

# OSKA trendikaardid. Tööjõu- ja oskuste vajadust mõjutavad tulevikutrendid 2030

## Igapäevaelu nutistub veelgi

### Trendi mõju avaldumine

1. Varem veebis läbiviimiseks ebatõenäolised või võimatuna tundunud **sündmused** leidsid COVID-19 kriisi ajal **veebis oma alternatiivi** ning eeldatakse nende jätkuvat kasutamist ([CB Insights, 2020a \[1\]](#)).
2. Uued tehnoloogiad **muudavad inimeste omavahelise suhtlemise viise** ja suhtluskeelt ([Pärna, 2016 \[2\]](#)).
3. **Sotsiaal- ja multimeedia levib massiliselt**, traditsioonilise meedia osakaal väheneb ([Pärna, 2016 \[3\]](#)).
4. Internet meediana eelistab tekstile järjest enam **videot, animatsioone ja muid visuaalse kommunikatsiooni vahendeid** ([Pärna, 2016 \[4\]](#)).
5. **Kasvab virtuaal- ja platvormitöö osatähtsus** ([Krusell jt, 2020 \[5\]](#)). COVID-19 tõstis kaugtöö tegijate arvu, kaugtöö osakaal võrreldes COVID-19 eelse ajaga saab olema suurem ([World Economic Forum, 2020c \[6\]](#); [Singhal ja Sneader, 2021 \[7\]](#)). (Mõju selgitust vaimsele tervisele vaata trendides [Väärtusmaailm teiseneb](#) > [Paindlikum töö- ja õpimaailm](#) ning > [Keskendumine füüsilisele ja vaimsele tervisele](#).)
6. **Sotsiaal- ja multimeedia sisu loojad** ja kasutajad **mõjutavad arvamuste kujunemist** ([Pärna, 2016 \[8\]](#)).
7. **E-kaubandus kasvab**, mida omakorda hoogustas COVID-19 pandeemia ([Väät, 2021b \[9\]](#)).
8. **Tänu äpi- ja pilvepõhisele tarkvarale ja arenduste kättesaadavusele** saavad inimesed hallata oma terviseinfot ning seada individualiseeritud eesmärgid ([Sohnemann jt, 2020 \[10\]](#)).
9. Toimub **võrgusisese ja võrguvälise maailma ühinemine**, kus virtuaalmaailma elemendid leiavad väljundi reaalmaailmas ([CB Insights, 2021a \[11\]](#)).
10. **Nutikad seadmed kiirendavad klienditeenindusprotsessi ning muudavad toodete ja teenuste tarbimise mugavamaks** ([Krusell jt, 2020 \[12\]](#)). 5G ja asjade internet võimaldavad jagada infot, mida on tarvis nutika linna ([These Are The 5G..., 2021 \[13\]](#)) ja nutika kodu efektiivseks toimimiseks.
11. Viimase paarikümne aasta jooksul on toimunud **suurte digiplatvormide esiletõus**, mis mõjutab laialdaselt paljusid eluvaldkondi ([Arengliseire Keskus, 2020b \[14\]](#)).

Vaata lisaks megatrendi [Digitehnoloogia ulatub kõikjale](#).

---

### Trendi mõju töökohtadele

1. McKinsey Global Institute'i uuringu järgi on maailmas **20% töötajatest võimelised töötama distantsilt, seejuures efektiivsust kaotamata** ([Singhal ja Sneader, 2021 \[15\]](#)).
2. **Kaugtöö osatähtsuse kasv suurendab valikut sobiva tööjõu järele**, kuna üha vähem hakkab töökohta asukoht sõltuma elukohast ([Rosenblad jt, 2020 \[16\]](#)).
3. **Kaugtöö avardab riigisisese tööhõive võimalusi**, st ka kaugemate piirkondade elanikud saavad kandideerida suuremates linnades asuvatele töökohtadele ([Rosenblad jt, 2020 \[17\]](#)).
4. **Kaugtöö levik on tööhõivet vähendav tegur tegevusaladel**, mis on seotud kontorite ja kontoritöötajate teenindamisega (toitlustus, kinnisvarahaldus jne) ([Rosenblad jt, 2020 \[18\]](#)).

5. **Sotsiaal- ja multimeedia massiline levik loob uusi töökohti** digiturunduse, virtuaalkanalite sisuloome ja -halduse, kliendikommunikatsiooni (nt virtuaalsed assistendid ja klienditoed) jm valdkondades ([Mets ja Viia, 2019 \[19\]](#)).

Vaata lisaks megatrendi [Digitehnoloogia ulatub kõikjale](#).

---

## Trendi mõju oskustele

1. Meediasisu tarbijal on vaja **oskust eristada väärinfot tõesest** ([Pärna, 2016 \[20\]](#)). Nii töötajatele kui ka juba koolis tuleks kasuks õpetada meediakirjaoskust ning kriitilist mõtlemist ([EY, 2020 \[21\]](#)). Nii töö- kui ka eraelu infovahetusele aitab kaasa, **kui mõista uue meedia suhtlemisvorme ning osata kasutada uue meedia kanaleid**.
2. **Uue meedia sisuloomes osalemiseks** on vaja mitmekülgseid teadmisi ja oskusi videomaterjali tootmisest, digitaalsest animatsioonist, laiendatud reaalsusest, mängudest, meedia sisu toimetamisest jms (vt ka [Pärna, 2016 \[22\]](#)).
3. **Virtuaalsete meeskondade organiseerimine ja juhtimine** on eraldi oskus ([Eamets, 2018 \[23\]](#)). Uue meedia võimalusi saab kasutada ettevõttes töö korraldamisel ning kommunikatsioonis klientidega ([Pärna, 2016 \[24\]](#)).
4. Virtuaalsete ostu- ja müügikanalite ning võimaluste kasvav rakendamine toob esile **vajaduse e-turunduse oskuste** järele ([Pärna, 2016 \[25\]](#); [Singhal ja Sneader, 2021 \[26\]](#)).
5. Privaatsus tõuseb fookusesse ([CB Insights, 2021a \[27\]](#)). Teadmised sotsiaal- ja multimeedia toimumisviisidest aitavad privaatsust hoida ([EY, 2020 \[28\]](#)). **Laiema digikirjaoskuse tõstmine** aitab elanikkonnal kasulikult ja ohutult kasutada digilahendusi, sh kasutada riigi digiteenuseid ([Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, 2021 \[29\]](#)). Euroopa Parlament on fikseerinud vajaduse elanikkonna digioskuste ja -teadmiste täiendamiseks ([Euroopa Regioonide Komitee, 2021 \[30\]](#)).
6. On vaja **tõsta IKT-oskusi** ([Pärna, 2016 \[31\]](#)), sh tõstab kaugtöö oluliseks teadlikkuse küberturvalisusest ([CB Insights, 2020a \[32\]](#)). Vajalik on kaugtöövahenditega kohanemine, sh näiteks COVID-19 kriis nõudis hakkamasaamist väga kiirelt ([World Economic Forum, 2020c \[33\]](#)).
7. **Kaugtööplatvormid, sotsiaal- ja uusmeedia kasutus** loovad efektiivsust, samas eeldavad ka head enese- ja ajajuhtimist ([Pärna, 2016 \[34\]](#)).

Vaata lisaks megatrendi [Digitehnoloogia ulatub kõikjale](#).

---

## Trendi mõju ühiskonnale, majandusele, haridusele

1. Kasvab interneti teel osutatavate teenuste maht ([Pärna, 2016 \[35\]](#)). Kuna kliendid lähevad veebi, peavad ka ettevõtted sinna kolima, mis eeldab **uute äri- ja hinnastamismudelite väljatöötamist** ([Singhal ja Sneader, 2021 \[36\]](#)), e-teenuste loomist ning nende mugavat kasutamisevõimalust nutiseadmetes.
2. Virtuaal- ja liitreaalsuse (**VR/AR**) **tehnoloogia rakendamine kaubanduses** võib anda fänniefekti läbi kaasahaaravama kogemuse ([CB Insights, 2021a \[37\]](#)).
3. Teadlikult toodetud väärinfo ja võltsingud viivad ettevõtte vajaduseni **tagada autentsus**, et hoida klientide usaldust ja kaitsta kaubamärgi mainet ([EY, 2020 \[38\]](#)).
4. Sotsiaalmeediaplatvormid peavad üha enam **ohjama vihakõnet ja ekstremiste** ([CB Insights, 2021a \[39\]](#)).
5. Sotsiaalmeedia tasuta teenuse eest maksavad tarbijad oma käitumisandmetega. **Andmetest on saanud uus vara**. ([EY, 2020 \[40\]](#))

6. **Kaugtöö vajab häid kaugtöövahendeid**, mis toob võimalusi digitoodete arendajatele. Kaugtöövahendid ise omakorda eeldavad **investeerimist küberturvalisusesse**. ([CB Insights, 2020a \[41\]](#))
7. **Kaugtöö kohustuslikkus võib tekitada uusi ebavõrdseid olukordi tööpraktikas seoses digiühendustega** ([World Economic Forum, 2020c \[42\]](#)). On oht digilõhe suurenemiseks, sest väiksema digipädevuse ja jõukusega elanikkond marginaliseeritakse veelgi ([Rosenblad jt, 2020 \[43\]](#)).
8. Euroopa Parlament loob **meetmeid veebiplatvormide reguleerimiseks**, et vältida tarbijatele ja konkurentsile tekitatavat kahju ([Euroopa Regioonide Komitee, 2021 \[44\]](#)).
9. COVID-19 pandeemia näitas **digilahenduste (hoogsamat) kasutusvõimalust sellistes valdkondades ja juhtudel** nagu telemeditsiin, teraapia ja nõustamine, veebiõpe, virtuaalsed assistendid ehk juturobotid, kontaktivabad maksed, sh liikus ka muu maailm kontaktivabade pangateenuste suunas. Toidukaupade müüki üle veebi hakkasid pakkuma ettevõtted, mis seda varem ei teinud. Eakad inimesed õppisid digitehnoloogiat kasutama lähedastega suhtlemiseks. Virtuaalõppe vajadus tõi võimalusi haridustehnoloogiat arendavatele ettevõtetele. ([CB Insights, 2020a \[45\]](#))
10. **Edukamad on need ettevõtted**, kel on võrgustike kaudu juurdepääs ressurssidele (nt informatsioonile, inimestele) ([Eamets, 2018 \[46\]](#)).

Vaata lisaks megatrendi [Digitehnoloogia ulatub kõikjale](#).

---

## Allikad

[1.](#) [32.](#) [41.](#) [45.](#) CB Insights (2020a). **24 Industries & Technologies That Will Shape The Post-Virus World**. Kasutatud 18.03.2021, <https://www.cbinsights.com/research/report/industries-tech-shaping-world-post-covid/>

[2.](#) [3.](#) [4.](#) [8.](#) [20.](#) [22.](#) [24.](#) [25.](#) [31.](#) [34.](#) [35.](#) Pärna, O. (2016). **Töö ja oskused 2025. Ülevaade olulisematest trendidest ja nende mõjust Eesti tööturule 10 aasta vaates**. Tallinn: Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/uuring/8131-2/>

[5.](#) [12.](#) Krusell, S., Rosenblad, Y., Michelson, L., Lambing, M. (2020). **Eesti tööturg täna ja homme 2019–2027. Ülevaade Eesti tööturu olukorrast, tööjõuvajadusest ning sellest tulenevast koolitusvajadusest**. Terviktekst. Tallinn: Kutsekoda, OSKA. Kasutatud 11.06.2021, <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2020/05/T%C3%B6%C3%B6j%C3%B5uprognosis-2019-2027-terviktekst.pdf>

[6.](#) [33.](#) [42.](#) World Economic Forum (2020c). **The Future of Jobs Report 2020**. Geneva: WEF. Kasutatud 22.02.2021, [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf)

[7.](#) [15.](#) [26.](#) [36.](#) Singhal, S., Sneader, K. (2021). **The next normal arrives: Trends that will define 2021—and beyond**. McKinsey & Company, 4. jaanuar. Kasutatud 17.02.2021, <https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/the-next-normal-arrives-trends-that-will-define-2021-and-beyond>

[9.](#) Väät, T. (2021b). **Juunikuu e-kaubanduse mahtude kokkuvõte**. Eesti E-kaubanduse Liit. Kasutatud 6.09.2021, <https://www.e-kaubanduseliit.ee/uudised/juunikuu-e-kaubanduse-mahtude-kokkuvote>

- [10.](#) Sohnemann, N., Uffrecht, L. M., Hartkopf, M. C., Kruse, J. P., Noellen, L. M. (2020). **New Developments in Digital Services.** Study for the committee on the Internal Market and Consumer Protection, Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament, Luxembourg. Kasutatud 31.03.2021, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648784/IPOL\\_STU\(2020\)648784\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648784/IPOL_STU(2020)648784_EN.pdf)
- [11.](#) [27.](#) [37.](#) [39.](#) CB Insights (2021a). **12 Tech Trends To Watch Closely In 2021.** Kasutatud 10.03.2021, <https://www.cbinsights.com/research/report/top-tech-trends-2021/>
- [13.](#) **These Are The 5G Trends To Watch In 2021.** (2021). CRN, 1. veebruar. Kasutatud 2.04.2021, <https://www.crn.com/news/networking/these-are-the-5g-trends-to-watch-in-2021?itc=refresh>
- [14.](#) Arenguseire Keskus (2020b). **Globaalsed jõujooned 2035. Stsenaariumid ja tähendus Eesti jaoks.** Tallinn: Arenguseire Keskus. Kasutatud 31.03.2021, [https://www.riigikogu.ee/wpcms/wp-content/uploads/2020/02/2020\\_globaalsed-joujooned\\_aruanne.pdf](https://www.riigikogu.ee/wpcms/wp-content/uploads/2020/02/2020_globaalsed-joujooned_aruanne.pdf)
- [16.](#) [17.](#) [18.](#) [43.](#) Rosenblad, Y., Tilk, R., Mets, U., Pihl, K., Ungro, A., Uiboupin, M., Lepik, I., Leemet, A., Kaelep, T., Krusell, S., Viia, A., Leoma, R. (2020). **COVID-19 põhjustatud majanduskriisi mõju tööjõu- ja oskuste vajaduse muutusele.** Uuringuaruanne. Tallinn: SA Kutsekoda, tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteem OSKA. <https://bit.ly/3CNDiSA>
- [19.](#) Mets, U., Viia, A. (2019). **Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele - kultuur ja loometegevus: etenduskunstid, käsitöö, museoloogia, muusika, raamatukogundus, sport.** Uuringuaruanne. Tallinn: SA Kutsekoda.
- [21.](#) [28.](#) [38.](#) [40.](#) EY (2020). **Are you reframing your future or is the future reframing you? Megatrends 2020 and beyond.** EYQ 3rd edition. Kasutatud 30.04.2021, [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en\\_gl/topics/megatrends/ey-megatrends-2020-report.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/megatrends/ey-megatrends-2020-report.pdf)
- [23.](#) [46.](#) Eamets, R. (2018). **Mis suunas areneb tulevikumajandus ja mis oskusi siis vajatakse?** Riigikogu Toimetised 37, 31:42. Kasutatud 22.03.2021, <https://rito.riigikogu.ee/wordpress/wp-content/uploads/2018/06/Eamets.pdf>
- [29.](#) Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium (2021). **Eesti digiühiskond 2030. Valdkonna arengukava. Arengukava tööversioon.** Kasutatud 17.05.2021, [https://mkm.ee/sites/default/files/eesti\\_digihiskond\\_2030.pdf](https://mkm.ee/sites/default/files/eesti_digihiskond_2030.pdf)
- [30.](#) [44.](#) Euroopa Regioonide Komitee (2021). **Digitteenuste õigusakt ja digiturgude õigusakt.** Töödokument. Majanduspoliitika komisjon, ECON-VII/012.