelper/10448381/10506333>

Riigikantselei. Konkurentsivõime kava Eesti 2020. <https://riigikantselei.ee/et/konkurentsivoime-kava-eesti-2020>

Sorescu, A. et al. (2011). Innovations in Retail Business Models. Journal of Retailing. Volume 87, pp S3-S16. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435911000340>

Statistikaamet. Haridus- ja koolitusvaldkondade liigitus 2013v1. http://metaweb.stat.ee/view_xml.htm?id=4072699&siteLanguage=ee

Statistikaamet. Statistikaameti rahvastikuproгноos vanuse ja soo järgi, variant 1

UK Commission for Employment and Skills (2012). Sector Skills Insight: Retail <http://dera.ioe.ac.uk/15964/1/evidence-report-53-retail.pdf>

University of Oxford (2014). Retail and Wholesale: Key Sectors for the European Economy. University of Oxford. https://www.eurocommerce.eu/media/87967/eurocommerce_study_v2_hd.pdf

Weber, K. M., Schaper-Rinkel, P. (2017). European sectoral innovation foresight: Identifying emerging cross-sectoral patterns and policy issues. *Technological Forecasting and Social Change*. Volume 115, pp 240-250. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162516302803>

World Economic Forum (2016). The future of jobs: employment, skills, and workforce strategy for the fourth industrial revolution. http://www3.weforum.org/docs/WEF_FOJ_Executive_Summary_Jobs.pdf

World Economic Forum. (2017). Shaping the Future of Retail for Consumer Industries. http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF_AM17_FutureofRetailInsightReport.pdf

World Trade Organization (2013). World Trade Report. Factors Shaping The Future of World Trade. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report13_e.pdf

World Trade Organization. <https://www.weforum.org/agenda/2018/06/from-blockchain-to-mobile-payments-these-technologies-will-disrupt-global-trade> (12.07.2018)

Äripäev. <http://www.kaubandus.ee/uudised/2018/04/25/home4you-haarab-latis-e-turgu-uudse-jaekaubanduslahendusega> (12.07.2018)

Äripäev. <https://www.aripaev.ee/juhtkiri/2018/02/14/lidli-tulek-raputab-jaekaubandusturgu> (12.07.2018)

LISA 1. Olulisemad mõisted

OSKA süsteemis kasutatavate mõistete allikad:

1. kehtivad õigusaktid (nt kutseseadus);
2. rahvusvahelised kokkulepped (nt klassifikaatorid);
3. oskuste rakkerühma eestvedamisel ekspertide ühistööna sõnastatud kokkulepped (sh Emakeele Seltsi keeleteimkond);
4. OSKA nõunike kogus sõnastatud kokkulepped.

AK ISCO on ametite klassifikaator, siinses töös viidatakse selle lühendiga klassifikaatori 2008. aasta versioonile 1.5b.

Amet, ametikoht *Occupation / Job* on tööülesannete kogum, mida isik täidab oma töökohal ja mille eest ta saab tasu. Ametinimetused ja kutsenimetused võivad kokku langeda.

Ametiala *Occupation* on sarnaste ametite kogum.

Ametirühm *Group of occupations* on sarnaste ametialade kogum ametite klassifikaatoris (AK).

EHIS on Eesti Hariduse Infosüsteem.

EKR on Eesti kvalifikatsiooniraamistik, raamistiku lühikirjeldus on leitav Kutsekoja veebilehel.

EMTAK NACE on Eesti majandustegevusalade klassifikaator, antud töös kasutatakse klassifikaatori 2008. aasta versiooni.

Eriala *Speciality* on teaduse, tehnika, kunsti vms kitsam, suhteliselt kindlamini piiritletud ala; spetsiaalala. Eriala seostub eelkõige õppimise ja õppekavaga, vahel spetsialiseerumisalaga õppekavas. Eriala nimetusena kasutatakse tegevusala nimetust (mitte tegijanime, nagu kutse puhul).

Hariduskvalifikatsioon *Educational Qualification* on õppeasutuse antud diplom, tunnistus või kraad, millega tõendatakse (või mis kinnitab) õppekavaga kehtestatud õpiväljundite saavutamist. Hariduskvalifikatsioonid jagunevad üldharidus-, kutseharidus- ja kõrghariduskvalifikatsiooniks.

Kompetents *Competency* on tegevuses väljenduv teadmiste, oskuste ja hoiakute kogum, mis on eelduseks teatava tööosa täitmisel. Kompetentsid jagunevad üldisteks ja kutsepetsiifilisteks kompetentsideks.

Kompetentsistandard *Competency standard* on kutsestandard, mis sisaldab ühte kompetentsi.

Kompetentsus *Competence* on edukaks kutsetegevuseks vajalike kompetentside kogum (asjatundlikkus).

Koordinatsioonikogu *Future Skills Council* põhiülesandeks on tööturu koolitustellimuse formeerimise protsessi juhtimine ja tasakaalu leidmine kutsetegevuse valdkondade vajaduste vahel. Koordinatsioonikogu moodustab vastutav minister seaduse alusel.¹³³

Kutseala *Profession* on samalaadset kompetentsust eeldav tegevusvaldkond. Sarnastel tegevustel põhinev, eri tasemel kompetentse eeldavate kutsete kogum. (Näide 1: kutseala – kokandus, kutsed –

¹³³ Koordinatsioonikogusse kuuluvad HTM-i, MKM-i, SOM-i, RM-i, ETKL-i, ETKK, TALO, EAK, Töötukassa, EAS-i ja Innove esindajad. Vastavalt ministri korraldusele on koordinatsioonikogu esimees HTM-i asekancler. Eristumise eesmärgil võib koordinatsioonikogu edaspidi kasutusele võtta kaubamärgi, nt tulevikuoskuste nõukogu vms.

abikokk, kokk, meisterkokk; näide 2: kutseala – müürsepatöö, kutsed – müürsepp, tase 3, müürsepp, tase 4). Kutseala kujuneb lähedaste ametite analüüsimise tulemusena.

Kutsekvalifikatsioon *Occupational qualification* on kvalifikatsioon, mis saadakse kutseeksami sooritamisel ja mille tase on määratud asjakohases kutsestandardis.

Kutsepetsiifilised kompetentsid *Specific hard skills* on tööosade ja tööülesannetega otseselt seotud kompetentsid. Need kompetentsid on madala ülekantavusega.

Üldised kompetentsid sisaldavad suures ulatuses kõikidele kvalifikatsioonidele ülekantavaid käitumuslikke kompetentse, mis on seotud hoiakutega ja inimese võimega oma oskusi rakendada (nt suhtlemine, kohanemine ja toimetulek). Samuti kuuluvad üldiste kompetentside hulka keskmise ja suure ülekantavusega teadmistel ja oskustel põhinevad kompetentsid (nt IKT-, õigus-, majandusalane ja keskkonnateadlikkus).

Kutsestandard *Occupational standard* on dokument, milles kirjeldatakse kutsetegevust ning kutsealaseid kompetentsusnõudeid.

Kutseõppeasutus *Vocational Educational Institution* on kool, kus on võimalik omandada kutseharidus (sünonüümina ka kutsekool).

Kvalifikatsioon *Qualification* on hindamise ametliku tulemusena tunnustatud kompetentsus. Kvalifikatsioonid jagunevad järgmiselt: hariduslikud kvalifikatsioonid (*Educational qualifications*) ja kutsekvalifikatsioonid (*Occupational qualifications*).

Kõrgkool *Institution of higher education* on kool, mis annab kõrghariduse (ülikool, rakenduskõrgkool jt).

Lisandväärtus on rahalises väljenduses toodang (teenused), millest on maha arvatud vahetarbimine.

OSKA *System for monitoring and anticipating labour market training needs* on tööjõu- ja oskuste vajaduse seire- ja prognoosisüsteem.

OSKA tuumikinfo *OSKA core information* on erinevate registrite, uuringute ja muude infoallikate andmete ning eksperthinnangute alusel koostatud i) ülduuringuaruanne – ülevaade Eesti tööturu olukorrast, tulevikuarengutest, tööjõuvajadusest ning sellest tulenevast koolitusvajadusest; ii) valdkonna uuringu aruanne – ülevaade valdkonna tööturu olukorrast ja trendidest, koolituspakkumisest ning tööjõu- ja oskuste vajadusest lähema 10 aasta vaates.

OSKA valdkond *Sector for labour market training needs monitoring and forecasting* on sarnaste majandustegevus- või kutsealade kogum, mille ulatuses koostatakse valdkonna tööturu koolitusvajadus ja tegutseb eksperdikogu.

OSKA väljundinfo *OSKA outcomes* moodustavad nii OSKA tuumikinfo kui ka selle alusel erinevatele sihtgruppidele erineva andmestruktuuri, vormi, stiili ja sõnastusega koostatud infopakettid.

Oskuste vajadus *Skills anticipation* on teave valdkonnas edukaks hakkamasaamiseks vajalikest olulistest kompetentsidest ning nende puudujääkidest töötajatel; kahaneva ja kasvava vajadusega kompetentsidest; tulevikuoskustest; kompetentsiprofiilide kirjeldamise vajadusest (ka kutsestandardite olemasolust).

RÜHL *ISCED* on rahvusvaheline ühtne hariduse liigitus. Siinses töös kasutatakse klassifikaatori versiooni, mis on kättesaadav (kuni 2016. aastani 1997. aasta versioon).

Tootlikkus e tööviljakus hõivatu kohta lisandväärtuse alusel – lisandväärtus jagatud tööga hõivatud isikute arvuga.

Tööjõuvajaduse prognoos *Labour demand forecast* on võimalikke tööturu arenguid arvestav ja töötajate vajadust kirjeldav arvuline hinnang – kui palju võiks olla vaja täiendavaid töötajaid erinevates OSKA valdkondades, ametirühmades ning haridustasemetel.

Tööjõuvajaduse seire *Monitoring of labour demand* on majanduses rakendatud tööjõu ning OSKA valdkondades esineva tööjõuvajaduse kohta andmete kogumine, analüüsimine ja avaldamine nii tervikuna kui ametirühmade, valdkondade ja haridustasemete kaupa, kasutades nii kvantitatiivseid kui kvalitatiivseid meetodeid.

Tööturu koolitusvajadus *Labour market training needs and the number of commissioned study places* on tööjõuvajaduse prognoosist ja oskuste vajadusest lähtuv OSKA valdkondade põhine ettepanekute ja soovitude kogum koolituskohtade planeerimiseks ja õppesisu arendamiseks erinevate haridusliikide ja -tasemete ning õppevaldkondade kaupa.

Varjatud takistus tööjõu järelkasvu tagamisel *Market failure in the context of OSKA* on olukord, kus vaatamata koolituskohtade olemasolule ja koolitustegevuse näilisele vastavusele koolitusvajadusele on valdkonnas tööjõu- ja/või vajalike kompetentside puudus.

Valdkonna eksperdikogu (VEK) *Sectoral skills council* on ekspertidest moodustatud komisjon, mille ülesandeks on OSKA valdkonnas tööturu koolitusvajaduse väljaselgitamine ja täitmise seire. Valdkonna eksperdikogu võib oma töö paremaks korraldamiseks (näiteks alavaldkonna koolitusvajaduse väljaselgitamiseks) moodustada töörühmi, kaasates sinna ka eksperdikogu väliseid liikmeid.

Valdkonna põhikutseala (PKA) *Main professions of a sector* on valdkonna toimimiseks olulise tähtsusega valdkonnaspetsiifilisi kompetentse eeldav kutseala.

Õppekavagrupp (ÖKG) on kõrgharidusstandardis kehtestatud liigitus, mis hõlmab õppesuundi või õppekavade rühmi ja mille alusel saab õppeasutus taotleda ja Vabariigi Valitsus anda õppeasutusele õiguse viia läbi kõrgharidustaseme õpet ning väljastada vastavaid akadeemilisi kraade ja diplomeid.

Õppekavarühm (ÖKR) on õppekavagrupi analoog kutsehariduses.

Lisa 2. KRP põhikutsealadesse hõlmatud ametialadel hõivatute arv ja jaotus tegevusalade kaupa (EMTAKi ja ISCO alusel)

Tabel L1. Hõivatute jaotus uuringus hõlmatud AK (ISCO) ja EMTAK-i koodide alusel (hõivatute arv seisuga 2014-2016 keskm)¹³⁴

ISCO kood	ISCO ametinimetus	G46 Hulgi- kaubandus	G47 Jae- kaubandus	N77 Rentimine ja kasutusrent*	S952 Tarbeesemete ja kodutarvete parandus	Tegevusalad väljaspool kaubandust, rentimist, parandust
1 221	Juhid müügi- ja turundusalal	1 210	800	20		1 820
1 420	Juhid hulgi- ja jaekaubanduses	4 040	8 390	20	10	1 980
1 439	Juhid mujal liigitamata teenuseid osutavates asutustes	60	40	160	40	
2 431	Reklaami ja turunduse tippspetsialistid	120	130	10		
2 433	Tehnika- (v.a info- ja kommunikatsioonitehnoloogia) ja meditsiiniseadmete müügi tippspetsialistid	250	40	10		260
3 322	Müügiesindajad	3 100	2 010	100	20	7 340
3 323	Varustajad	380	640			
3 432	Sisekujundajad ja dekoraatorid	20	540			
5 211	Kioski- ja turumüüjad	30	800			90
5 221	Väikepoepidajad	130	1 040			190
5 222	Müüjate vahetuseülemad	30	1 360			130
5 223	Poemüüjad	1 450	19 860	50	20	2 800
5 230	Kassapidajad ja piletimüüjad	50	2 080			800
5 244	Telefonimüügi agendid	40	190			
5 245	Tanklatöötajad	40	710			120
5 249	Mujal liigitamata müüjad	10	30	20		60
7 536	Kingsepad jms töötajad		10		130	
Kokku KRP põhikutsealadel hõivatuid		10 960	38 670	390	220	15 590
Tugitegevused ja lihttöö		7 990	13 140	740	560	
Kokku KRP tegevusaladel hõivatuid		18 950	51 810	1 130	780	
PKAde hõivatute osakaal tegevusala koguhõivest		58%	75%	35%	28%	

* (v.a N771 Mootorsõidukite rentimine ja kasutusrent)

¹³⁴ 2014–2016 keskmine töötajate arv OSKA alusandmestiku põhjal, kus tööjõu-uuringu hõiveandmed on ühendatud REL2011 ametialade andmestikuga

Lisa 3. Analüüsitud õppekavad¹³⁵

Tabel L3.1. Analüüsis vaadeldud kõrghariduse õppekavade täielik loetelu koolide järgi

Õppeasutus	Õppekava ID	Õppekava nimetus	Õppekava järgne õpe	Õppekavarühm
Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor	118637	Ettevõtte juhtimine	614 magistriõpe (3+2)	0419 Ärindus ja haldus, mujal liigitamata
	118657	Rahvusvaheline ärijuhtimine	614 magistriõpe (3+2)	0419 Ärindus ja haldus, mujal liigitamata
Eesti Maaülikool	414	Ökonoomika ja ettevõtlus	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
Estonian Business School	534	Rahvusvaheline ärijuhtimine MBA	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
	535	Rahvusvaheline ärijuhtimine, MA	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
	121737	Rahvusvaheline ärijuhtimine, MA	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
	127417	Äriinnovatsioon, MBA	614 magistriõpe (3+2)	0419 Ärindus ja haldus, mujal liigitamata
	188897	Juhtimine digitaalühiskonnas	614 magistriõpe (3+2)	0419 Ärindus ja haldus, mujal liigitamata
Lääne-Viru Rakenduskõrgkool	3285	Kaubandusökonoomika	514 rakenduskõrgharidusõpe	0416 Hulgi- ja jaekaubandus
Tallinna Tehnikaülikool	1995	Ärikorraldus	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
	1998	Rahvusvaheline ärikorraldus	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
	1999	Juhtimine ja turundus	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
Tartu Ülikool	3216	Strateegiline juhtimine	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus
	3257	Turundus ja finantsjuhtimine	614 magistriõpe (3+2)	0413 Juhtimine ja haldus

¹³⁵ Siinses lisas on kajastatud kõik kutse- ja kõrghariduse õppekavad, mida aruande koostamisel analüüsiti (õppekavad, kus viimase viie õppeaasta jooksul oli vastuvõetuid, õpilasi, katkestajaid või lõpetajaid). Õppekavade arv võib erineda peatükis 6.1 toodust, kuna seal vaadatakse praegu n-ö aktiivseid õppekavasid (st kus 2017/18. õppeaastal toimus vastuvõtt). Peatükis 6.4 analüüsitakse õppe kvaliteeti ja arenguvajadusi valdkonnaga otseselt seotud õppekavadel ehk hulgi- ja jaekaubanduse õppekavarühmas. Juhtimise ja halduse ning ärinduse ja halduse õppekavarühma kuuluvad õppekavad on KRP valdkonnaga kaudselt seotud, st pakuvad laiemat ettevalmistust ja annavad sisendit ka teistele valdkondadele. Nende õppekavarühmade lõpetajad on arvestatud KRP pakkumisse osaliselt.

Tabel L3.2. Analüüsis vaadeldud kutsehariduse õppekavade täielik loetelu koolide järgi

Õppeasutus	Õppekava ID	Õppekava nimetus	ÕKR uus koodiga	Õppeliik
Ida-Virumaa Kutsehariduskeskus	81208	Müügikonsultant	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	85476	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	119497	Müügikonsultant	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	119517	Müügikonsultant	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	145137	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	157249	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	157252	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
Järvamaa Kutsehariduskeskus	84562	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	85336	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	114398	Müüja (Toidukaupade müüja)	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe põhihariduse baasil
	134816	Müügikorraldaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	137779	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
	141865	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
Kuressaare Ametikool	81641	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	139160	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
Lääne-Viru Rakenduskõrgkool	80693	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	81053	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	84199	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil

	107884	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	134990	Müügikorraldaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
Narva Kutseõppekeskus	105244	Müügikonsultant	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	134894	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
	140948	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
Põltsamaa Ametikool	80842	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	85224	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
Pärnu Saksa Tehnoloogiakool	120860	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	152417	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
Pärnumaa Kutsehariduskeskus	84302	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	84531	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	105404	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	105405	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	116537	Müüja (Toidukaupade müüja)	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe põhihariduse baasil
	132577	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
	138917	Müügikorraldaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	141438	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe (kutsekeskharidusõpe)
	152717	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
Tallinna Majanduskool	80780	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	85552	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil

	139237	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
Tallinna Teeninduskool	81313	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	81337	Müügiesindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	81473	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	115862	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	134968	Müügiesindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	134969	Müügikorraldaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	134970	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
Tallinna Tööstushariduskeskus	81194	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	81195	Müügikonsultant rõiva-alal	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	84038	Müügikonsultant	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	121377	Müüja (spetsialiseerumisega rõivaalale)	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe põhihariduse baasil
	121397	Müüja (spetsialiseerumisega rõivaalale)	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	121398	Müüja (spetsialiseerumisega rõivaalale)	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	141437	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe (kutsekeskharidusõpe)
	141580	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
	184437	E-kaubanduse spetsialist	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
Tartu Kutsehariduskeskus	81298	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	103075	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	103078	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	103244	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	109327	Müügiesindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	109329	Müüja (Tööstuskaupade müüja)	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõppe keskhariduse baasil
	134457	Müügikorraldaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	138237	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe

	138979	Müügiesindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	141082	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe (kutsekeskharidusõpe)
	143838	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	185797	E-kaubanduse spetsialist	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
Valgamaa Kutseõppekeskus	81254	Toidu- ja esmatarbekaupade kaupluse müüja (osaoskutega müüja)	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe põhihariduse baasil
	104185	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe põhihariduse baasil
	104186	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	137357	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
Viljandi Kutseõppekeskus	120937	Müügikonsultant	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
Võrumaa Kutsehariduskeskus	83445	Ärikorraldus	0413 Juhtimine ja haldus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	115057	Müügikorraldus	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutseõpe keskhariduse baasil
	129077	Müügikorraldaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
	140779	Müüja-klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe
	151942	Ärikorralduse spetsialist	0413 Juhtimine ja haldus	5. taseme kutseõppe esmaõpe
Väike-Maarja Õppekeskus	103704	Müüja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	Kutsekeskharidusõpe
	130265	Müüja- klienditeenindaja	0416 Hulgi- ja jaekaubandus	4. taseme kutseõppe esmaõpe

Lisa 4. Koolituspakkumise määratlemine

Tabel L4. Õppekavade valikut ja koolituspakkumise moodustamist selgitav tabel

Põhikutseala	KRP valdkonnaga otseselt seotud õppekavad (valdkonna mõistes erialane õpe e valdkonnakeskne õpe). Arvestatud KRP pakkumisse täies mahus.	KRP valdkonnaga kaudselt seotud õppekavad (laiem ettevalmistus, st annavad sisendit ka teistele valdkondadele). Arvestatud KRP pakkumisse osaliselt.	Potentsiaalne koolituspakkumine õppekavarühma tasemel – arvestatud pakkumisse vastavalt empiirilistele seostele minevikus (REL2011) lõpetajate ja KRP ametialade vahel.
Müügi- ja turundusjuhid		Ärijuhtimise ja turundusega seotud magistriõppekavad (juhtimise ja halduse ning äriduse ja halduse ÕKRst)	
Juhid kaubanduses	Kaubandusökonoomika (RAK) Müügikorraldajad (KUT, tase 5) E-kaubanduse spetsialist (KUT, tase 4)		44 erineva õppekavarühma lõpetajad (BA+MA tasemelt topehtarvestuseta). 10 suurima osakaaluga ÕKRi (juhtimine ja haldus; turundus ja reklaam; õigus; psühholoogia; majandusteadus; majandusarvestus) on seotud 56%-ga kogupakkumisega ametialale.
Müügiesindajad - tehnika- (v.a IKT) ja meditsiiniseadmete müügi tippspetsialistid			14 erineva õppekavarühma lõpetajad (MA tasemelt, sh integreeritud õpe). 5 suurima osakaaluga ÕKRi (veterinaaria; farmaatsia; tervis, mujal liigitamata; mootorliikurid, laevandus ja lennundustehnika; teraapia ja taastusravi) on seotud 85%-ga kogupakkumisega ametialale.
Müügiesindajad	Müügiesindaja (KUT, tase 5)	Ärikorraldus(e spetsialist) (KUT, tase 5; turundus- ja müügispetsialisti spetsialireerumine)	43 erineva õppekavarühma lõpetajad (RAK tasemelt). 7 suurima osakaaluga ÕKRi (juhtimine ja haldus; mootorliikurid, laevandus ja lennundustehnika; majandusarvestus ja maksundus; äridus ja haldus, mujal liigitamata; transporditeenused;

			turundus ja reklaam; reisimine, turism ja vaba aja veetmine) on seotud 60%-ga kogupakkumisega ametialale.
Väljapanekute ja planogrammispetsialistid	Müügikorraldajad (KUT, tase 5)		5 erineva õppekavarühma lõpetajad (BA tasemelt; moe-, sise- ja tööstusdisain; kujutav kunst ja kunstiteadus; käsitöö; audiovisuaalsed tehnikad ja meedia tootmine; aiandus).
Tootejuhid	Kaubandusökonoomika (RAK) Müügikorraldajad (KUT, tase 5) E-kaubanduse spetsialist (KUT, tase 4)		
Müügikorraldajad	Müügikorraldajad (KUT, tase 5)		
Müüjad-klienditeenindajad	Müüja-klienditeenindaja (KUT, tase 4)		
Kaugmüügitöötajad (interneti- ja telefonimüük)			
Kingsepad			

Lisa 5. Tööjõunõudluse ja -pakkumise tasakaal

Tabel L5. KRP valdkonna tööjõunõudluse ja -pakkumise võrdlus

Ametirühm	Põhi- kutseala	Näited ametinimetustest	Eeldat av harid us- tase	Hõive 2014/ 16	Hõive muutu se suund ^a	Nõudlus: uue tööjõu vajadus aastast			Pakku- mise ja nõud- luse vahe	Pakkumine aastast Proгноositud lõpetajate arv tasemeharidusest aastast ^d (2014/15–2016/17 keskm. alusel)					Ekspertide hinnang nõudluse ja pakkumise tasakaalule
						Tööjõu- vajadus kokku ^b	sh kasvu/kah- anemis- vajadus	sh asendus -vajadus		Kokku (arvestades tööjõus osalemise määra)	KUT	RAK	BAK	MA	
Juhid	Müügi- ja turundus- juhid	Müügijuht, turundusjuht, brändijuht, e-kanalite ärijuht, e-ärijuht	7 MA	3 850	↗	77	31	46	8	84				96	Pakkumine tasemeharidusest ületab mõnevõrra nõudlust. Tööandjad tööjõupuuduse üle ei kurda. Turunduse ja ärijuhtimisega seotud erialad on ilmselgelt nii noorte kui ka juba töötavate inimeste hulgas populaarsed.
	Juhid kauban- duses	kommertsjuht, ostujuht, kategooriajuht, tootegrupijuht (vastutus sortimendi eest – strateegiline tasand, <i>sourcing</i>), piirkonnajuht, teenindusjuhataja, e- kaubanduse juht, jaemüügi juht, kaupluse juhataja, osakonnajuhataja	6–7 RAK, MA	14 440	→	181	0	181	-48	133	56	47	48		Pakkumine tasemeharidusest on märkimisväärses puudujäägis. Võimalus otseselt kaubandusalast kõrgharidust omandada on vaid ühel õppekaval, õppijateks on sageli juba valdkonnas rakenduvad inimesed. Tööandjad tunnetavad puudujääki eeskätt kategooriajuhtimisoskustega töötajatest. Väidetavalt on levinud praktikaks ka kogenud töötajate n-ö üleostmine. Suuremates rahvusvahelistes ettevõtetes antakse vastavaid oskusi ja teadmisi edasi ettevõttesiseste täienduskoolituste käigus. Koolitusi pakutakse mõningal määral ka erakoolitusturul. Nii hulgi- kui ka jaekaubanduses kasvavad juhid üldjuhul valdkonnast välja sobivate isikuomaduste ja kogemuse najal. Praktiline töökogemus madalamatel positsioonidel on tööandjate silmis kriitiline edutegur. Kui on tegemist laiemas vastutusalaga (nt piirkonnajuhtidel), eeldatakse lisaks ka kõrghariduse tasemel üldoskusi.
Juhtide kutsealad kokku				18 290	↗→	257	31	227	-40	217	56	47	144		

Spetsialistid	Müügi-esindajad	tootesindaja, müügiesindaja (meditsiini- ja farmaatsiatooted, tööstustooted, tehnika)	7 MA	560	↗→	9	2	7	8	17			19	Pakkumine tasemeharidusest (valdavalt LTT ja meditsiiniga seotud aladelt) ületab nõudlust. Tööandjad tööjõupuudust esile ei toonud, vaatamata ametialale kandideerijatele esitatavatest suhteliselt kõrgetest nõudmistest (lisaks esindatava tooterühma spetsiifikale vastavale kõrgharidusele ka vastava valdkonna töökogemus ja müügioskused).	
		kliendihaldur (<i>key account manager</i>), müügiedendaja, müügiagent, müügihaldur, müügiesindaja, müügikonsultant, müügiassistent, müügijärgse teeninduse konsultant	5–6 KUT, RAK, BAK	12 560	kaubanduses ↘ väljaspool kaubandust ↗→ Kokku ↘→	117	-20	137	6	123	51	89		Pakkumine tasemeharidusest ületab nõudlust. Tööandjad tööjõu nappuse üle ei kurda. Värbamisel eeldatakse varasemat ametialast töökogemust.	
	Väljapanekute ja plano-grammi-spetsialistid	kauba väljapanekute spetsialist, (vaateakende) kujundaja, dekoraaator, planogrammi spetsialist, <i>space manager</i> , <i>visual merchandiser</i> , kontseptsiooni-spetsialist	5–6 KUT, RAK, BAK	560	→	5	0	5	0	5	1	5		Pakkumine tasemeharidusest ja nõudlus uue tööjõu järele on statistiliselt tasakaalus, kuid tööandjad tunnetavad sobivate oskustega tööjõu puudujääki. Tööülesanded eeldavad teadmiste kombinatsiooni kategooriajuhtimisest ja turundusest lisaks analüüsi-, projektijuhtimis- ja kujundusoskusi. Puudust tuntakse mitte niivõrd kujundus- ja disainialasest ettevalmistusest, vaid just müügi- ja kaubandusvaldkonna spetsiifiliste teadmistega inimestest. Väidetavalt on selle ala parimad spetsialistid Eestis välja koolitatud rahvusvaheliste jaekettide poolt, tegemist on alaga, kus on levinud n-ö üleostmine.	
	Tootejuhid	tootejuht, (vastutus sortimendi eest - taktikaline/operatiivne tasand, <i>replenishment</i>), <i>brand manager</i> , tootespetsialist, hankespetsialist, ostuspetsialist, tootejuhi assistent, ostuassistent	5–6 KUT, RAK	1 020	→	10	0	10	-3	7	5	3		Nõudlus uue tööjõu järele ületab pakkumist tasemeharidusest. Ettevõtjad tunnetavad tööjõupuudust eeskätt toote- ja ostuspetsialistide puhul. Assistentide positsioonidele otsitakse tööjõudu enamasti selle perspektiiviga, et välja kasvatada toote-, ostu- ja kategooriajuhte.	
Spetsialistide kutsealad kokku				14 700	↘→	141	-19	160	11	152	57	92	5	19	

Teenindus- ja müügitöötajad	Müügi- korral- dajad	frantsiisivõtjad (kioskid), müügipunkti pidaja, väikepoepidaja müüjate vahetuseülem, vahetusevanem, vanem-müüja	5 KUT	2 900	→	18	0	18	-5	13	15			Nõudlus uue tööjõu järele ületab pakkumist tasemeharidusest. Ettevõtjad tunnetavad tööjõupuudust.
	Müüjad - kliendi- teenin- dajad	müügikonsultant, müüja, klienditeenindaja, rendiagent, florist tanklapoe müüja, kioskimüüja, võõrustaja, turumüüja	4 KUT	26 090	↘→	47	-78	125	8	55	62			Pakkumine tasemeharidusest ületab statistiliselt nõudlust. Tööandjad tunnetavad kõrge tööjõuvoolavuse taustal äärmiselt teravalt tööjõunappust, millega toimetulekuks värvatakse ilma erialase ettevalmistuseta inimesi ja koolitatakse ettevõttes välja.
		kassapidja- klienditeenindaja, infotöötaja, piletimüüja	täien- dus- kooli- tus	2 930	↓	-25	-38	13						Tasemehariduses ei pakuta kitsalt erialast ettevalmistust kassapidajatele. Tegemist on ühe mooduliga müüja-klienditeenindaja õppes. Vastavaid oskusi õpetavad tööandjad välja ka ettevõttes kohapeal.
	Kaug- müügi- töötajad (inter- neti- ja telefoni- müük)	kõnekeskuse klienditeenindaja (hulgi, e-kaubandus), e-keskkonna klienditeenindaja / konsultant, <i>help-desk manager</i> , kaugturundustöötaja, klienditeenindus- keskuse müüja, kõnekeskuse müüja, telefonimüügiagent	täien- dus- kooli- tus	230	↘	0	-2	2						Ettevalmistus tasemeharidusest puudub. Tegemist on tüüpilise n-ö <i>entry-level</i> positsiooniga hulgi- ja e-kaubanduses. Tööandjad tööjõupuudust esile ei toonud. Pigem tunnetavad E-kaubandusega tegelevad ettevõtjad sellele kutsealale kandideerijatest (ka praktikale soovijatest) pigem ülepakkumist. Populaarsuse põhjuseks on tõenäoliselt huvi e-kaubanduse n-ö kõõgipoole vastu.
Oskus-töötajad	King- sepad		täien- dus- kooli- tus	140	↓	0	-2	2						Kingseppi tasemehariduses ette ei valmistata. Enamasti õpitakse ameti kogenud meistri käe all. Tööjõupuudus on terav. Noorte huvi ameti vastu on pea olematu.
Teenindus- ja oskustöötajate kutsealad kokku				32 290	↘→	39	-120	159	29	68	77			
KRP valdkonna kutsealad kokku				65 280	↘→	437	-108	545	0	437				

* Väikesed erinevused summade ja liidetavate vahel tulenevad ümardamisest.

a Kasvu/kahanemisvajadust kirjeldavate noolte täpsem selgitus ptk-s 5

b Tööjõuvajadus kokku = kasvu/kahanemisvajadus + asendusvajadus

d Prognoositud pakkumine lähiaastatel e lõpetajate prognoos sisseastujate põhjal – muutus vastuvõtu näitajates (2012/14 vs. 2015/17) on üle kantud lõpetajate arvule (aluseks 2014/15–2016/17 keskmine), parema võrreldavuse huvides on koefitsiendina arvestatud ka tööjõus osalemise määra (88%) ja välditud lõpetajate topeltarvestust kõrghariduse astmete (MA, BAK) vahel.

Helesinisel taustal on välja toodud n-õ potentsiaalne kooolituspakkumine, mis ei ole valdkonnaga otseselt ega kaudselt seotud õpe. Aluseks on võetud minevikus kehtinud (REL2011 seisuga) empiirilised seosed lõpetajate ja ametialade vahel õppekavarühma tasandil. Tulemuste tõlgendamisel peab arvestama, et minevikus kehtinud seosed on vaikumisi tulevikku projitseeritud.

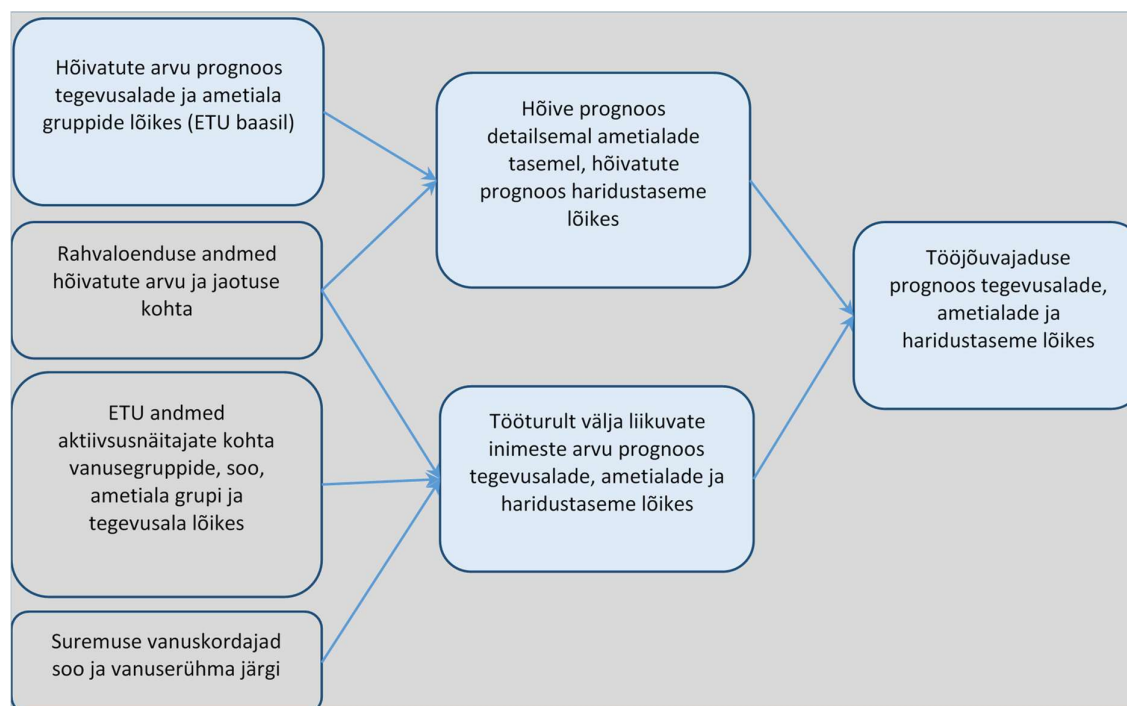
Allikas: REL2011, ETU, MKM-i tööjõuvajaduse prognoos, EHIS, autorite arvutused

Lisa 6. MKM-i prognoosi metoodika

Mario Lambing

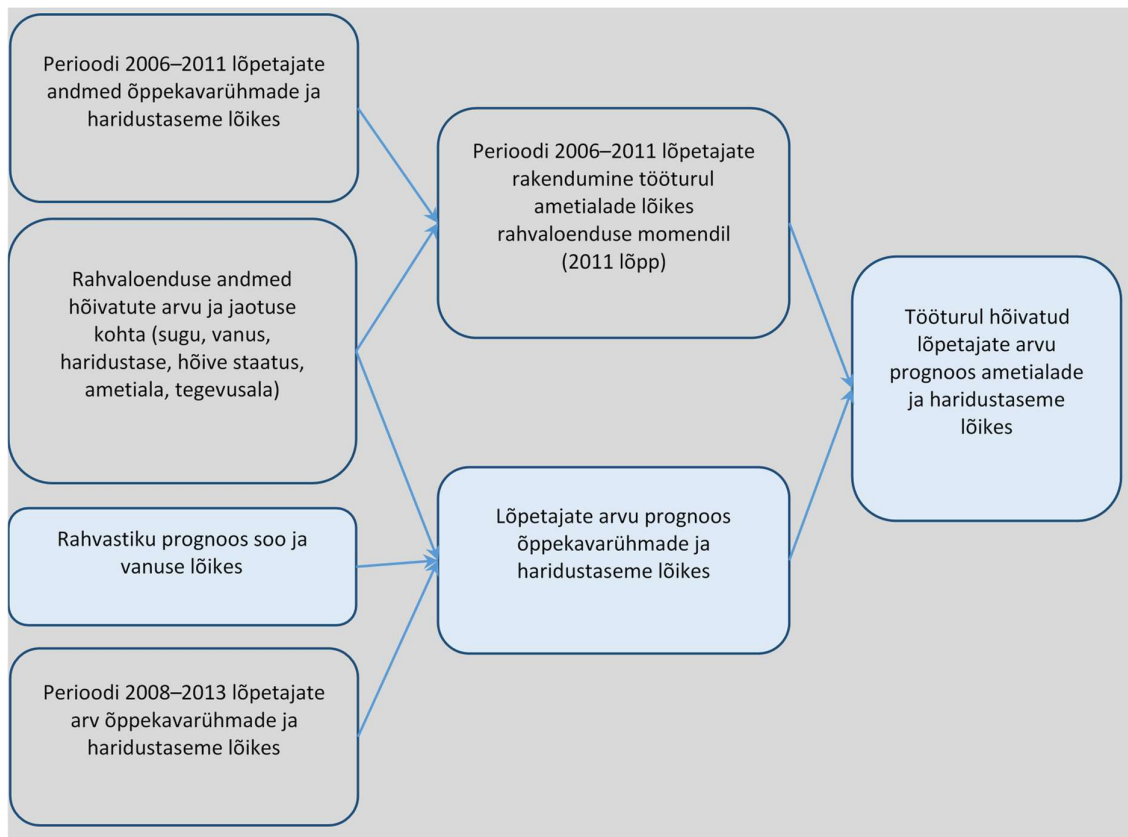
Prognoosi aluseks on peamiselt Eesti tööjõu-uuringu (ETU) andmed ning 2011. aasta rahvaloenduse tulemused. Hõivatute arv sisaldab ka välismaal töötajaid. Prognoosi põhimõtteline skeem on esitatud joonisel L6.1. ETU põhjal on prognoositud hõive muutusi tegevusalade ning viie ametiala grupi kaupa, sisend tuleb peamiselt Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi sektorianalüütikutelt. Prognoosi koostamisel on kasutatud minevikutrende, teiste (arenenud) riikide võrdlusandmeid, arengukavasid, sektori ja teiste riikide majandusandmeid, sektoriuuringuid, eksperthinnanguid jmt infot, mis analüütikute hinnangul võib olla abiks hõive prognoosimisel. Kuna ETU on valimiuuring, kus kitsamates lõigetes on valim väike, on hinnangute usalduspiirid üsna laiad, seda eriti väiksemate tegevusalade puhul. Andmete silumiseks on kasutatud kolme aasta libisevaid keskmisi näitajaid.

Tegevusalade ja viie ametiala grupi kohta tehtud hõive muutuse prognoos seoti rahvaloenduse detailsemate andmega. Eeldati, et ametialadel toimuvad muutused vastavalt tegevusalade ja ametiala gruppide tasemel prognoositud hõive kasvule või kahanemisele. Kui tegevusala hõivatute arvu puhul on aluseks ETU andmed, siis ametialade struktuuris on eeldatud, et rahvaloendusega saadud andmed on adekvaatsemad, ja on lähtutud neist. ETU andmeid on kasutatud ametialade gruppide tasandil toimunud minevikutrendide ja üldise tulevikuprognoosi koostamiseks.



Joonis L6.1. Tööjõuvajaduse prognoosi põhimõtteline skeem

Allikas: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tööjõuvajaduse prognoos



Joonis L6.2. Kutse- ja kõrgharidusega töötajate pakkumise prognoosi põhimõtteline skeem

Allikas: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tööjõuvajaduse prognoos

Tööturult välja liikuvate inimeste asendusvajaduse hindamise aluseks on rahvaloenduse põhjal leitud hõivatute sooline ja vanuseline struktuur ning ETU andmetele tuginevad elanike majandusliku aktiivsuse näitajad soo, vanuserühma ja ametiala grupi kaupa tegevusalati ning suremuse vanuskordajad soo ja vanuserühma järgi. Mineviku andmetele tuginedes on hinnatud, kui palju suureneb koos vanusega püsivalt tööturult eemal olemise tõenäosus. Selleks vaadatakse, kui suur osa inimesi mingis vanusegrupis konkreetse ametiala grupis mingil tegevusalal soo järgi on hõivest jäädavalt lahkunud (mitteaktiivsetel aluseks viimane töökoht), põhjuseks kas pensionile jäämine, haigus, vigastus või puue, ja kui suur on suremuse tõenäosus vanusegrupiti ja soo järgi ning kuidas muutub tulevikus pensioniiga.

Eeldatud on suremuse jätkuvat langust ning arvestatud on pensioniea tõstmisega. Suremuse languse puhul on üldiselt aluseks võetud kaks korda aeglasem olukorra paranemine kui minevikus, välja arvatud juhtudel, kui Eesti suremuse näitajad on juba lähedal Soome tasemele või seda saavutamas. Sellisel juhul on kasutatud aeglasema muutuse eeldusi. Pensioniea tõstmisel on aluseks võetud praeguseks vastu võetud otsused, mille kohaselt tõuseb vanaduspensioni iga järk-järgult aastaks 2026 65. eluaastani.

Tööturule sisenevate noorte arvu hinnangu aluseks on Statistikaameti viimane rahvastikuprognoos (26.02.2014, variant 1). Rahvaloenduse põhjal on hinnatud noorte haridusteed haridustasemete kaupa. Noorte hõive ja tööjõus osalemise määrad vanusegrupiti ja sooti pärinevad ETU-st ja teiste riikide vastavatest uuringutest.

Lõpetajate tööturul rakendumise hindamiseks ühildati viie aasta (2006–2011) kutse- ja kõrghariduse lõpetajate haridusandmed rahvaloenduse tulemustega (vt joonis L6.2). Ühildatud andmestik annab ülevaate, millise kõrgeima haridusega (haridustase, õppekavarühm) lõpetajad ja kui suur osa neist töötas konkreetsel ametialal 2011. aasta lõpu seisuga. Lisaks võeti arvesse võimalikke muutusi tulenevalt lõpetajate üldarvu vähenemisest ning hinnati, kui hästi katab kutse- ja kõrgharidusega lõpetajate arv vajadust kutse- ja kõrgharidusega töötajate järele tulevikus. Viimaste aastate kutse- ja kõrghariduse lõpetanute jagunemise põhjal ametialati hinnati, milline võiks olla tulevaste lõpetajate liikumine konkreetsetele ametialadele erinevatelt õppekavarühmadelt ja haridustasemetelt, kasutades nende hõive määra ja ametialadele liikumise proportsioonide paikajäämise eeldusi. Lõpetajate arv langeb prognoosi kohaselt tulenevalt nooremate vanusegruppide vähenemisest. Prognoositud liikumist ametialadele võrreldi ametialade tööjõuvajadusega kutse- ja kõrgharidusega töötajate järele. See tugineb peamiselt praegusele hariduslikule struktuurile, arvestamata seda, kas antud haridustase on ametialal nõutav või mitte. Haridustaset korrigeeriti juhtide, spetsialistide ja lihttöölise ametialadel. Juhtide ja spetsialistide puhul eeldati, et alg- ja põhiharidusega töötajate asendamisel nõutakse kõrgemat haridustaset, lihttöölistel aga piirduti kõrgharidusega töötajate asendamisel madalama haridustaseme nõudega. Võimaliku üle- või puudujäägi hindamisel on vaadeldud vaid ametialasid, tegevusala mõõde on kõrvale jäetud (ei vaadelda ametiala tegevusala spetsiifikat).

Oluline on silmas pidada, et prognoosis on kasutatud **mitmeid kitsendavaid eeldusi**, mida tuleb tulemuste tõlgendamisel arvestada. Paljudel juhtudel on aluseks võetud praegune struktuur – ametialad, haridustasemed, lõpetajate liikumine tööturule. Sisuliselt eeldatakse, et näiteks lõpetajate liikumine tööturule konkreetses majandussituatsioonis minevikus kandub edasi ka tulevikku, mis võib lõpetajate ette seada hoopis teisi võimalusi. Ka ei pruugi praegune töötajate formaalne haridusstruktuur vastata töökohal nõutavale, arvesse pole võetud ettevalmistust töökohal, täiendusega ümberõpet.

Üldisi trende (näiteks ametiala gruppide kaupa) on laiendatud ühteviisi teatud andmetele (kõigile mingi tegevusala ametiala gruppi kuuluvatele ametialadele). Arvesse pole võetud töötajate liikumist töökohtade vahel. Tööturult väljaliikumine tegevus- ja ametialati on seetõttu kallutatud viimase töökoha suunas, mis võib olla seotud vanusega.

Lisa 7. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi koostatud tööjõuvajaduse prognoos KRP valdkonnale

Kaubanduse valdkonna moodustavad järgmised tegevusalad:

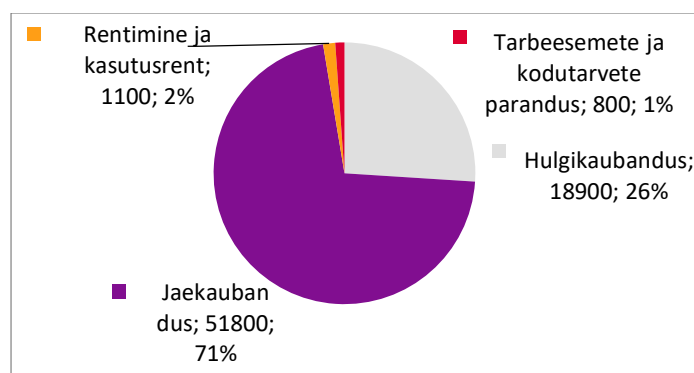
G46 Hulgikaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorrattad

G47 Jaekaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorrattad

N77 Rentimine ja kasutusrent (v.a N771 Mootorsõidukite rentimine ja kasutusrent)

S952 Tarbeesemete ja kodutarvete parandus

Kaubanduse valdkonnas on hõivatud üle 70 000 inimese ehk 11% kõigist hõivatutest. Majandusbuum tõi kaasa töökohtade arvu kasvu kaubanduses, kuid tänaseks on vähenenud nii sektoris hõivatute arv kui ka nende osatähtsus kogu majanduses. Viimastel aastatel on hõive püsinud üsna stabiilsena või isegi veidi kasvanud.



Joonis L7.1. Hõivatute arvu jagunemine kaubanduse valdkonnas tegevusalati, 2014–2016.
Allikas: Statistikaamet, Eesti tööjõu-uuring, Rahvaloendus 2011.

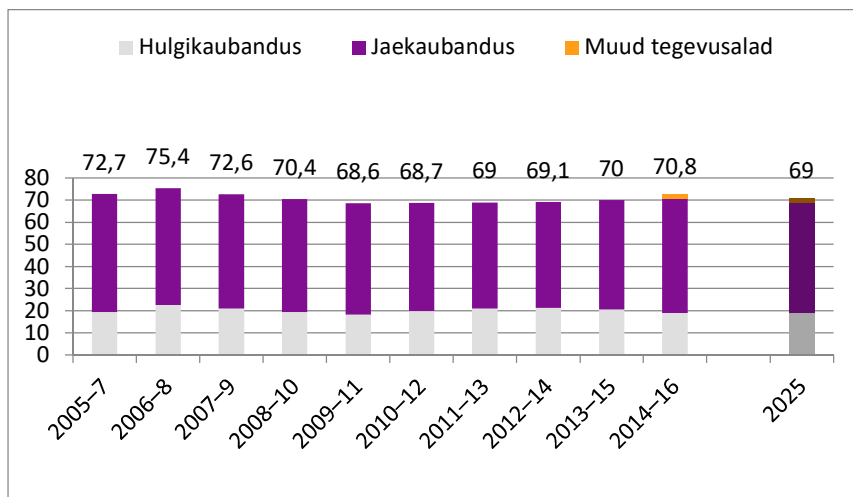
Kaubanduse valdkonnas tegutseb umbes 14 000 ettevõtet, sellest pool hulgikaubanduses ja peaaegu sama palju ka jaekaubanduses. Suuremad jaemüügiettevõtted Eestis on COOP (sinna kuuluvad Maksimarket, Konsum, A&O), Maxima Eesti OÜ, Tallinna Kaubamaja Grupp AS (Selver), AS Prisma Peremarket, Rimi Eesti Food AS ja AS OG Elektra. Eesti suhteliselt väike turg on küllaltki killustatud mitmete suurte kettide vahel ning keegi ei ole saanud turul domineerivat positsiooni. Hulgimüügis on suurema müügituluga ettevõteteks kütuse müüjad (ORLEN Eesti OÜ, Neste Eesti AS).

Eesti sisekaubandust on viimasel ajal iseloomustanud mitmed muutused. Tihe konkurents on toonud alla marginaalid, kuid sellest hoolimata jätkatakse laienemist. Peale Säästumarketite ümber ehitamist Rimideks on turul täitmata kõige soodsama hinnaklassiga poodide segment. See ei pruugi aga kauaks nii jääda, kuna järgnevatel aastatel on oodata sakslaste odavketi Lidl'i turule sisenemist.

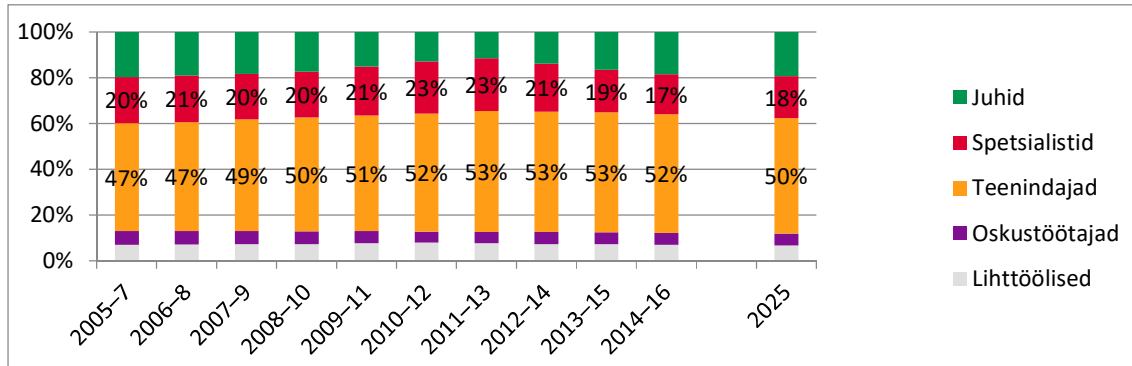
Suurem osa sektori töötajatest on hõivatud jaekaubanduses (üle 50 000 inimese). Prognoosi kohaselt langeb keskpikas perspektiivis hõivatute arv. Kallineva tööjõu asemel püütakse rohkem kasutada tehnoloogilisi vahendeid, näiteks iseteeninduskassasid, samuti mõjutab sektorit e-kaubanduse areng.

Ametialadest on kaubanduses kõige rohkem teenindajaid (ligi pool hõivatutest), sh poemüüjaid (jaekaubanduses umbes 40% hõivatutest, teistes allharudes tunduvalt vähem). Umbes 40%-l poemüüjatest on kutseharidus, sama paljudel aga üldkesk- või madalam haridus. Viimaste aastate kutse- ja kõrghariduse lõpetajatest on töötajaid tulnud rohkem kutseharidusest hulgi- ja

jaekaubanduse ning majutuse ja toitlustuse õppekavarühmadelt ning juhtimise ja halduse erialalt (rakenduskõrgharidus). Teenindajatest võib suuremate ametialadena välja tuua veel laoametnikud (laotöötajad, laohoidjad), müüjate vahetuseülemad, kassapidajad ja piletimüüjad, kelle hariduslik taust on üsna sarnane poemüüjatega.



Joonis L7.2. Hõivatute arv kaubanduse valdkonnas (kolme aasta keskmine, tuhandetes). Joonisel esitatud arvud näitavad hulgi- ja jaekaubanduse tegevusalal hõivatud inimeste arvu, ei sisalda muudel tegevusaladel töötavaid inimesi. Allikas: Statistikaamet, Eesti tööjõu-uuring, Rahvaloendus 2011; Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Tööjõuvajaduse ja -pakkumise prognoos.

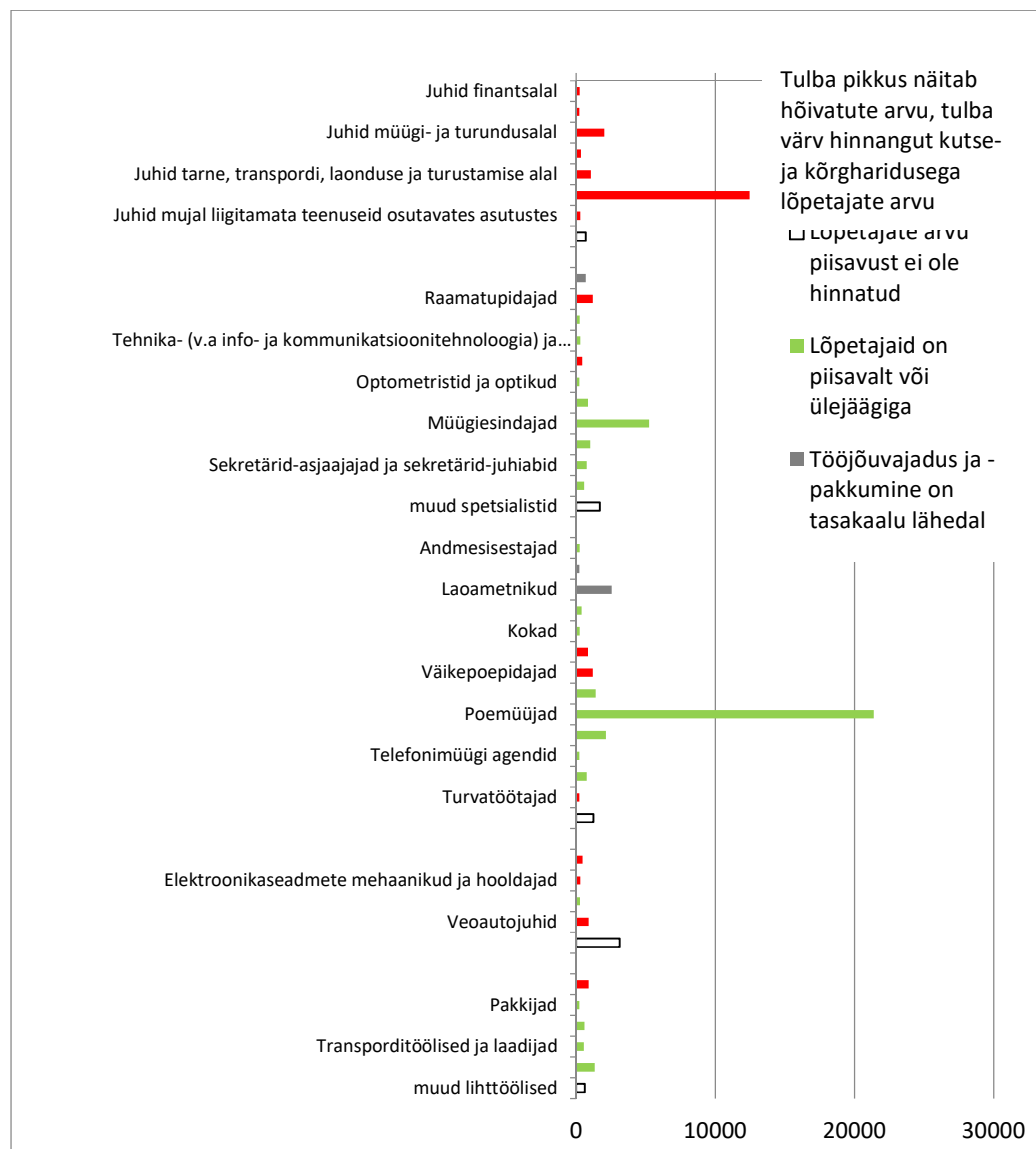


Joonis L7.3. Hõivatute jagunemine hulgi- ja jaekaubanduse tegevusaladel ametialagruppide lõikes (kolme aasta keskmine, %). Ei kajasta muudel tegevusaladel töötavaid kaubanduse valdkonna ametialasid. Allikas: Statistikaamet, Eesti tööjõu-uuring; Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Tööjõuvajaduse ja -pakkumise prognoos.

Kuna valdkonnas tegutseb arvuliselt palju ettevõtjaid, siis on küllaltki suur ka juhtide (eelkõige juhid hulgi- ja jaekaubanduses) arv. Kõige rohkem on juhte hulgi- ja jaekaubanduses akadeemilise kõrgharidusega (ligi 40%), ülejäänud jagunevad peaaegu võrdselt valdavalt kutse-, üldkesk- ja rakendusliku kõrghariduse vahel. Viimaste aastate lõpetajatest on ligi kolmandik tulnud ametialale tööle juhtimise ja halduse õppekavarühmast. Hulgikaubanduses kuuluvad suurema hõivega ametialade hulka lisaks eelnimetatutele veel laoametnikud (haridustaust mitmekesine). Tarbeesemete ja kodutarvete paranduses on arvuliselt kõige rohkem kingseppi jms töötajaid (kõige rohkem on esindatud kutseharidus).

Spetsialistide (ligi viiendik hõivatutest) seas on arvukamad ametialad müügiesindajad, varustajad (ligi pooltel kõrgharidus, ülejäänud jagunevad võrdselt kutse- ja üldkesk- või madalama hariduse vahel; lõpetajatest rohkem juhtimise ja halduse õppekavarühmast), apteekrid (kõrgharidus, farmaatsia) ning mitmesugused toetavate teenuste osutajad (raamatupidajad, sekretärid).

Kutse- ja kõrgharidusega töötajate ettevalmistus on enamikel olulisematel ametialadel arvuliselt piisav, puudujääk ilmneb pigem juhtivatel töökohtadel, mis nõuavad varasemat töökogemust.



Joonis L7.4. Peamised ametialad kaubanduse, rentimise ja paranduse valdkonnas 2014–2016 (hõivatute arv). Allikas: Statistikaamet, Eesti tööjõu-uuring, Rahvaloendus 2011; Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi arvutused (puuduva tegevusala jm mittetäielike andmete korrigeerimine, kaetuse indikaator)¹³⁶.

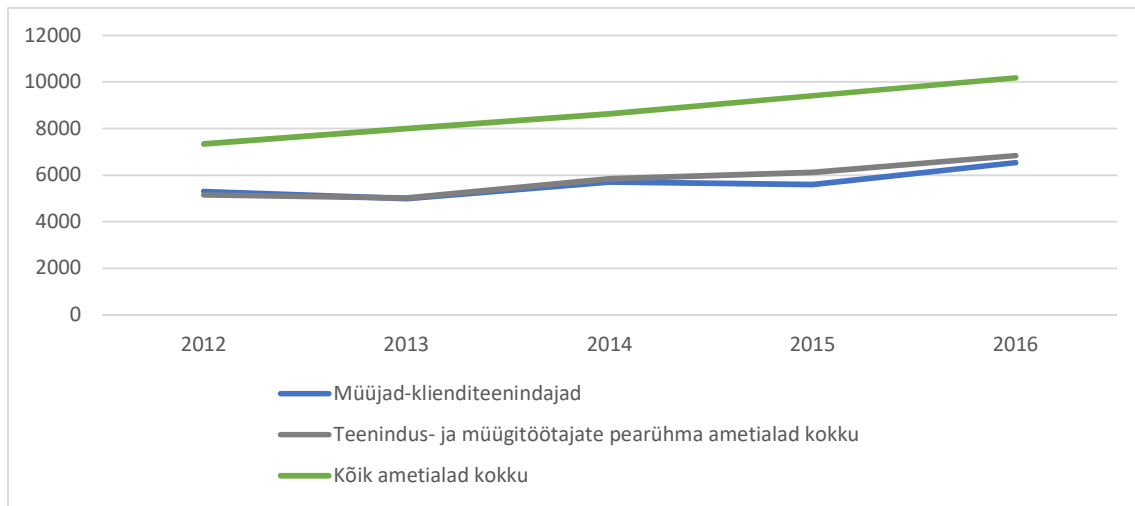
¹³⁶ Tasakaalu lähedaseks on hinnatud olukorda, kui kutse- ja kõrghariduse lõpetajatest ametialale jõudvate inimeste prognoositud arv aastani 2025 erineb hinnangulisest ametiala tööjõuvajadusest kuni 20%. Suuremat lahknevust on joonistel tähistatud võimaliku puudujäägina või lõpetajate arvu piisavusena.

Lisa 8. Keskmine brutotunnitasu KRP ametialade kaupa

Tabel L8. Keskmine brutotunnitasu KRP ametialadel 2010 ja 2014. Allikas: Uuring „Töötasu struktuur“ 2010, 2014 Statistikaamet, tabelid PA633; PA623, autorite arvutused.

KRP põhikutseala	Ametialad / ametiala pearühmad	2010 keskmine brutotunnitasu, eurot	2014 keskmine brutotunnitasu, eurot	Keskmise brutotunnitasu muutus 2010 vs 2014	Suhe ametiala pearühma keskmisesse, 2014	Suhe kõigi ametialade keskmisesse, 2014
	1 JUHID	8,0	8,5	6%		51%
Müügi- ja turundusjuhid	1221 Juhid müügi- ja turundusalal	11,7	9,0	-23%	5%	59%
Juhid kaubanduses	1420 Juhid hulgi- ja jaekaubanduses	6,7	6,8	2%	-19%	22%
	2 TIPSPETSIALISTID	6,6	7,5	13%		32%
Müügiesindajad	2433 Tehnika- (v.a info- ja kommunikatsioonitehnoloogia) ja meditsiiniseadmete müügi tippspetsialistid	10,4	8,5	-18%	15%	52%
	3 TEHNIKUD ja KESKASTME SPETSIALISTID	5,2	6,3	21%		11%
Müügiesindajad	3322 Müügiesindajad	5,6	7,2	28%	15%	28%
Tootejuhid	3323 Varustajad	5,0	6,0	19%	-5%	6%
Sisekujundajad ja dekoraatorid	3432 Sisekujundajad ja dekoraatorid	3,6	5,1	40%	-19%	-10%
	5 TEENINDUS- ja MÜÜGITÖÖTAJAD	2,9	3,6	23%		-36%
Müügikorraldajad	5221 Väikepoepidajad	2,1	2,5	20%	-31%	-56%
Müügikorraldajad	5222 Müüjate vahetuseülemad	3,5	4,2	22%	17%	-25%
Müüjad -klienditeenindajad	5211 Kioski- ja turumüüjad	2,1	2,3	7%	-37%	-60%
	5223 Poemüüjad	2,8	3,4	25%	-4%	-39%
	5230 Kassapidajad ja piletimüüjad	2,7	3,2	18%	-11%	-43%
	5244 Telefonimüügi agendid	5,0	5,3	6%	47%	-6%
	5245 Tanklatöötajad	2,7	4,2	57%	18%	-25%
	5249 Mujal liigitamata müüjad	3,6	4,5	25%	24%	-21%
	7 OSKUSTÖÖTAJAD ja KÄSITÖÖLISED	4,2	5,2	24%		-7%

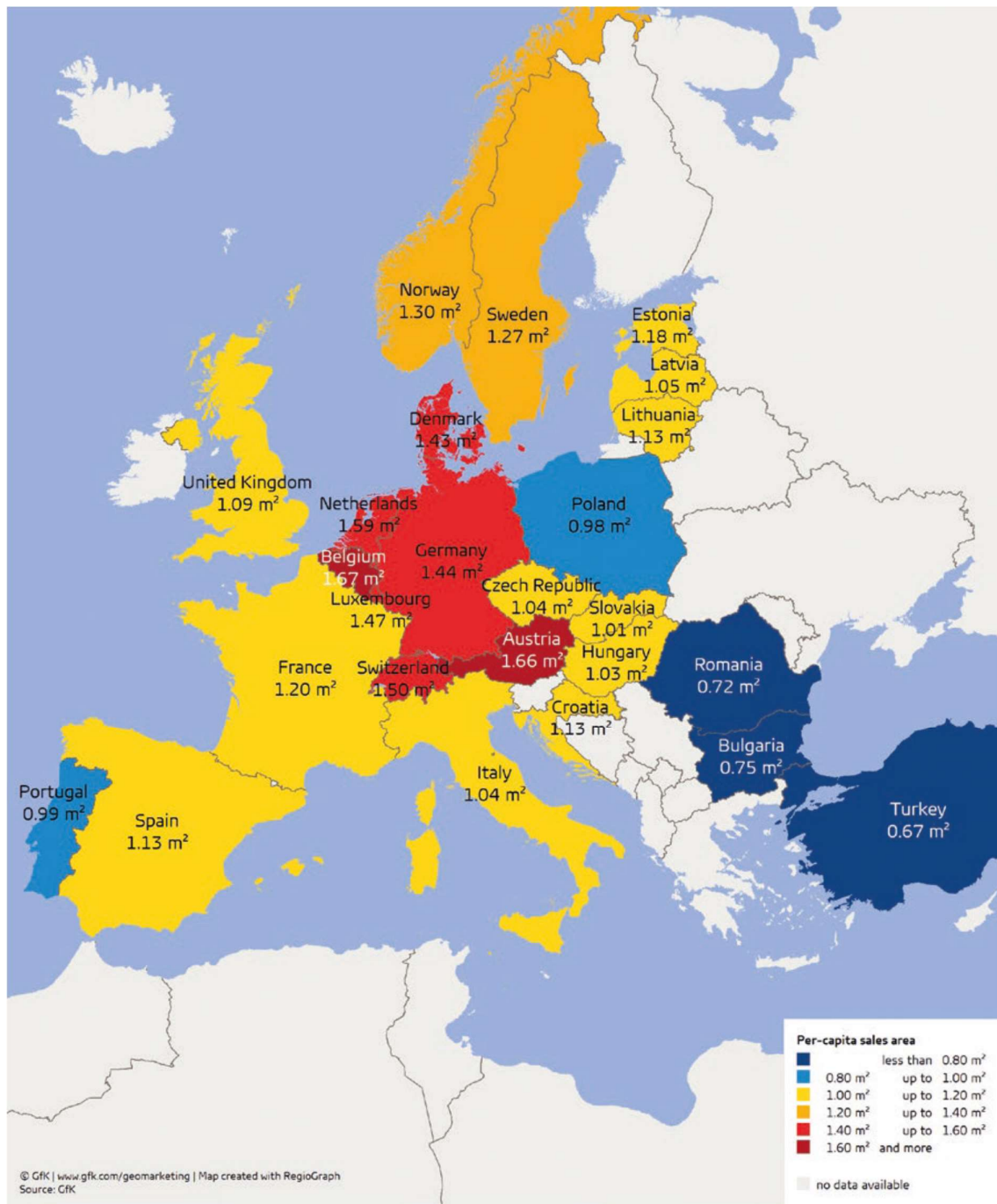
Kingsepad	7536 Kingsepad jms töötajad	3,3	4,0	18%	-25%	-30%
	KÕIGI AMETIALADE KESKMINE	4,8	5,6	18%		



Joonis L8. Müüjate-klienditeenindajate mediaansissetulek (bruto) aastast¹³⁷ 2012–2016 võrdluses kõigi ametialadega ja teenindus- ja müügitöötajate pearühma ametialadega. Allikas: Eesti Sotsiaaluuring, Statistikaamet.

¹³⁷ Tulemuste tõlgendamisel peab arvestama, et näitajad ei ole taandatud täistööajale (ei arvesta töökoormust).

Lisa 9. Kaubanduspind elaniku kohta, riikide võrdlus



Joonis L9. Kaubanduspind per capita riigiti 2017.a. Allikas: GfK¹³⁸

¹³⁸ European Retail in 2018. GfK study on key retail indicators: 2017 review and 2018 forecast. http://www.gfk-geomarketing.de/fileadmin/gfkgeomarketing/en/EN_European_Retail_Study_2018.pdf

Lisa 10. Ekspertintervjuu kava

Intervjueeritavad: valdkonna ettevõtteid esindavad eksperdid.

Intervjuu kestus 2–2,5 h.

Intervjuu eesmärk:

- kirjeldada alavaldkonna arengutrende;
- kinnitada alavaldkonna põhikutsealade jaotus;
- selgitada välja vajalik haridustase põhikutsealati;
- kirjeldada võimalikud õpiteed;
- selgitada välja tööjõu- ja oskuste vajadus põhikutsealade kaupa.

Avaküsimused (sissejuhatus valdkonda/alavaldkonda, mille teemadel hakkame rääkima)

- Kirjeldage KRP valdkonna lähiaastate arenguid, mis võiksid mõjutada töötajate arvu ja oskuste vajadusi.
- Millised on teie arvates peamised globaaltrendid, mis KRP valdkonna tulevikku mõjutama hakkavad?
- Kui tõenäoliselt peate valdkonna maailmatrendide ilmumist Eestis? Kas on mõni neist trendidest, mis võiks enim hakata mõjutama valdkonna arengut Eestis? (Millised on kõige mõjukamad suundumused? Millist mõju nad võiksid avaldada ettevõtete igapäevasele tööle (teie ettevõtte näitel))?
- Kui tõenäolineks te neid muutusi peate? Millise ajaperspektiiviga need muutused võiksid ilmneda?

Põhiküsimused

Põhikutsealad (ametirühmad)

- Milliseid ametialasid võib teie ettevõtte tegevusalal lugeda n-ö **võtmeametiteks** (kõige olulisemateks ametiteks ettevõtete arengu seisukohalt)? Mille tõttu just need ametid välja tõite? Milliseid **tööülesandeid** inimesed nendel positsioonidel täidavad?
- Millised ametialad on teie hinnangul lähiajal kasvutrendis? Mille tõttu?
- Millised on teie valdkonna n-ö tulevikuametid (olulisuse kasv, võimaldavad suuremat lisandväärtust luua vms)?
- Millised kutsealade järele vajadus väheneb? Mille tõttu?
- Kas kasvavatel kutsealadel on töötajaid piisavalt leida? Kuidas tööjõudu värvatakse?

Oskuste vajadus

- Millised on valdkonna põhikutsealadel edukaks hakkamasaamiseks olulised oskused? Mille tõttu just need välja tõite? Kui võimalik, siis eristada üld- ning erialased oskused. Kust need oskused peaksid tulema – taseme- või täiendõppes?
- Milliste oskuste osas on eeldada muutusi? Milliste järele vajadus kasvab? Milliste järele kahaneb?
- Milliseid oskusi tänastel töötajatel napib (kui on võimalik, siis eristada värsked kooli lõpetajad)? Kus ja kuidas neid oskusi omandada (tasemeõppes/täiendõppes, ettevõttes kohapeal)?

Haridustasemed ja õppekavad

- Millistest koolidest / millistelt õppekavadelt / erialadelt tulevad teie ettevõtte (laiemalt kaubanduse valdkonna) (tipp)spetsialistid ja juhid?
- Klienditeenindad ja müügitöötajad (kuivõrd oluliseks peate eriharidust)?

- Põhikutsealade lõikes – millistel õppekavadel ja millistel õppetasemetel omandatakse peamised kompetentsid/oskused valdkonna võtmeametitel?
- Milliste koolide/valdkondade erialade (õppekavade) lõpetajaid näete eelistatuna? / Millise haridusliku taustaga tööjõudu värbamisel eelistate? Miks?
- Millise haridusliku ettevalmistusega inimesi teie konkurssidel kandideerib?
- Mis eriala lõpetajad (peale teie esimese eelistuse) veel sobivad siia tööle?
- Millise haridusega inimesi võiks rohkem olla?
- Millised valdkonna õppekavad (koolid) ei taga piisavat ettevalmistust (töötajate arv, oskused)?
- Võimalusel tooge palun välja ebakõlad praeguse ja soovitava olukorra vahel (nt õpetatakse liiga kõrgel või madalal haridustasemel).
- **Millised on teie viimase aja kogemused värske koolilõpetajatega?** (Millised on ettevõtte **ootused tulevasele tööjõule?**)
- Millised oskused ja teadmised nendel inimestel olema peaks?
- Millised oskused on teie arvates koolilõpetajatel heal tasemel?
- Millised oskused võiksid olla paremad?
- Kas nad on omandanud haridussüsteemis sellised oskused ja teadmised, nagu teie ettevõttes tarvis on?
- Kas sobiva haridusega inimesi on põhikutsealadele lihtne või raske leida (täpsustada põhikutsealati)?

Täiendus- ja ümberõpe

- Oma töötajate täienduskoolitus – milliseid (**täiendus**)**koolitusi** peab ettevõtte oluliseks pakkuda?
- Kas on täiendusõpet (juurde õppimine, värskendatakse oskusi), mida ei pakuta (ei pakuta piisava kvaliteediga), aga võiks Eestis pakkuda?
- Mil määral võiks ümberõpe olla lahenduseks uute vajalike oskustega inimeste värbamisel?
- Millistel kutsealadel on võimalik rakendada ümberõpet (asutusepõhine, Töötukassa poolt pakutavad kursused jne)? Milliste erialade esindajatega on teie ettevõtetel reaalne kogemus? Milliste valdkondade/erialade lõpetajaid eelistaksite ümberõppes?
- Millisena näete soovivat täiendusõpet võtmeametitel (millised võimalused on vajalikud)?
- Kas teie ettevõttel on olemas kogemus koostööst koolidega/Töötukassaga, milline on see olnud?
- Kes peaks teie arvates korraldama ümberõppe, kas riik või ettevõtte ise?

Karjääriteed (põhikutsealade kaupa)

- Milline praktiline töökogemus on vajalik selleks, et omandada võtmeametitel edukaks töötamiseks vajalikud kompetentsid (lisaks tasemeõppes omandatud baasharidusele)?
- Millise taustaga inimesed veel sobivad siia tööle? Töökogemus, huvid, eeldused?
 - Millised on karjäärivõimalused põhikutsealadel?
 - Millelt saab sellele töökohale soovi korral liikuda?
 - Millele saab sellelt töökohalt soovi korral edasi liikuda?
- Millised ametid sobivad **ümberõppeks** (st sektoritevaheline liikumine)?

Koostöö koolidega, töötukassaga (praktikandid vms)?

- Kas teie ettevõttel on olemas kogemus koostööst koolidega/Töötukassaga? Milline on see olnud?

Kutsestandardid/kutsetunnistused/sertifikaadid

- Millised need on ja miks need on vajalikud? Kas ja miks tööandja tähtsustab / millise eelise annab?

Milliseid muudatusi on vaja teha haridussüsteemis, et lõpetajate oskused vastaksid paremini tööandjate vajadustele?

Täiendavad teemad (vajadusel)

Kas soovite mingit teemat veel omalt poolt täiendada (nt mida seni ei ole käsitletud, kuid mis on oluline välja tuua)?

Lisa 11. Intervjueeritute nimekiri

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. AS AbeStock | Raivo Kokmann, Ago Raudsepp |
| 2. AS Infotark | Sigrid Õige |
| 3. AS OG Elektra | Toivo Murakas |
| 4. Circle-K Eesti AS | Kai Realo |
| 5. CRAMO ESTONIA AS | Moonika Lassur |
| 6. Eesti Teenindus- ja Kaubandustöötajate Ametiühing | Elle Pütsepp |
| 7. Elmaksi Hulgikaubandus AS | Piret Sults |
| 8. Eugesta Eesti AS | Katrin Charles |
| 9. EVELEKT HULGI OÜ | Mait Mäesalu |
| 10. Expert Eesti OÜ | Piret Sults |
| 11. Ideal OÜ | Madis Sinijärv |
| 12. Invaru OÜ | Enn Leinuste |
| 13. Kaubanduse kutsekomisjon, EKL | Marika Merilai |
| 14. Kaup24 | Rauno Kristjan |
| 15. KLIK EESTI AS | Kaire Koik |
| 16. Mediq Eesti OÜ | Aare Järvelaid |
| 17. Overall Eesti AS | Märt Haamer, Tõnis Haamer |
| 18. Paulig Coffee Estonia AS | Mehis Nurmetalu |
| 19. Puumerkki AS | Gea Liblik |
| 20. R-Kiosk | Piret Aess, Silvia Uus |
| 21. Sanitex OÜ | Kristjan Täht |
| 22. Selver AS | Kristi Lomp |
| 23. Tallinna Kaubamaja AS | Erkki Laugus |
| 24. Tallinna Majanduskool | Indrek Jänes |
| 25. Tartu Kutsehariduskeskus | Edda Sõõru |
| 26. TKM King AS | Tiit Mägi |
| 27. Viisk ja Pastel OÜ | Olga Umda |
| 28. ÜLEMISTE CENTER OÜ | Guido Pärnits |

Lisa 12. Valdkondliku eksperdikogu liikmed

Tööandjate esindajad:

1. Igor Grudkin (Tallinna Kaubamaja AS)
2. Külliki Koppel (Coop Eesti Keskühistu)
3. Signe Kõiv (E-kaubanduse Liit)
4. Maarika Lember (Circle K Eesti AS)
5. Katrina Ninepu-Roosaar (Kaupmees ja KO AS)
6. Nele Peil (Eesti Kaupmeeste Liit)
7. Ivar Pikk (Espak AS)
8. Kristi Pukk (Bauhof Group AS)
9. Kaire Tero (Rimi Eesti Food AS)
10. Külli Uhs (Baltika AS)
11. Miia Rohtmets (Prisma Peremarket AS)

Õppeasutuste esindajad:

12. Aive Antson (Tallinna Teeninduskool)
13. Heve Kirikal (Lääne-Viru Rakenduskõrgkool)
14. Kaie Pärn (Pärnumaa Kutsehariduskeskus)
15. Mike Wahl (Tallinna Tehnikaülikool)

Avaliku sektori esindajad:

16. Külli All (Haridus- ja Teadusministeerium)
17. Madis Ehastu (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium)
18. Anu Moosel (SA Innove)
19. Kadi Rebassoo (Haridus- ja Teadusministeerium)
20. Karin Ruul (Haridus- ja Teadusministeerium)