

TARTU ÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Annika Helimets

TÖÖOTSIMISKANALITE KASUTAMINE EESTI ERI AMETIKOHTADE
TÖÖOTSIJATE SEAS EESTI PALGAINFO AGENTUURI 2023. AASTA KEVADE
KÜSITLUSE ANDMETEL

Bakalaureusetöö

Juhendaja: lektor Anne Aidla

Tartu 2024

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

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
1. Tööotsimisprotsessi ja -kanalite olemus	5
1.1. Tööotsimisprotsessi mõiste ja selle näitajad	5
1.2. Tööotsimiskanalite valimine	11
2. Tööotsimiskanalite valimine Eesti eri ametikohtade töötajate näitel Palgainfo Agentuuri andmete põhjal	14
2.1. Valimi ja meetoodika tutvustus	14
2.2. Palgainfo Agentuuri andmetest tulenevad tulemused ja järeldused töötajate valimise kohta.....	17
Kokkuvõte.....	30
Viidatud allikad.....	33
LISA A.....	37
LISA B	38
LISA C	39
Summary	41

Sissejuhatus

Töötsimine on protsess, millega on kokku puutunud iga täiskasvanud inimene, kes on kunagi endale uut töökohta otsinud, või nooruk, kes alles alustab karjääriteed. Sellel teekonnal võivad inimesed seista silmitsi eri probleemidega, nagu puudulikud teadmised värbamisest, vähe tutvusi või hoopis töövõimaluste teabe kogumine valedest kanalitest. Töötsijad leiavad uusi tööpakkumisi tööportaalide kaudu. Kuidas jõuavad need kuulutused õigete inimesteni?

Statistikaameti andmetel oli 2023. aasta kolmandas kvartalis töötuid ehk aktiivseid töötsijad 7,3% kogu tööealisest rahvastikust (Statistikaamet, 2023). See on viimase üheksa aasta kõrgeim tulemus. Sellest kõrgem töötuse määr oli viimati 2014. aastal. See näitaja üha kasvab ning paneb värbajaid ja tööandjaid mõtlema, kuidas tugevaid kandidaate tööle meelitada ning milliseid kanaleid nende otsimiseks kasutada.

Töötades suures ettevõttes (umbes 2700 töötajat), mis värbab iga aasta sadu töötajaid, on autoril tööalane huvi aru saada, mis töökuulutamiskanaleid eri ametikohtade töötsijad enamasti kasutavad. Näiteks IT-sektori töötajad võivad kasutada hoopis teisi kanaleid kui põllumajandussektori töötajad. Selge on see, et ettevõttel ei tasu värvata töötajaid kanalites, mida tema sektori töötsijad ei kasuta. Või vastupidi, ettevõtte ei tea, mis kanalid on populaarsed, ja jääb seetõttu headest kandidaatidest ilma. Muid samalaadseid uuringuid, mille keskmes oleks aktiivsed Eesti töötsijad, varem tehtud ei ole. Mitmes allikas on keskendunud just tööandja vaatele ehk on uuritud, kuidas saaks värbamist automatiseerida ning mis kanalitesse nad soovivad oma vahendeid panustada (Russo *et al.*, 2000; Hamza *et al.*, 2021; Potočnik *et al.*, 2021).

Siinse töö eesmärk on välja selgitada, milliseid töötsimiskanaleid kasutavad Eesti aktiivsed eri ametikohtade töötsijad, tuginedes Eesti Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud küsitluse andmetele.

Eesmärgi täitmiseks püstitatakse järgmised ülesanded:

- uurida töötsimise määratlusi ja analüüsida neid;
- selgitada välja töötsimise põhielemendid ja analüüsida neid;
- uurida muude uuringute põhjal töötsimiskanalite populaarsust eri sihtrühmade seas;
- korrastada Eesti Palgainfo Agentuuri andmed, tuginedes oma eesmärgile;
- uurida eri töötsimiskanalite populaarsust Eesti aktiivsete töötsijate seas;
- analüüsida tulemusi, seostada neid teooriaosaga ning teha järeldusi sellest, milliseid töötsimiskanaleid eri ametikohtade töötsijad kasutavad.

Bakalaureusetöö on jaotatud kaheks osaks: teooria ja empiiriline osa. Teoreetilises osas analüüsitakse kõigepealt tööotsimisprotsessi üldmõistet, tuginedes teadusartiklitele, ning selgitakse välja tööotsimisprotsessi mõjutavad tegurid ja võrreldakse neid. Lisaks vaadeldakse tööotsimisprotsessi kui tervikut ning tehakse kindlaks, milline on iga näitaja tähtsus kogu protsessis. Teooriaosa teises alapunktis uuritakse tööotsimiskanaleid eri sihtrühmade seas, võttes aluseks varasemad uurimistööd. Samuti selgitatakse välja nende kanalite populaarsus tööotsijate seas. Selle osa juurde tullakse hiljem tagasi, et teha järeldusi töö empiirilises osas. Empiiriline osa koosneb metoodikast, kus kirjeldatakse valimi kujunemist neljas etapis vastavalt näitajatele, mida soovitakse uurida, ja tutvustatakse statistilist analüüsi, täpsemalt kirjeldava statistika meetodit. Teist alapunkti iseloomustab uuringu tulemuste kirjeldamine, järelduste esitamine ja ilmnunud piirangute arutelu.

Enamasti oli võimalik tutvuda kõikide allikate originaalidega, kuid kaks põhiallikat polnud internetis kättesaadavad ja seetõttu on töös mitmes kohas kaudviited.

Autor tänab oma töö juhendajat Anne Aidlat, kes on töö kirjutamisel palju abiks olnud, ja Kadri Seederit, tänu kellele sai autor kasutada Eesti Palgainfo Agentuuri andmeid.

Tööd iseloomustavad järgmised märksõnad: töötsimine, tööotsimisstrateegiad, töökuulutamiskanaliid, ametikohad, tööotsimiskanaliid.

1. Töotsimisprotsessi ja -kanalite olemus

1.1. Töotsimisprotsessi mõiste ja selle näitajad

Bakalaureusetöö esimese peatüki esimeses alapunktis tutvustab autor tööotsimisprotsessi mõistet, toob välja eri autorite määratlused ja annab ülevaate tööotsimisprotsessi mõjutavatest teguritest.

Töös vaadeldakse tööotsimisprotsessi kui tervikut, mis hõlmab nii töötsimist kui ka kandideerimist otsitud tööle. Töotsimisprotsessi on kirjeldanud paljud teadlased laialdaselt. Selleks, et välja mõelda ühtne selgitus, võrreldakse ja analüüsitakse viies teadusartiklis esitatud määratlust tabelina (vt tabel 1). Näiteks Aldag, Schwab ja Rynes (1987) leiavad, et töötsimiskäitumine koosneb vabade töökohtade teabe hankimiseks kasutatud allikate otsimisest ja selle teabe otsimise intensiivsusest. Soelbergi arvates on töötsimine tegevuste loogiline jada, mis omakorda jaguneb planeerimiseks ja otsimiseks ning valiku tegemiseks (Soelberg, 1976: 49–51, viidatud Power & Aldag, 1985 kaudu). Samuti väidetakse, et töötsimine on käitumisviis, mille jooksul tuvastatakse eri töövõimalusi ja kogutakse üksikasjalikumad teavet valitud töö alternatiivide kohta (Barber *et al.*, 1994). Wanberg *et al.* (2020) kirjeldavad töötsimist kui ajamahukat ja isereguleeritud protsessi, mis vajab häid

enesejuhtimise oskusi. Teised teadlased arvavad, et tööotsimine on dünaamilise eneseregulatsiooni protsessi tulemus. See algab siis, kui inimene seab endale eesmärgi leida uus töökoht või seda vahetada ning kulutab sellele aega ja teisi ressursse. (Kanfer *et al.*, 2001) On ka teada, et töö leidmine on keeruline protsess, mis ei sõltu ainult inimese oskustest ja võimetest, vaid ka temast sõltumatutest ressurssidest ja võimalustest, mis ei ole tema kontrolli all (Hooft *et al.*, 2004). Võib öelda, et üldiselt on „tööotsimine“ analüüsitud allikate põhjal isereguleeritud protsess, kus keskendutakse töövõimaluste otsimisele. Ei saa välja tuua universaalset määratlust, sest keegi ei maini ühtaegu nii protsessi kirjeldust kui ka enesejuhtimist selles protsessis.

Eespool mainitud allika autorid Kanfer, Wanberg ja Kantrowitz (2001) tuvastasid tööotsingute kolm põhinäitajat, mis erinevad indiviiditi ja määravad tööotsingute edukuse tööotsimisprotsessis. Need on tööotsingu intensiivsus (kui palju aega tööotsija tööotsinguks kulutab või kui palju vaeva ta sellega näeb), tööotsimise sisu (tööotsija ja hiljem kandidaadi tegevused ning nende kvaliteet) ning ajalisus/püsivus (järjepidevus või muutus tööotsingutes aja jooksul). (Kanfer *et al.*, 2001) Näitajaid, mis saavad näidata tööotsimisprotsessi hetkeolukorda, on kindlasti rohkem kui kolm. Näiteks saab nende hulka lisada võrgustiku uute kontaktide, saadetud avalduste või vestluskutsete arvu. Selle töö teooriaosas keskendutakse aga just esimesele kolmele, sest neid on kõige rohkem uuritud, nad hõlmavad mitut näitajat korruga ja piltlikult öeldes sõltub tööotsimisprotsess nendest kõige rohkem.

Tabelist 1 nähtub, mis aspekte kuue artikli autorid tööotsimise määratluses kajastavad. Neljas määratluses kuuest räägitakse tööotsingu sisust. Seda mainiti nii aastal 1976 kui ka 2001. Sellest saab järeldada, et tööotsimise sisu on tööotsimisprotsessis kõige tähtsam element ja ajaga see muutunud ei ole. Kahe allika määratlustes kirjeldati intensiivsust. Siinkohal on oluline märkida, et Kanfer, Wanberg ja Kantrowitz (2001) tegid seda kaudselt. Nende puhul on ka tähtis tõik, et kõik neli elementi olid kajastatud. Teiste autorite kirjeldustest seda ei nähtu. Võib eeldada, et nende loodud määratlus on kõige täpsem. Ajalisust märgivad kolme allika autorid. Ka see põhielement oli nii 1976. kui ka 2020. aasta definitsioonides. Sellest võib järeldada, et see näitaja on hea alus, mida võiks töö otsimisel jälgida. Intensiivsus oli põhielement kahes allikas. Analüüsi käigus leidis autor, et selline põhielement nagu isereguleeritus oli samuti mainitud kahes allikas. Kuigi artiklite autorid ei olnud seda näitajat esitanud põhinäitajana, võib seda nende määratlustes siiski leida. Üks eriline definitsioon pärineb Hooftilt, Bornilt, Tariselt, Flierilt ja Blonkilt (2004). Selles allikas ei olnud võimalik tööotsimise mõistet nelja näitaja järgi analüüsida. Seal rõhutati, et

tööotsimine on protsess, kus mõni tegur ei sõltu tööotsijast endast ega allu tema kontrolli alla. Seejuures on huvitav järeldada, et varem mainitud allikates räägitakse sellest, et inimene ise reguleerib ja kontrollib seda protsessi. Selle puhul võib aga öelda, et tööotsimisprotsess on ka õnneasi. Töö jaoks tundub viies määratlus kõige täiuslikum ja seetõttu lähtutaksegi sellest.

Tabel 1

Tööotsimise määratluste võrdlus

Autor(id) ja aasta	Määratlus	Intensiivsus	Sisu	Ajalisus	Ise-reguleeritus
Schwab, Rynes ja Aldag (1987)	Tööotsimine koosneb vabade töökohtade teabe hankimiseks kasutatud allikate otsimisest ja selle teabe otsimise intensiivsusest	X	X		
Soelberg (1976)	Tööotsimine on tegevuste loogiline jada, mis omakorda jaguneb planeerimiseks ja otsimiseks ning valiku tegemiseks		X	X	
Barber, Daly, Giannantonio ja Phillips (1994)	Tööotsimine on käitumisviis, mille jooksul tuvastatakse eri töövõimalusi ja kogutakse üksikasjalikumad teavet valitud töö alternatiivide kohta		X		
Wanberg, Ali ja Csillag (2020)	Tööotsimine on ajamahukas ja isereguleeritud protsess, mis vajab häid enesejuhtimise oskusi			X	X

Autor(id) ja aasta	Määratlus	Intensiivsus	Sisu	Ajalisus	Ise-reguleeritus
Kanfer, Wanberg ja Kantrowitz (2001)	Töötamine on dünaamilise eneseregulatsiooni tulemus. See algab siis, kui inimene seab endale eesmärgi leida uus töökoht või vahetada olemasolevat ning kulutab sellele aega ja teisi ressursse	X	X	X	X
Hooft, Born, Taris, Flier ja Blonk (2004)	Töötamine on keeruline protsess, mis ei sõltu ainult inimese oskustest ega võimetest, vaid ka ressurssidest ja võimalustest, mis ei ole tema kontrolli all				

Allikas: autori koostatud tabelis nimetatud allikate põhjal.

Nagu eespool mainitud, saavad kolm põhielementi määrata töötamise edukuse, kui me ei võta arvesse veel ühte näitajat, mida artikli autorid põhielemendina ei kajastanud. Järgnevates lõikudes antakse põhjalikum ülevaade kolmest näitajast ja selgitatakse nende tähtsust kogu töötamisprotsessis.

Töötamise intensiivsus on põhinäitaja, mis võib ennustada töötamise edukust. See näitab, kui palju vaeva ja aega töötaja töötamisesse panustab, viitamata konkreetsele töötamiskäitumisele (Kanfer *et al.*, 2001; Wanberg *et al.*, 2020; van den Hee *et al.*, 2020). Töötajate isiklik intensiivsuse tajumine võib olla ekslik, mistõttu ei ole subjektiivne hinnang enda pingutuste kohta enam nii näitlik (Saks, 2006).

Tunnuse objektiivseks hindamiseks on kasutusel Blau kümnepunktiline skaala. Nimelt märgivad töötajad viie palli skaalal (kus „1“ tähendab „mitte kunagi ehk 0 korda“ ja „5“ on „väga tihti ehk vähemalt 10 korda“), kui sageli on nad viimase kuue kuu jooksul töötamisprotsessis osalenud. Näiteks võisid nad rääkida sugulaste või sõpradega võimalikest töövihjetest. Nende tulemuste keskmine annabki ülevaate hetkeolukorrast. (Yu *et al.*, 2022; Klehe & Hooft, 2018) Mitmed uuringud on näidanud, et mida intensiivsemad töötamised on, seda suurema tõenäosusega saavad töötajad soovitud töökoha (Kanfer *et al.*, 2001; Faberman & Kudlyak, 2016; Hooft *et al.*, 2021). Inimeste töötamiste intensiivsust

vähendab hoiak, et nad leiavad töö kiiresti ja vähese vaevaga. Tööotsimise intensiivsust mõjutab ka krooniline tööalane enesetõhusus. Mida suurem see on, seda intensiivsemad on tööotsingud.

Tajutud edusammud suurendavad samuti intensiivsust ja tööotsinguteks tehtavaid pingutusi (Motta Veiga & Turban, 2018). Heade tulemuste saavutamine innustab tööotsijaid jätkama samas vaimus ja panustama rohkem ressursse töö leidmiseks. See omakorda kasvatab enesekindlust ja motivatsiooni. Inimesed, kelle tööotsingud on intensiivsemad, saavad suurema tõenäosusega töövestluse kutseid, töopakumisi ja lõpuks sobiva töökohta (Hooft *et al.*, 2021). Saab kindlusega väita, et see on usaldusväärne ja suure mõjuga näitaja, mis tekitab tööotsimisel kindlama tunde, sest intensiivsus sõltub ainult tööotsijast, kes enda tööotsimisprotsessi tõhusust ja järjepidavust kujundab ning kontrollib. Intensiivsustunnuse hea omadus on see, et seda saab mõõta ja kõrvalt jälgida, kui oma pingutustest peaks tekkima vale ettekujutus. Tihtipeale võib see kaasa tuua motivatsiooni langust, sest arvatakse, et kandideerimine ei anna positiivseid tulemusi ja see muutub ajas aina mõttetumaks tegevuseks. Siinkohal tuleks täpsustada, et inimesed, kes peale analüüsimist saavad aru, et nende pingutused ei ole piisavad, hakkavad suure tõenäosusega aktiivsemalt tööotsinguprotsessis osalema. Sellepärast on intensiivsustunnus hea tagasisidevahend, mida võiks kasutada kõik tööotsijad.

Tööotsijad, kes aktiivselt tööd otsivad või plaanivad seda vahetada, võivad seista silmitsi eri probleemidega. Üks levinud kitsaskohti on järjepidevus. Võib tunduda, et aega otsimiseks, kandideerimiseks ja CV korrastamiseks on palju. Tegelikkus aga näitab, et konkursid võidakse sulgeda varem, sest kandidaate on piisavalt, või jäävad viimaste kandidaatide avaldused tähelepanuta. Sellepärast on tööotsimise püsivuse või ajalisuse jälgimine otsinguprotsessis hea oskus, mida arendada, et saada unistuste töökoht. See näitaja viitab sellele, kuidas aeg määratleb tööotsimisprotsessi edukust.

Ajalise perspektiivi rakendamisel keskendutakse enamasti ajaga seotud teguritele, nagu tulevikufookus ja tähtsate tegevuste edasilükkamine (Lay, 1986). Nende kahe tunnuse eripära on see, kuidas inimesed ajalisust tööotsimisprotsessis ise tajuvad. Näiteks kui palju aega on nad valmis kindlale protsessile kulutama, milliste tegevustega nad otsustavad tegeleda ja kui kaua nad igas protsessis püsivad (Shipp *et al.*, 2009). Van den Hee, van Hooft ja van Vianen (2020) leiavad, et tulevikufookus aitab tööotsijatel muuta enda käitumist, kui nad keskenduvad tulevikule. Samad autorid rõhutavad, et kui tööotsijad keskenduvad tulevikueesmärkidele, siis nad kipuvad vältima segavaid tegureid ja vähem tähtsaid tegevusi

oma elus. See omakorda tähendab, et nad kulutavad rohkem aega ja vaeva töötsemisele ning töötsemistegevused muutuvad prioriteetsemaks. Arvestades, et aeg on väärtuslik ressurss, kaaluvad töötsemijad sel juhul töövõimalusi hoolikamalt ega kuluta aega mõttetule teabe otsimisele. Siiski ei saa inimesed olla alati produktiivsed tavalise inimliku teguri pärast.

Edasilükkamine viitab kehvale eneseregulatsioonivõimele, kalduvusele lükata edasi seda, mis on vajalik mingi eesmärgi saavutamiseks (Lay, 1986). Eriti puudutab see töötuid inimesi, kes peavad töötsemisprotsessi vähem oluliseks ja ebameeldivamaks tegevuseks. Ka tavaelus keskenduvad inimesed asjadele, mis pakuvad neile rohkem huvi, ning lükkavad edasi seda, mis tekitab neis ebameeldivaid tundeid. Samas on see põnev järelalus, sest inimesed, kes on töötud, eriti need, kellel on rahaprobleemid, võiksid uute töövõimaluste vastu just rohkem huvi tunda. Lay ja Brokenshire (1997) leidsid veel, et inimesed, kes tunnevad end töötsemisprotsessis ebakindlalt, kipuvad samuti uue töö otsimist edasi lükkama. See on ka loogiline, sest stressirohkeid olukordi on palju ja inimesed kipuvad neid võimalust mööda vähendama.

Töötsemise ajalisuse ja püsivuse jälgimine aitab lahendada edasilükkamise probleemi. Eeldatavasti aitavad need tegurid ka värbajate silmis plusspunkte teenida, mis omakorda suurendab tõenäosust saada soovitud töökoht. Kuid ainult aktiivsusest ja järjepidevusest ei piisa. Sisuline pool on töötsemisprotsessis sama oluline.

Töötsemise edukus sõltub väga palju sellest, mida töötsemijad enda CV-s kirjutavad ning kui tähelepanelikult nad töökuulutust loevad ja kas nad kõik vajalikud dokumendid esitavad. Töötsemingu sisu hõlmab kõiki neid tegevusi, millega töötsemija töötsemisprotsessis kokku puutub (Wanberg *et al.*, 2020). Tänu sellele, et töötseming on iseenesest dünaamiline protsess, mida igäiks saab kujundada enda soovide, võimaluste ja oskuste järgi, tekib töötsemijatel hea võimalus näidata end parimast küljest. Samuti ei tohi unustada seda, et töötsemurg pidevalt muutub ja kohanemisoskus on töötsemisprotsessis väga oluline omadus, et olla edukas.

Töötsemingute sisu võib hõlmata järgimisi tegevusi: CV koostamine ja/või korrigeerimine, kaaskirja kirjutamine, soovitajate teavitamine ja lisamine, vestluseks valmistumine ja töötsemuru-uuringu tegemine (Wanberg *et al.*, 2020). Kui töökoht on loominguline, siis võivad värbavad juhud paluda kandidaatidel saata näiteks portfoolid tehtud töödest või projektidest või lahendada hoopis kodutööd, mis on ettevõttele selles protsessis vajalikud. Kui palutakse lisada kaaskiri või koostada tehtud tööde kokkuvõte, siis järelikult on need punktid vajalikud esmavaliku tegemiseks. See võib anda väärtusliku

ülevaate kandidaadi loogika, loovuse ja laiemalt mõtlemise võime kohta. Kuna iga värbamisprotsess on erinev, sõltuvad tegevuste jada ja arv konkreetsest ametikohast ning ettevõttest. Paljud ettevõtted kasutavad sellist head tava nagu läbipaistev värbamisprotsess. See tähendab, et kandidaadid saavad kohe kandideerimisel teada, mis osadest värbamisprotsess koosneb. See aitab kogu protsessi paremini mõista ja kandidaadid tunnevad end palju kindlamalt.

Võttes arvesse töötamisprotsessi kolme näitaja kirjeldused, saab järeldada, et need on omavahel väga tihedalt seotud. Edukas töötamisprotsess kujuneb siis, kui kõik põhielemendid ehk sisu, ajalisus ja intensiivsus on aktiivselt kasutuses ning täidavad oma eesmärgi. Näiteks kui töötaja saadab oma CV-d aktiivselt igale poole, kuid ta ei ole selle sisu korrigeerinud, pole sellest väidetavalt mingit kasu. Samasugune on olukord siis, kui hea ja valmistunud kandidaat ei oska oma protsesse ise juhtida ega jõua kandideerida, sest tema fookus ei ole paigas. Nendest tegevustest kujuneb edaspidi nii-öelda muster, kuidas töötajad töötamisprotsessis käituvad.

1.2. Töötamis kanalite valimine

Bakalaureusetöö esimese peatüki teises alapunktis uurib autor, mis töötamis kanalid töötajad eelistavad, mis tavad töötajad enda töötamisprotsessis kasutavad ja mitu kanalit nad korraga kasutusele võtavad.

Töötamine kui autonoomne ja isereguleeritud protsess võib hõlmata erinevaid käitumisviise ja tavasid. Selleks, et saada soovitud töökoht, käituvad töötajad tööturul omamoodi, kujundavad strateegiaid enda töötamise oskuste ja kogemuste järgi ning kasutavad eri töötamis kanalid. Mõni alustab CV redigeerimisega, sealhulgas kohandab seda vastava töökohta järgi, ja seejärel kandideerib väljaotsitud tööpakkumistele. Teised aga eelistavad luua uusi võrgustikke, et nende kaudu teada saada, kus aktiivsed konkursid käivad ja mis tingimustel saab tööle kandideerida. (Wanberg *et al.*, 2020) Ametikohast tulenevalt on kasutusel eri töötamis kanalid, mida uuritakse täpsemalt töö empiirilises osas.

Üldisema töötamis- ja valikumudeli koostas Peer Soelberg 1967. aastal. Ta kogus töövestluste kaudu teavet selle kohta, kuidas intervjueritavad töötamisprotsessis käituvad. Seda mudelit saab pidada universaalseks ka tänapäeval, sest paljud töötajad järgivad just seda protsessi. Mudel aitab värbajatel paremini aru saada, kuidas töötajad töötamisprotsessis ja sellele eelneval perioodil käituvad, ning annab häid näpunäiteid, kuidas ennustada töötajate käitumist, kui nad aktiivselt tööd otsivad. Mudeli järgi koosneb töötamis- ja valikumudeli neljast üksteisest sõltuvast etapist:

- täiusliku ameti tuvastamine – tööotsijad teevad kindlaks sobiva töökoha enne tööotsingute alustamist;
- tööotsingute planeerimine – koostatakse plaan, kuidas edaspidi käituda. See omakorda jaguneb kolmeks alapunktiks: mõõdetavate kriteeriumite väljatöötamine, tähelepanu, aja, raha ja jõupingutuste eraldamine tööotsingutele ning alternatiivsete otsingugeneraatorite kindlakstegemine. Otsingugeneraatorid hõlmavad näiteks kuulutamiskanalite väljaselgitamist, sõprade käest uurimist, kirjade väljasaatmist ettevõttesse, ajalehtede uurimist ja muid tegevusi, mis tööotsinguid toetavad;
- tööotsing ja valiku tegemine – see protsess algab siis, kui esimene otsingugeneraator on aktiveeritud, ning lõpeb siis, kui tööotsija enam tööotsimisest huvitatud ei ole ja kui ka alternatiivsed pakkumised talle enam huvi ei paku;
- otsuse kinnitamine ja kohustuste võtmine – selles etapis kontrollivad tööpakkumise saanud kandidaadid, ega paremaid pakkumisi ei ole, ja võtavad uue töökoha pakkumise vastu. (Soelberg, 1976: 49–51, viidatud Power & Aldag, 1985 kaudu)

Soelbergi mudel on tehtud aga üle 50 aasta tagasi, otsingugeneraatorid on ajaga muutunud ja neile on lisandunud digitaalsed kuulutamiskanalid. Kanalite CV Keskus.ee, CV Online, LinkedIn, Meetfrank ja teiste populaarsust Eesti tööotsijate seas uuritakse töö empiirilises osas. Lisaks on huvitav analüüsida, kui populaarne on tänapäeval töötsimine ajalehtedest.

Üldiselt saab töötsimise liigitada formaalseks ja mitteformaalseks (Reid, 1972; Merlino, 2014). Weber ja Mahringer uurisid Austrias viie otsingugeneraatori ehk töötsimismeetodi kasutamist töötsimisprotsessis. Formaalsed töötsimismeetodid on töökuulutamiskanalitest (sh ajalehtedest) uurimine, töötukassast otsimine ja muude allikate kasutamine (näiteks ülikooliportaalid, eraettevõtted, kes pakuvad värbamisega seotud teenuseid, ja internetist otsimine). Mitteformaalsed töötsimismeetodid on personaalne kontakt ehk sõprade või pereliikmete käest küsimine ja otse tööandjale kirjutamine. (Webe & Mahringer, 2008; Tumen, 2016)

Thomsen ja Wittich (2010) Saksamaalt leiavad, et värbamisagentuurid, kes pakuvad tööotsijatele erateenuseid, on eraldi meetod, mida tasub uurida. Küll aga kinnitavad nad, et seda kasutab ainult viiendik Saksamaa aktiivsetest töötajatest. Selle meetodi populaarsust Eesti töövõtjate seas uuritakse samuti töö empiirilises osas. Kõige tihedamini (60% vastanutest) kasutasid tööotsijad töökuulutamiskanaleid ja sõprade käest küsimist.

Personaalne kontakt on eriti populaarne nooremate tööotsijate seas. (Vacchiano *et al.*, 2018)

Üllatav on tõsiasi, et töötukassat kui tööotsimismeetodit kasutab rohkem inimesi, kui töötukassa arvel on. Umbes 30% vastanutest võttis tööandjaga otse ühendust kas telefoni või meili teel. (Thomsen & Wittich, 2010)

On teada, et enamasti kasutab tööotsija tööotsimiseks kahte meetodit. (Weber & Mahringer, 2008) Populaarsemad võimalused on järgmised (Thomsen & Wittich, 2010):

- ainult personaalne kontakt;
- personaalne kontakt, töökuulutamiskanalid ja töötukassa;
- personaalne kontakt ja töökuulutamiskanalid;
- ainult töökuulutamiskanalid;
- töökuulutamiskanalid ja töötukassa;
- personaalne kontakt, töökuulutamiskanalid ja tööandjale kirjutamine;
- kõik neli koos.

Manroop ja Richardson (2016) leidsid, et enamasti soovivad tööotsijad tööotsimiseks kasutada võimalikult vähe kanaleid. Küll aga tööotsijad ootavad, et kui nad kasutavad tööotsimiseks vähe kanaleid, saavad nad sama hea tulemuse kui siis, kui nad kasutaksid rohkem kanaleid. Ei ole teada, kas tööotsimiseks rakendatud kanalite arvust sõltub uue töökoha leidmise edukus. Võib eeldada, et samade töökuulutuste ja võimalustega saavad inimesed tutvuda eri kanalite kaudu, nagu sotsiaalmeedia, ettevõtete kodulehed või töömessid ja töötukassa.

Lisaks uuriti meetodite edukust eri haridustasemetes arvestuses. Näiteks kõrgharitud inimesed leiavad tööd suurema tõenäosusega töökuulutamiskanalite kaudu. Personaalne kontakt või töötukassa neid tööotsimises eriti ei aita. Vähe kvalifitseeritud töötajate puhul on aga vastupidi, nemad leiavad töö pigem töötukassa abil. (Weber & Mahringer, 2008) Töötukassa on iseenesest huvitav tööotsimise kanal, sest sealt saab kõige rohkem lühiajalisi tööotsi (Thomsen & Wittich, 2010). Lisaks töötukassale on aastatega populaarseks saanud Eesti iduettevõtte GoWorkaBit, mis pakub lühemaid tööampse. Olenevalt olukorrast võivad inimesed töötada mitmes kohas. Selline portaal aitab kiiresti leida tööd, kui rahavajadus on mingil põhjusel kasvanud. Sel juhul on töötajate palga ja töötingimuste nõudmised väiksemad. Selle meetodi eelis on võimalus leida lühiajalist tööd kiiresti ja lihtsalt. Enamasti ei nõua tööandjad seejuures erioskusi ega suurt töökogemust.

Üks teine uuring näitas, et sellistesse ettevõtetesse nagu Infosys, TCS, Wipro, HCL ja IBM kandideerimisel kasutatakse tavaliselt järgmisi kanaleid (Sinha & Thaly, 2013). Allpool on toodud nende protsendiline suhe:

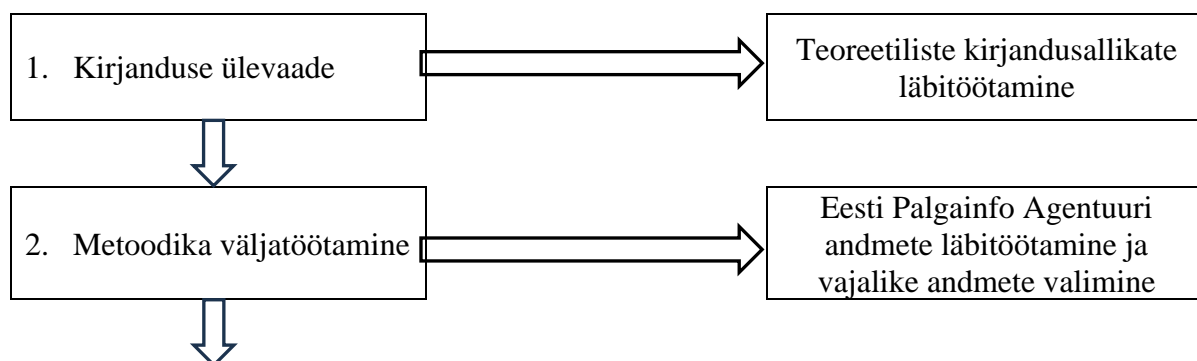
- tööotsinguportaalid – 28%;
- sotsiaalmeedia (Facebook, LinkedIn jne) – 23%;
- ülikoolilinnakutes värbamine – 22%;
- töötaja soovitamine – 11%;
- värbamisagentuurid/konsultandid – 7%;
- ettevõtte koduleht – 5%;
- reklaam – 4%.

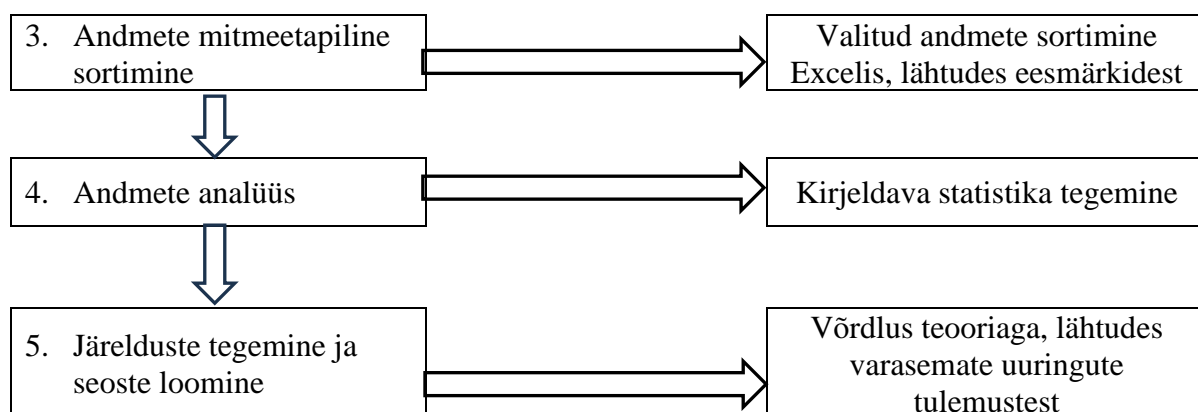
Analüüsitud tekstidest nähtub, et tööotsimise meetodeid on palju alates tuttavate käest küsimisest kuni tööportaalidest otsimiseni – tööpakkumisi leiab igaüks olenemata töökogemusest ja kvalifikatsioonist. Küll aga kajastatakse eri allikates erinevaid meetodeid, nagu ülikoolilinnakutes värbamine. Seda meetodit teistes allikates ei mainitud. Haritud inimesed lähevad väiksema tõenäosusega tööd otsima töötukassast, sest seal ei pakuta neile kuigi palju võimalusi. Nooremad inimesed saavad tööpakkumistest teada enamasti ülikooliportaalidest või tuttavatelt.

2. Töötsemiskanalite valimine Eesti eri ametikohtade töötsemijate näitel Palgainfo Agentuuri andmete põhjal

2.1. Valimi ja metoodika tutvustus

Empiirilise osa esimeses peatükis selgitab autor välja andmete päritolu, valimi ja statistilise analüüsi meetodi. Allpool on näha, milline empiiriline uuring üldisemalt välja näeb (vt joonis 1). Kõigepealt antakse kirjanduse ülevaade. Autor on läbi töötanud mitukümmend teadusartiklit ja proovinud luua tugeva aluse empiirilises osas saadud tulemuste võrdlemiseks. Järgmisena selgitatakse metoodikat. Siinkohal on oluline aru saada, kust andmed pärinevad ja mis meetodil neid analüüsitakse. Edaspidi, kui andmed on juba olemas, sorditakse need mitmes etapis, tuginedes eri eesmärkidele. Valimid on igas etapis erinevad. Lisaks tehakse sotsiaal-demograafiline uuring, et saada parem ülevaade nendest, kes küsitluses osalesid. Viimasena, peale kõikide sagedusanalüüside läbiviimist, tehakse teooria alusel järeldused ning proovitakse leida nendevaheline seos või vastupidi, vastuolu.





Joonis 1. Autori bakalaureusetöö empiirilise osa koostamise etapid

Esmalt kirjeldatakse bakalaureusetöö andmete päritolu. Andmed pärinevad 2023. aasta kevadel tehtud töövõtjaküsitlusest. Seda küsitlust korraldavad iga aasta kevadel ja sügisel Palgainfo Agentuur ning portaal CVKeskus.ee Eesti tööandjate ja -võtjate seas. Otsekontakteerumise võimalust kasutas 10 532 töövõtjat, kellest 2201 vastas portaali CVKeskus.ee kaudu ja 8831 vastas Palgainfo Agentuuri lehekülje kaudu. Autor sai need andmed Kadri Seederilt Exceli failis ja analüüsis neid sagedusanalüüsi meetodil.

Sotsiaal-demograafilist jaotust vaadeldakse kolme karakteristikuga alusel: sugu, vanus ja haridustase (vt tabel 2). Tabelist nähtub, et küsitlusele vastas suurem osa naisi, moodustades 56% kogu vastanutest, samas kui mehi oli vähem, ainult 35%, ning vastamata jättis 9% osalejatest. Võib eeldada, et sellist tüüpi küsitlus jõuab naisteni sagedamini, sest nemad töötavad kontoris arvuti taga rohkem kui mehed. Vanuselisest jaotusest nähtub, et suurima osakaalu moodustasid vastajad vanuses 35–44, s.o 26% kõikidest vastanutest. Neile järgnesid vastajad vanuses 45–54 ja 55–64, moodustades vastavalt 23% ja 20%. Kõige vähem vastajaid oli vanuses 75 ja vanemad ning ka alla 15-aastased, kelle osakaal jäi 0% juurde. Sellele küsitlusele ei vastanud 29 inimest, moodustades samuti 0% kogu valimist. Tööealisi inimesi on üldjuhul kõige rohkem. Valim on heas tasakaalus, andes lisaks sisulise ülevaate inimestest, kes on selle uuringu sihtrühmad.

Haridusliku jaotuse analüüsist nähtub, et enamiku vastanutest moodustavad kõrgharitud inimesed, kellel on magistriskraad, nende järgnevad bakalaureusekraadiga vastajad. Protsendiline jaotus on vastavalt 21% ja 17%. Väikseima osa moodustavad doktori- ja kutsekraadiga inimesed, s.o 1% ja 3%. Inimesi, kellel ei olnud põhiharidust, leidis ka, kuid vähe. See tuleneb sellest, et küsimustikule said vastata ka need, kes veel koolis õpivad. Seda kinnitab vanuserühma 15 ja nooremad olemasolu. 81 inimest otsustasid mitte vastata, mis

haridustase neil on. Ka haridustaseme järgi on valim hästi tasakaalus. Magistrikraadiga inimesed vastasid kõige rohkem, mis kinnitab ka eelnevat eeldust, et rohkem vastasid kontoritöötajad.

Tabel 2

Töövõtjate valimi sotsiaal-demograafiliste tunnuste ülevaade

Tunnus	Rühm	Arv	%
Sugu	Naine	5865	55,7%
	Mees	3721	35,3%
Vanus	Vastust pole	946	9%
	15 ja noorem	15	0,1%
	16–24	485	4,6%
	25–34	2004	19%
	35–44	2745	26,1%
	45–54	2435	23,1%
	55–64	2141	20,3%
	65–74	628	6%
	75 ja vanem	50	0,5%
	Vastust pole	29	0,3%
Haridustase	Doktorikraad	56	0,5%
	Magistrikraad	2261	21,5%
	Bakalaureusekraad	1756	16,7%
	Rakenduslik kõrgharidus (tehnikum)	1310	12,4%
	Kutseharidus pärast keskharidust	1311	12,4%
	Üldkeskharidus	1621	15,4%
	Kutseharidus koos keskharidusega	1320	12,5%
	Kutseharidus pärast põhikooli	314	3%
	Põhiharidus	468	4,4%
	Vähem kui põhiharidus	34	0,3%
	Vastust pole	81	0,9%

Allikas: autori koostatud tabel, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Sotsiaal-demograafiline jaotus on tasakaalus. Kokkuvõttes vastas küsitlusele rohkem naisi, populaarseim vanus oli 35–44 ja enamikul vastajatel oli magistrikraad. Eeldatavasti osales küsitluses palju keskealisi naisi, kes töötavad kontoris. Eeldame, et neil võib ka olla rohkem aega sellist tüüpi küsitluses osaleda, kuna nad veedavad arvuti taga rohkem aega kui mehed.

2.2. Palgainfo Agentuuri andmetest tulenevad tulemused ja järeldused töötsemiskanalite kohta

Töö empiirilises osas sorditakse andmed eesmärgipõhiselt mitmes etapis eraldi. Selle aluseks on sagedusanalüüs, mida kasutatakse terves analüüsiprotsessis.

Kõigepealt uuritakse, kui paljud vastajatest on tööturul aktiivsed. Seega on analüüsi esmase etapi sortimise kriteerium „Teie suhe töötamisega 2023. aasta kevadel“. Vastajad said valida kolme vastuse vahel, mis kirjeldas nende praegust tööstaatusi kõige paremini (vt tabel 3). Inimesi, kes küsitluse hetkel töötasid, oli kõige rohkem, s.o 79% kogu valimist. Töötuid oli 18% ja peatatud lepinguga töötajaid oli 3%. Inimesed, kes olid vastamise hetkel töötud, kuid kellel oli kehtiv töösuhe, võisid olla kas lapsehoolduspuhkusel või tervislikel põhjustel töölt ajutiselt eemal. Järgneva analüüsi tegemiseks jäetakse valimist välja inimesed, kes vastamise hetkeks juba töötasid. Uus valimi maht on 2205 vaatlust.

Tabel 3

Töövõtjate töösuhete valimi jaotus

Tunnus	Rühm	Arv	%
Teie suhe töötamisega 2023. aasta kevadel	Töötasin	8327	79,1%
	Ei töötanud	1938	18,4%
	Ei töötanud, kuid oli kehtiv töösuhe	267	2,5%

Allikas: autori koostatud tabel, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Teine andmete sortimise kriteerium on „Soov töötada“ (vt tabel 4). Töötute ja peatatud töölepinguga vastajate puhul on huvitav uurida, kas nad üldse soovivad endale

töökohta leida või siis tööle naasta, kui nende tööleping on parajasti peatatud. Valikus olid järgmised vastused: ei soovi, soovin, ei oska öelda. Analüüsi käigus selgus, et ligikaudu 12% vastanutest ei soovi töötada, 11% ei osanud sellele küsimusele vastata ja umbes 77% sooviks endale töökohta leida. Kolmandat rühma saab pidada sihtrühmaks, mida edasi uurida. Küll aga olid saadud tulemused autorile üllatavad, sest inimesi, kes vastamise hetkeks ei soovinud töötada, oli rohkem, kui ennustada võiks.

Tabel 4

Töövõtjate valimi jaotus töötamise soovi järgi

Tunnus	Rühm	Arv	%
Soov töötada	Ei	261	11,8%
	Ei oska öelda	252	11,4%
	Jah	1692	76,8%

Allikas: autori koostatud tabel, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. a kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Kolmanda etapi analüüsi valimisse jääb suurem osa algandmetest. Siinkohal proovitakse aru saada, kui aktiivselt töötavad ja töötud inimesed tööotsinguprotsessis käituvad. Selles ja järgnevates etappides vaadeldakse nii peatatud lepinguga töötajaid kui ka töötuid, sest nende osakaal kõikides järgnevates etappides jääb muidu liiga väikseks, et selle alusel järeldusi teha. Töötuid inimesi, sealhulgas peatatud lepinguga töötajaid, vaadeldakse ka tunnuse „soov töötada“ järgi; nende seast võeti välja need, kes ei osanud vastata, kas nad soovivad töötada. Töötavate inimeste puhul ei olnud võimalik aru saada, kui suur osa nendest tegelikult töötada tahab, kuna nende ankeedis sellist küsimust ei olnud. Selle etapi analüüsi valimi suurus on 10 280 vaatlust. Protsendiline osakaal on iga rühma puhul esitatud eraldi tabelis (vt tabel 5).

Esimese rühma moodustavad mittetöötavad inimesed, kes ei soovi töötada – neid on 261. Analüüsis selgus, et 55% vastanutest ei otsi tööd ega ole ka tööpakkumistest huvitatud. Selline tulemus oli oodatav, sest inimesed, kes ei soovi töötada, ei hakka ka aktiivselt tööd otsima. Teise suurema rühma moodustasid need, kes on pakkumistele avatud, kuid ise tööd ei otsi. Nemad moodustavad rühma valimist 24%. Hea tööpakkumise või huvitava töö puhul on need vastajad väidetavalt valmis töötamisest loobumise seisukohta muutma ning häälestama end tööd otsima. Huvitav on tõik, et inimesed, kes on töötud ja töötada ei soovi, ikkagi

jälgivad tööpakkumisi või otsivad aktiivselt tööd. Selleks võib olla mitu põhjust. Näiteks vaatavad inimesed tööpakkumisi huvi pärast, et olla tööturul toimuvaga kursis, või saavad soovitada tööd oma pereliikmele ja sõbrale, kui need on tööpakkumistest huvitatud. Neid on vastavalt 19% ja 3%. See on ootamatu tulemus, sest panustada protsessi, mis ei ole kooskõlas tegelikkusega, ei tundu mõistlik. Samas võib töötutel inimestel olla palju vaba aega küsitluses osaleda ja osa nendest, kes eriti huvitatud ei ole, võivad anda valesid vastuseid. Siia rühma kuuluvad ka need inimesed, kes vastavad auhindade pärast, mida paljud uuringu korraldajad pakuvad. Teiselt poolt aga inimesed, kes jäid töötuks või olid töötud ning ei soovigi töötada, peavad samuti arveid maksma, toitu ostma ja kuskil elama. Seetõttu võib väita, et need 3% vastanutest otsivad aktiivselt tööd just põhjusel, et ilma sissetulekuta pole võimalik elada, ning paremal juhul nad ei töötaks, kuid eri asjaolude tõttu peavad nad siiski töökoha leidma. Ei saa ka välistada, et tegemist on vastamisveaga, s.t vastajad said küsimusest valesti aru või ei süvenenud sisse.

Teise rühma moodustavad töötud inimesed, kes soovivad endale töökohta leida. Neid on 1692. Selle rühma puhul on tulemused vastupidised eelmisele rühmale. Oodati, et enamik töötuid, kes soovivad töötada, otsivad aktiivselt tööd. Neid oli vastavalt 52% kogu rühma valimist. 33% vastanutest aktiivselt tööd ei otsi, kuid aeg-ajalt jälgivad tööpakkumisi. Siinkohal võib väita, et need on kokkuhoidvad inimesed, kellel on hea rahaline reserv. Arvatavasti oleksid nad valmis sobiva töö puhul kandideerima, kuid otsest vajadust selleks ei ole. Inimesed, kes on avatud tööpakkumistele, kuid ise neid ei jälgi, moodustavad sellest rühmast 12%. Nemad samuti raha pärast tööd ei otsi. Eeldavalt on nad väga valivad ja teevad ainult seda tööd, mis neile huvi pakub. Üllatavalt selgus, et on ka rühm töötuid, kes küll soovivad töötada, kuid ise tööd ei otsi ega ole ka avatud pakkumistele. Nagu ka eelmise rühma puhul, on see tulemus vastuoluline, sest inimesed, kes töötada soovivad, võiksid panustada tööotsimisprotsessi kas või natuke. Need 4% vaevalt et tööd leiavad, kui nad sama strateegiat jätkavad. Siinkohal saame eeldada, et tegemist võib olla vastamisveaga nagu ka eelmise rühma puhul.

Kolmas uuritav rühm on töötavad inimesed. Nagu varem mainitud, ei olnud nende puhul võimalik eraldi uurida, kas nad töötada soovivad või ei soovi. Selle rühma valimis on 8327 vaatlust, mis moodustab esialgsest valimist kõige suurema osakaalu. 37% töötavatest inimestest on avatud pakkumistele, kuid ise neid ei jälgi. Sellest võib järeldada, et nad on oma praeguse töökohaga rahul, kuid parema tööpakkumise korral on nad valmis töökohta vahetama. Peaaegu sama palju vastajaid ehk 34% jälgib tööpakkumisi, kuid aktiivselt midagi

ei otsi. Eeldatavasti on need inimesed oma praeguse töökohaga rahul, kuid nad jälgivad ka aktiivselt teisi võimalusi ning kui sobiv võimalus tekib, on nad valmis kandideerima huvipakkuvatele ametikohtadele. Eriti rahul võiksid oma praeguse töökohaga olla need inimesed, kes ise midagi ei otsi ega ole ka pakkumistele avatud. 20% töötavatest inimestest ei ole tööotsingul aktiivsed. Väiksema protsendi sellest rühmast moodustavad inimesed, kes juba töötavad, aga otsivad ka ise aktiivselt tööd. Arvatavasti ei ole need 9% oma praeguse töökohaga rahul ja lähiajal vahetaksid seda heameelega.

Kokkuvõttes võib öelda, et nende töötute hulgas, kes ei soovi töötada, moodustavad suurema osa need, kes ei ole tööturul aktiivsed. Nad ei ole avatud tööpakkumistele ega jälgi ise tööpakkumisi. Nende töötute seas, kes soovivad töötada, on enamik neid, kes otsivad aktiivselt tööd eri portaalide kaudu. Töötavate inimeste hulgas pole tulemused nii selged. Inimesed, kes jälgivad tööpakkumisi, kuid ise aktiivselt midagi ei otsi, ja need, kes on pakkumistele avatud, kuid ise midagi ei jälgi, moodustavad peaaegu võrdse osa. Nende puhul võib väita, et nad ei ole tööturul kuigi aktiivsed. See analüüs paneb aluse teisele suuremale analüüsile, kus uuritakse kahe tunnuse „aktiivsus tööotsingul“ põhjal, milliseid kanaleid tööotsijad kasutavad.

Tabel 5

Töövõtjate valimi jaotus tööotsingute aktiivsuse järgi

Tunnus	Rühm	Arv	%
Ei töötanud ega soovi töötada	Otsin aktiivselt tööd eri kanalite kaudu	7	2,7%
	Jälgin tööpakkumisi, aktiivselt tööd ei otsi	49	18,8%
	Olen avatud pakkumistele, aga ise tööpakkumisi ei jälgi	62	23,8%
	Ei otsi üldse tööd ega ole huvitatud pakkumistest	143	54,7%
Ei töötanud, kuid soovin töötada	Otsin aktiivselt tööd eri kanalite kaudu	874	51,7%
	Jälgin tööpakkumisi, aktiivselt tööd ei otsi	555	32,8%
	Olen avatud pakkumistele, aga ise tööpakkumisi ei jälgi	201	11,9%
	Ei otsi üldse tööd ega ole huvitatud pakkumistest	62	3,6%

Tunnus	Rühm	Arv	%
Töötasin	Otsin aktiivselt tööd eri kanalite kaudu	758	9,1%
	Jälgin tööpakkumisi, aktiivselt tööd ei otsi	2799	33,6%
	Olen avatud pakkumistele, aga ise tööpakkumisi ei jälgi	3110	37,3%
	Ei otsi üldse tööd ega ole huvitatud pakkumistest	1660	19,9%

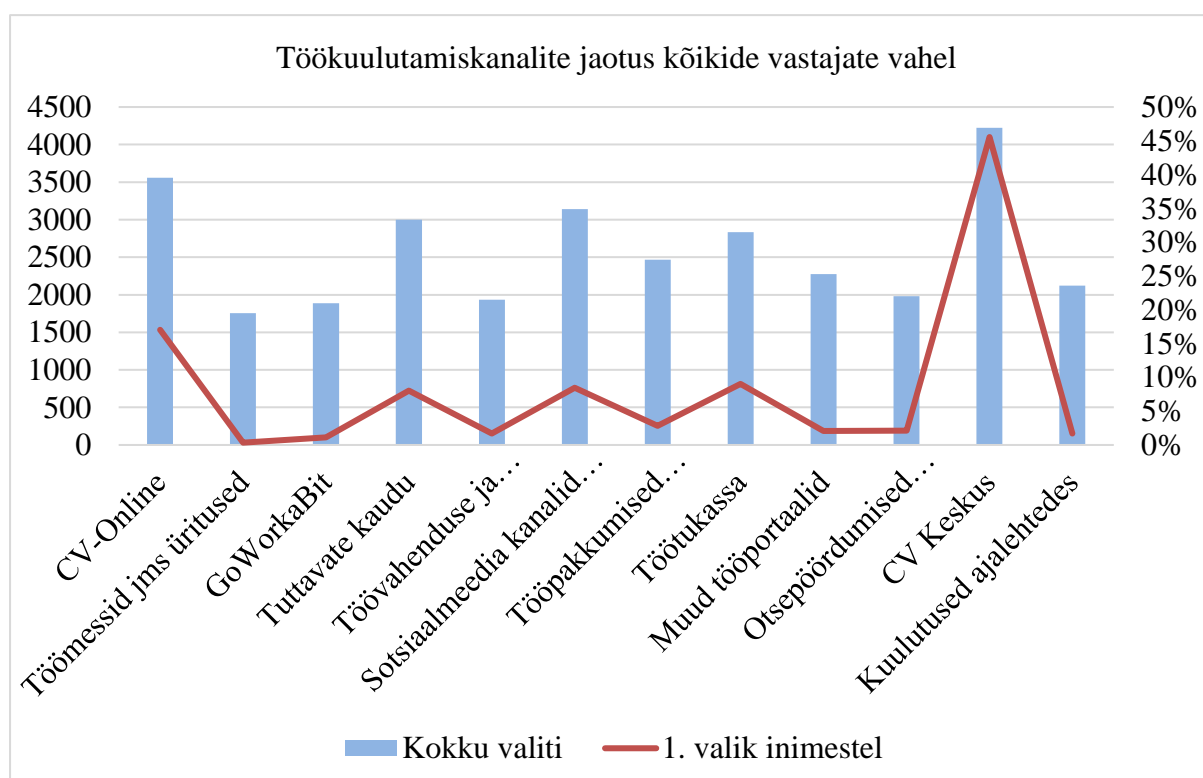
Allikas: autori koostatud tabel, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Järgmises ehk neljandas etapis uuritakse 12 töökuulutamiskanali populaarsust kõikide vastajate hulgas, kes vastasid küsimusele „Aktiivsus tööotsingul“ valikutega „Jälgin tööpakkumisi, aktiivselt tööd ei otsi“ ja „Otsin aktiivselt tööd eri kanalite kaudu“ ning valisid vähemalt ühe kuulutamiskanali (vt joonis 2). Selle etapi analüüsi valimi moodustavad 4649 vastajat. Graafiku tulpadest nähtub, mitu inimest üleüldse valis konkreetset kanalit hoolimata sellest, mis kohale nad selle paigutasid. Kõverjoon näitab, mitu protsenti vastanutest paigutas igat kanalit esimesele kohale ehk kui suurele protsendile vastajatest tundub iga kanal kõige atraktiivsem selleks, et töökuulutusi vaadata.

Analüüsist selgus, et kõikidest vastanutest kasutas portaali CVKeskus.ee ligi 4250 inimest ning 46% nendest paigutas selle ka esimesele kohale töökuulutamiskanali valimisel. Teise populaarse portaali CV Online valis ligi 3500 vastanut, see oli ka esimene valik 17% töökuulutamiskanali valimisel. Sellist populaarsust võib selgitada sellega, et ajaga on tööotsimine kolinud internetti. Veel 2003. aastal räägiti sellest, et internetiallikate kasutamine muutub iga aastaga järjest populaarsemaks. Allika autor tõi esile, et võrreldes 1998. aastaga muutus 2003. aastal internetist töö otsimine rohkem kui 3% populaarsemaks. (Stevenson, 2003) Võrreldes praeguste andmetega võib järeldada, et see formaalne meetod on kõige populaarsem ja neid kahte internetiallikat kokku paigutas esimesele kohale 63% vastanutest.

Samuti on väga populaarne sotsiaalmeediakanalite kasutamine tööotsimisel ja töökuulutuste jälgimisel – seda kasutab 3100 vastanutest, kuid ainult 8% pani selle esimeseks valikuks. Sama populaarne on tööotsimine tuttavate kaudu, mida praktiseerib umbes 3000 vastanutest, ja esimene valik on see samuti ainult 8% puhul. Töötukassa teenuseid kasutab ligi 2800 inimest ja 9% jaoks on see esimene koht, kust tööd otsida. Ei saa ka välistada, et need on inimesed, kes töötukassas arvel on.

Kõige vähem populaarsed töökuulutamiskanalid ankeedile vastajate seas on töömessidel osalemine, portaali GoWorkaBit kasutamine, otsepöördumised tööandja poole ja töövahenduse ja personaliotsingu firmade teenuste tellimine. Neid kasutab ligi 2000 vastanut ja esimeseks valikuks jäävad need kõige rohkem 2% puhul. Saab öelda, et neid üldiselt ei valigi keegi esimeseks kohaks, kust tööd otsida. Need meetodid vajavad suuremat panust kui lihtsalt internetiallikatest töö otsimine, mistõttu on need potentsiaalsele tööotsijale vähem atraktiivsed. Messidele kohale minekuks kulub rohkem aega ja vahendeid. Olles ise aktiivne messidel osaleja, selgitab autor selle meetodi eelist. Ei ole teada, kui paljud peale messi kandideerivad, aga kaubamärgi vaatest on tööandjale oluline olla pildis. Otsepöördumised võivad tekitada tööotsijatele ebamugavust. Eriti kui nad saavad negatiivse vastuse või ei saa üldse mingit vastust. GoWorkaBit ei tundu nii populaarne, sest see pakub enamasti lühemaid töötusi. Püsilepinguga tööd on sealt raske leida. Paljud inimesed võiksid aga eelistada püsitööd, kui kulutada aega sellele, et iga nädal uut töökohta otsida. See meetod võiks rohkem sobida õpilastele või parajasti rahalistes raskustes inimestele. Ajalehekuulutusi ja muid tööotsingukanaleid kasutab ligi 50%, kuid esimeseks valikuks jäävad nad samuti ainult 2%-le vastanutest. See tulemus oli oodatav, sest nooremad inimesed suurema tõenäosusega ajalehti ei osta ja tööd sealt otsima ei hakka. Karácsony *et al.* (2020) leidsid, et seda meetodit kasutab ligi 3%, sest töötsimine on ajaga kolinud interneti. Siinkohal ei saa me väita, et näiteks formaalsed kanalid on populaarsemad kui mitteformaalsed. Teooriale tuginedes saab neid kanaleid liigitada erinevalt. (Reid, 1972; Merlino, 2014)



Joonis 2. Töökuulutamiskanalite jaotus kõikide vastajate vahel

Allikas: autori koostatud joonis, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Eraldi tuuakse esile see, mis põhiametikohtade valdkondade esindajad aktiivselt tööpakkumisi otsivad või jälgivad. Kokku on esindatud 32 põhiametikohta valdkonna järgi (vt lisa A). Kokkuvõtvas tabelis (vt tabel 6) on välja toodud 10 põhiametikohta, kus on suurim protsendiline osakaal nendest, kes tööpakkumisi jälgivad. Peaaegu pooled vastanutest vahetaksid oma praegust töökohta või otsivad aktiivselt tööpakkumisi nendes valdkondades, kui nad praegu töötud on. On ka teada, et teise põhiametikoha erialase valdkonna esindajad moodustavad kogu küsitluse valimist suurima osakaalu, s.o umbes 10%. Sellest võib järeldada, et antud valdkonnas töötab üleüldse kõige rohkem inimesi. Seda järeldust kinnitab ka Statistikaamet, mis ütleb, et teenindussektori töötajad moodustavad umbes kaks kolmandikku kogu töötajate arvust Eestis. (Kutsekoda, 2018)

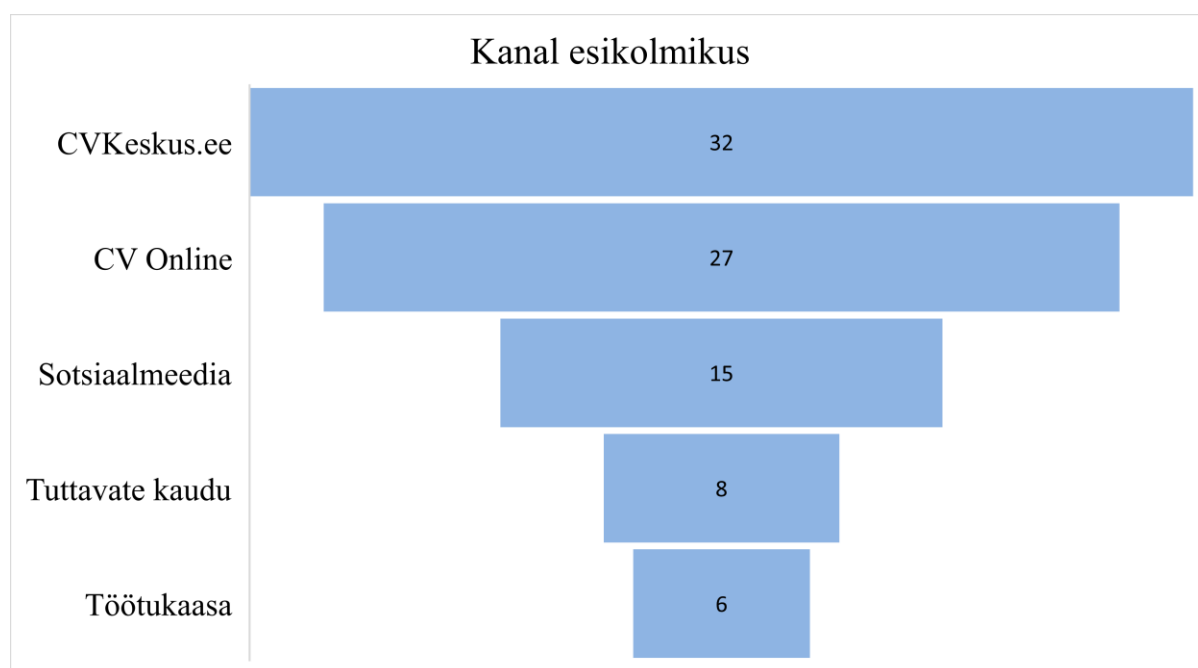
Tabel 6

Aktiivsete töötajate valimi jaotuse osakaal põhiametikoha järgi

Põhiametikoht erialase valdkonna järgi	Arv	%
Assisteerimine, sekretäri-, administraatori- jm kontoritöö	448	44%
Kaubanduse, müügi, klienditeeninduse, sisseostu ja varustamisega seotud tööd	1052	46%
Koristus- ja puhastustööd	150	45%
Kvaliteedi- ja sisekontrolliga seotud tööd	75	45%
Majutuse ja toitlustusega seotud tööd, sh klienditeenindus majutus- ja toitlustusasutustes	207	46%
Sotsiaaltöö ja hooldamine	183	42%
Spordi, reisimise ja vaba aja korraldamisega seotud tööd	37	41%
Transpordi, laonduse ja logistikaga seotud tööd, sh sõidukijuhid ja -hooldajad	577	44%
Turunduse, reklaami, suhtekorralduse ja kommunikatsioonivaldkonna tööd	183	45%
Tööstus ja tootmine	843	41%

Allikas: autori koostatud tabel, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Analüüsi viimases ehk viiendas etapis vaadetakse kolme populaarsemat tööotsimiskanalit iga põhiametikoha kohta (vaata lisa C). Kokkuvõttes selgus, et kolm populaarsemat kanalit igas ametirühmas varieerusid viie erineva vahel ja inimesed valisid enamasti kas kaks (4484) või kolm kanalit (4104). Nende hulka kuulusid CVKeskus.ee, CV Online, sotsiaalmeedia ning tuttavate kaudu ja töötukassast töö otsimine. Teised tööotsingukanalid ei olnud mitte ühtegi ametirühma puhul kolme populaarsema hulgas. Kuna vastajate arv varieerus 3-st 481-ni, ei saanud iga ametikoha puhul kolme populaarsemat kanalit esile tuua. Seega on osa ametikohtade juures nimetatud ainult üks kanal ning seetõttu on summa väiksem kui 96. 32 põhiametikoha esindajad 32 võimalikust valisid portaali CVKeskus.ee üheks kanaliks, kust tööd otsida. CV Online oli teisel kohal ja kuulus kolme populaarsema kanali hulka 27 ametikoha puhul – see on samuti raudkindel variant, kust tööd otsida. Sotsiaalmeedia oli esikolmikus alla pooltel ametikohtadel. Tuttavate kaudu ja töötukassast töö otsimine on levinud ainult neljandikul ametikohtadest. Edaspidi vaadeldakse igat kanalit täpsemalt ja selgitakse nende võimalikke kitsaskohti.



Joonis 3. Kanalite populaarsus ametikoha arvude kohta

Allikas: autori koostatud joonis, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Selleks et oleks võimalik kujutada, kui suure osa iga töökuulutamiskanal moodustab, oli tehtud joonis (vt joonis 3). Sellest nähtub, et CVKeskus.ee on kõikide ametikohade puhul peamine tööotsinguplatvorm. Vaatamata sellele, mis ametikohal inimesed töötavad, pöörduvad nad just portaali CVKeskus.ee poole, kui nad tahavad töökohta leida või olemasolevat vahetada. 15. aprilli seisuga on selles portaalis ka kõige rohkem aktiivseid töökuulutusi – 3747, kuid see arv varieerub iga päev. Keskmise tööpakkumiste arv jääb natuke üle 3000. Kantar Emori uuring kinnitab, et CVKeskus.ee on peamine tööotsingukanal Eestis. Uuringu tulemused näitasid, et ligi kaks kolmandiku vastajatest otsib tööd just sealt. On ka teada, et see on kõige külastatavam portaal Eestis ja selle populaarsus iga aastaga aina kasvab. Kui 2022. aastal külastati portaali CVKeskus.ee ligi 18 miljonit korda, siis 2023. aastal kasvas see arv umbes 22 miljonile. (Kantar Emor, 2023) Võib eeldada, et portaalide külastatavus kasvab koondamiste ja raske majandusliku olukorra tõttu, sest need ajendavad inimesi endale uut töökohta otsima. Ka siinse bakalaureusetöö tulemused kinnitavad, et see kanal jääb enamikul juhtudel esimeseks valikuks. Jooniselt nähtub, et CVKeskus.ee moodustab suurima ringi.

CV Online on samuti populaarne kanal, kuid MTÜ-de tegevuse; keskkonnahoiu ja jäätmekäitluse; põllumajanduse, metsanduse ja kalanduse; sotsiaaltöö ja hooldamise ning veevarustuse ja kanalisatsiooniga seotud tööde puhul ei pöördata CV Online'i nii palju. Sellest võib järeldada, et nendes valdkondades töötavad inimesed internetti tööotsimiseks eriti ei kasuta, vaid pöörduvad tööpakkumistega tutvumiseks pigem tuttavate poole.

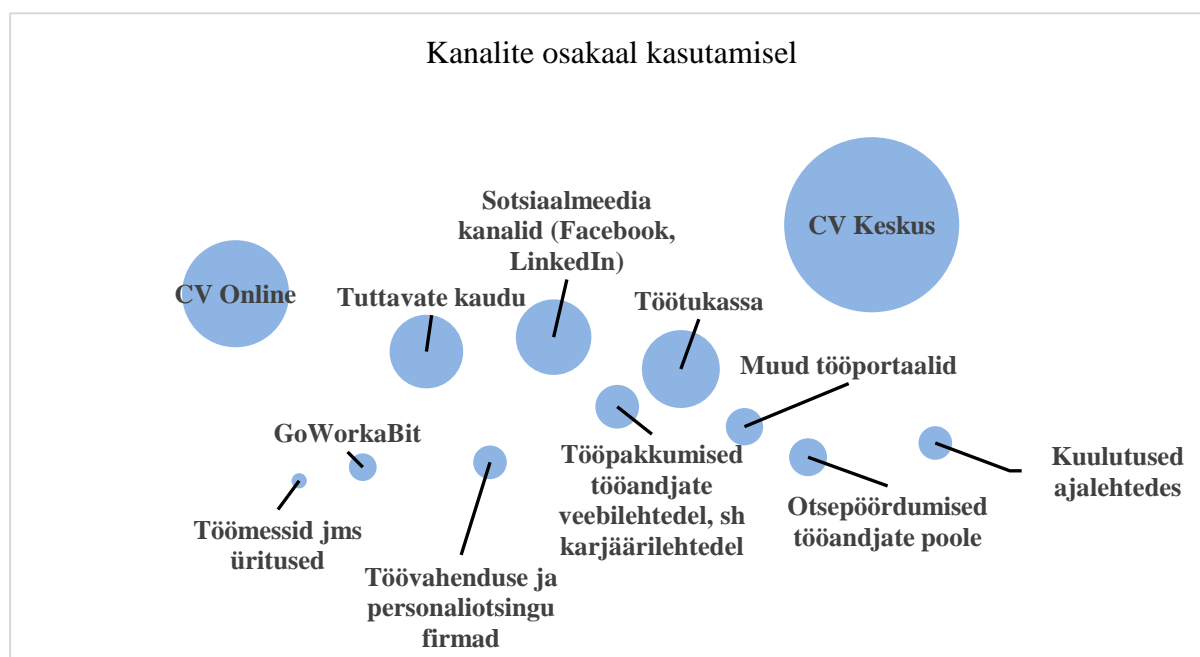
Tuttavate kaudu uurivad töövõimalusi samuti väga erinevate ametikohtade esindajad: peale eespool mainitute ehitamise ja elektritööde, avaliku sektori, tervishoiu, turunduse ja reklaamiga tegelevad inimesed. Võib eeldada, et see meetod on olnud populaarne nende inimeste seas, kellel on palju tuttavaid samadest valdkondadest. Kokku valis seda meetodit 3000 vastajat. Samuti on teada, et töökuulutamiskanal valimisel paigutati see enamasti kolmandale või neljandale kohale.

Selle kanali puhul uuritakse ka eraldi, kui paljud noored otsivad tööd tuttavate kaudu, sest teooriast selgus, et see meetod on populaarne just nooremate inimeste seas (Vacchiano *et al.*, 2018). Üldiselt peetakse inimest nooreks vanuses 7–26. Töö raames vaatleme inimesi vanuses 15 ja nooremad ning kuni 24 aasta vanused, sest sel juhul ei jää valimisse need, kes on vanemad. Samuti jäetakse valimist välja inimesed, kes vanuseküsimusele ei vastanud. Analüüsist selgus, et tuttavate kaudu tööd otsivad inimesed moodustavad vastajatest 8%, s.t 92% inimestest, kes seda meetodit kasutavad, on vanemad kui 24 aastat. Saadud tulemus ei

anna aga head ülevaadet, sest inimeste osakaal vanuses 15 ja nooremad ning nooremad kui 24 on üliväike ehk 5%. Kui vaadata seda osakaaluna, siis uurivad selles valimis olevad inimesed tuttavate käest töövõimaluste kohta 49,4% juhtumitest.

Sotsiaalmeediakanaleid, nagu Facebook ja LinkedIn, eelistavad samuti eri ametikohtadega inimesed. Kahjuks ei olnud võimalik eraldi välja tuua neid, kes LinkedInis tööd otsisid, sest vähetõenäoline on see, et näiteks iluteenuse ja põllumajandusega tegelevad inimesed sealt tööd leiavad. Varasem uuring aga näitab, et Facebook on sotsiaalmeediakanalitest kõige populaarsem, järgmine on LinkedIn ja seejärel Instagram (Karácsony *et al.*, 2020). Oli oodatav, et näiteks assisteerimise, juhtimise, andmetöötuse ja telekommunikatsiooniga tegelevad inimesed otsivad tööd just LinkedInist, kuna nende tööspetsiifika eeldab, et inimestel on vastav haridus ja töökogemus. Nemad leiavad tööd tihti ka tuttavate kaudu, keda nad LinkedInis jälgivad. Kinnitust sellele ei olnud aga võimalik saada.

Samuti oli ootuspärane see, et teenindussektori inimesed – näiteks koristajad, müüjad, sotsiaaltöötajad ja klienditeenindajad – otsivad tööd töötukassast. Huvitav oli täheldada, et ka õpetajad otsivad just sealt tööd. Selle kanali puhul uuritakse eraldi ka kõrgharitud inimeste osakaalu, sest teorias eeldatakse, et töötukassast nad endale tööd otsima ei hakka (Weber & Mahringer, 2008). Kõrgharitud vastajate alla kuuluvad inimesed, kellel on bakalaureuse-, magistri- ja doktorikraad ning rakenduslik kõrgharidus ehk tehnikumiharidus. Selle valimi osakaal kõikidest vastajatest on 51% ehk umbes pool. Analüüsist selgus, et selles valimis olevad inimesed paigutasid töötukassa enamasti teisele või kolmandale kohale. 22% kaalub töötukassat kui meetodit, kust tööd otsida. See kinnitab teoorias esitatud fakti, et kõrgharitud inimesed ei hakka endale tööd otsima töötukassa kaudu, kuna antud protsent on väike (Weber & Mahringer, 2008). Töötukassa kohta on ka teada, et seda kanalit on aastast 2020 külastatud rohkem kui CV Online'i (Kantar Emor, 2023). See fakt ei ole kuigi hästi kooskõlas uurimistöö raames tehtud analüüsiga, sest selle andmetel on töötukassa vähem populaarne kui CV Online. Samas võib väita, et töötukassa lehekülge küll vaadatakse palju, kuid tööd sealt endale ei leita. Ka jooniselt on näha, et CV Online moodustab suurema ringi kui töötukassa. Ülejäänud seitse kanalit on selle uuringu andmetel vähem populaarsed. Jooniselt nähtub, kui väikse osa nad tegelikult moodustavad. Nagu teoorias väideti, leidis kinnitust see, et ajalehekuulutused ei paku enam nii suurt huvi.



Joonis 4. Töökuulutamiskanalite populaarsuse graafiline kujundus

Allikas: autori koostatud joonis, lähtudes Palgainfo Agentuuri 2023. aasta kevadel tehtud uuringu tulemustest.

Järgmisena koostas autor kokkuvõtva tabeli (vt tabel 7) kolme uuringu põhjal, mis olid töös kajastatud nii teория- kui ka empiirilises osas. Selle tabeli puhul on kitsenduseks asjaolu, et Kantar Emori ja Palgainfo Agentuuri tulemused on kajastatud täisarvu, mitte osakaaluna. Kolmanda allika puhul on tulemused võetud osakaaluna ja neid on üpris raske võrrelda kahe esimesega, kuna sama allika puhul said autorid mõelda teistmoodi.

Mõlemad kolm allikat kinnitavad, et tööotsinguportaalid on uue töökoha leidmisel kõige populaarsemad. Esimesed kaks allikat ei ole eriti hästi kooskõlas, kuigi uuringud olid tehtud samal aastal ja Eesti töötajate seas. Esimeseks näiteks võib tuua portaalide CVKeskus.ee ja CV Online protsendilised vahed. Esimese kanali puhul on vahe 22% ja teise puhul 34%. Kolmas allikas kajastab kõiki tööotsinguportaaale ning selle osakaal kõikidest vastanutest on ka suurim. Need vahed võivad olla tingitud sellest, et Kantar Emori (2023) uuringus osales 1818 töövõtjat, samas kui Palgainfo Agentuuri uuringus osales 10 532 töövõtjat. Raske on öelda, kumb uuring annab parema ülevaate. Küll aga on kindel, et CVKeskus.ee on nende kahe seas kõige populaarsem.

Selleks, et aru saada, millest võib selline populaarsus olla tingitud, uuris autor aktiivsete tööpakkumiste arvu kahes kanalis – CVKeskus.ee ja CV Online. CV Online'i

portaalis jääb aktiivsete töökuulutuste arv 15. aprilli seisuga 3305 juurde. CVKeskus.ee leheküljel olev graafik näitab, et selle portaali külastatavus alates 2019. aastast väheneb (Kantar Emor, 2023). Kui 2019. aastal külastati seda ligi 7 miljonit korda, siis 2023. aastal kahanes see arv 6,4 miljoni peale. Võrreldes CVKeskus.ee portaaliga külastatakse CV Online'i portaali keskmiselt 3,4 korda vähem. Bakalaureusetöö tulemused aga näitavad, et nende vahe jääb alla 1%.

Järgmine kanal, mida saab kolme allika puhul võrrelda, on sotsiaalmeedia. Ka selle puhul on kitsenduseks see, et iga allikas vaatles erinevaid sotsiaalmeediakanaleid. Küll aga saame eeldada, et Facebook on kajastatud igas allikas. Kantar Emori agentuur võttis vaatluse alla LinkedIni kui eraldi tööotsimismeetodi. Sinha ja Thaly (2013), nagu ka Kantar Emor (2023), leiavad, et sotsiaalmeediakanaleid kasutab ligi 20%. Töö raames aga on teada, et seda kasutab kolm korda rohkem inimesi. Raske on öelda, kumb tulemus on õigem.

Tuttavate kaudu leiab Palgainfo Agentuuri (2023) ja Kantar Emori (2023) andmetel tööd umbes 42% vastanutest. Kolmas allikas vaatles töö leidmist soovitude kaudu. Siinkohal on raske eeldada, kas kaks esimest allikat uurisid sama või pigem kogusid töövõimaluste teavet tuttavate kaudu.

Edasi vaadeldakse personaliotsingu firmasid ja ettevõtte värbamisspetsialiste koos, kuna üldjoontes teevad nad sama tööd. Sinha & Thaly (2013) ning Kantar Emor (2023) leiavad, et inimesi, kes seda meetodit kasutavad, on vähe, umbes 6%. Küll aga on Palgainfo Agentuuri (2023) andmetel neid, kes pöörduvad personaliotsingu firmade poole (ligikaudu 42%). Siinkohal võib olla tegemist vastamisel tehtud veaga.

Ettevõtte koduleht on kõigi kolme allika puhul vähepopulaarne kanal tööotsimiseks. See võib olla tingitud sellest, et inimesed otsivad tööd enamasti valdkonna, mitte firma järgi. Ja mugavuse mõttes on palju lihtsam pöörduda kohtadesse, kuhu kõik huvi pakkuvad tööpakkumised on koondatud, kui otsida iga ettevõtte leheküljelt eraldi. Autorile kui värbamisega seotud inimesele on ka teada, et enamasti viivad need tööpakkumised, mille leiab tööotsinguportaalidest, ettevõtte kodulehele. Muretseda selle pärast, et mõned tööpakkumised jäävad märkamatuks, on mõttetu, sest ettevõtted panustavad palju sellesse, et jõuda õige kandidaadi juurde eri kanalite kaudu.

Ajalehekuulutusi vaatavad Palgainfo Agentuuri andmetel peaaegu pooled vastanutest, samas kui Kantar Emor (2023) leiab, et see nii populaarne ei ole. Sarnane seis on ka töötukassaga. Nende andmetel otsib ainult viiendik sealt tööd, samas kui töö analüüsist selgus, et ligi 60% tööotsijatest kasutavad seda aktiivselt. Ülejäänud kanalite kattuvusi ei

olnud võimalik määrata, sest need on liiga kitsad ning teised allikad sellisel kujul neid ei uurinud.

Tabel 7

Eelistatuid kanalid kolme uuringu põhjal

Kantar Emor (2023)	Palgainfo Agentuur (2023)	Sinha & Thaly (2013)
CVKeskus.ee – 69%	CVKeskus.ee – 91%	Tööotsinguportaalid – 28%
CV Online – 43%	CV Online – 77%	–
Sotsiaalmeediakanalid (Facebook, Instagram) – 20%	Sotsiaalmeediakanalid (Facebook, LinkedIn) – 68%	Sotsiaalmeediakanalid (LinkedIn jt) – 23%
Tuttavad, sõbrad ja sugulased – 46%	Tuttavate kaudu – 42%	Töötaja soovitamine – 11%
Ettevõtete värbamisspetsialistid – 6%	Töövahenduse ja personaliotsingu firmad – 42%	Personaliotsingu firmad – 7%
Ettevõtte koduleht – 15%	Ettevõtte koduleht – 3%	Ettevõtte koduleht – 5%
MeetFrank jt sarnased rakendused – 3%	Muud tööportaalid – 49%	–
–	Töömessid jms üritused – 38%	Ülikoolilinnakutes värbamine – 22%
–	–	Reklaam – 4%
Töötukassa – 21%	Töötukassa – 61%	–
Ajalehekuulutused – 15%	Ajalehekuulutused – 46%	–
LinkedIn – 14%	GoWorkaBit – 41%	–
–	Otsepöördumised tööandjate poole – 43%	–

Allikas: autori koostatud tabel, lähtudes Palgainfo Agentuuri (2023) ning (Kantar Emor, 2023) Sinha & Thaly (2023) uuringute andmetest.

See tabel andis hea ülevaate kolmes allikas uuritud kanalite kohta. Enamikus kohtades tulid tulemused väga erinevad. Tulemusi ei saa omavahel ka eriti võrrelda, sest vähemalt küsitluses pakutud vastused olid erinevad. Mitmes kohas võis ka täheldada, et sama vastuse all olid kajastatud eri asjad, näiteks sotsiaalmeediakanali all. Samuti on teada, et valimi maht on iga uuringu kohta erinev. Kuna autor tegi analüüsi Palgainfo Agentuuri andmete põhjal,

(sh demograafilise analüüsi), võib väita, et need tulemused on bakalaureusetöö jaoks peamised ja näitlikumad.

Töö empiirilise osa teises alapunktis sai autor analüüsida Palgainfo Agentuuri andmeid mitme fookusega, nii töökuulutamiskanalite vaatest kui ka spetsiifilisemalt eri eesmärkidele tuginedes. Saadud tulemused olid mitmeti üllatavad, samamoodi nagu mõned tulemused olid ootuspärased. Analüüsi käigus proovis autor luua seoseid teooriaosas uuritud faktidega ning teha saadud tulemuste põhjal oma järeldused.

Kokkuvõttes kinnitas tulemuste analüüs, et töökuulutamiskanal CVKeskus.ee on kõikide ametirühmade puhul populaarseim kanal töö otsimiseks ja kuulutuste vaatamiseks. Ametirühmapõhiselt selgus, et klienditeenindajad on tööturul kõige aktiivsemad ning nende hulgas on ka kõige rohkem neid, kes tööpakkumiste kohta teavet koguvad. Analüüsi käigus ilmnis autori jaoks huvitav avastus, et inimeste seas, kes olid vastamise hetkel töötud ja soovisid ka töökoha leida, ei panustanud tööotsimisprotsessi üldse.

Bakalaureusetöö koostamisel ilmnis autorile huvitav piirang. Nimelt ei olnud mõne analüüsi tegemisel võimalik uurida konkreetse kanali populaarsust töövõtjate seas, nagu LinkedIn. Ka sotsiaal-demograafilises uuringus ei saanud autor uurida töötavate inimeste soovi töötada. Töö tulemusi arvesse võttes jõudis autor järeldusele, et igat kanalit võiks uurida eraldi.

Kokkuvõte

Tööotsimine on kõigile tuntud ja mitmekesine protsess, millega on kokku puutunud iga inimene, kes on tööd või praktikakohta otsinud. See hõlmab väga palju tegevusi alates CV koostamisest kuni tööpakkumise vastuvõtmiseni, mida tööotsijad oma eesmärkide ja oskuste järgi ise koordineerivad. Suur osa sellest protsessist on kuulutamiskanalite valimine ja kasutamine. Iga päev ilmuvad tööportaalidesse töökuulutused, mida nii töötud kui ka tööol olevad inimesed vaatavad ja uurivad.

Töös uuriti kuue teadusallika (vahemikus 1967–2020) põhjal tööotsimise määratlusi nelja põhielemendi kaudu – ajalisus, sisu, intensiivsus ja isereguleeritus. Need märksõnad iseloomustavad tööotsimist kui tervikut ning iga element oli mainitud vähemalt kahes määratluses. Kõik neli põhielementi tulenesid autorite Kanfer, Wanberg ja Kantrowitz (2001) definitsioonist. Analüüsitud kirjanduse põhjal oli raske leida universaalset selgitust, kuid nende määratlus kajastas kõiki neid elemente ja seda saabki pidada kõige täpsemaks. Kõik põhielemendid olid selgitatud teadusallikate alusel, välja arvatud „isereguleeritus“, sest see näitaja ei olnud kajastatud teadusartiklite järgi tööotsimisel määrav.

Eritähelepanu pöörati tööotsingukanalite varasematele uuringutele, mida hiljem sai võrrelda empiirilises osas saadud tulemustega Eesti 2023. aasta andmete alusel. Varasematele uuringutele tuginedes oli teada, et enamasti kasutavad töötajad kahte tööotsingugeneraatorit ehk -meetodit. Suurem osa neist kasutab tööotsingukanaleid ja personaalset kontakti. Eriti palju on noori, kes uurivad töövõimalusi sõprade või tuttavate käest. Tööotsingukanali töötukassa kaudu otsib tööd rohkem inimesi, kui töötukassas arvel on, ja see tõik oli üllatav. Samuti on teada, et töötukassast leiab pigem lühiajalisi töötusi ja kõrgharitud inimesed tihti peale ei leiagi sealt tööd. Rääkides tööotsingukanalist, mis võib pakkuda kiiret lahendust ettearvamatutele kuludele, on inimestel väiksemad ootused palga ja töötingimuste suhtes.

Töö empiirilises osas tegi autor mitu sagedusanalüüsi vastavalt eesmärkidele ja ka sotsiaal-demograafilised uuringud. Autor leidis Palgainfo Agentuuri andmetele tuginedes, et küsitlusele vastasid rohkem kõrgharitud naised vanuses 35–44. Uuriti ka töövõtjate aktiivsust vastamise hetkel, tuginedes nende praegusele tööstaatusle (töötab/töötu), ning töötute rühmas arvestati ka soovi töötada. Selgus, et enamasti need inimesed, kes on töötud ja soovivad töötada, on tööturul kõige aktiivsemad. Kuid oli ka neid töötuid, kes vaatamata soovile tööd leida selleks eriti midagi ei teinud, tööpakkumistega ei tutvunud ega neid ka jälginud. Teises uuritavas rühmas leiti, et töötavad inimesed on enamasti avatud tööpakkumistele ja nad on ka üsna aktiivsed töötajad, viidates sellele, et nad ei ole oma praeguse töökohaga kuigi rahul.

Järgmine suurem analüüs, mille autor tegi, keskendus eri tööotsingumeetoditele. Sellest selgus, et enamasti kasutab töötaja 2-3 kanalit ning kõige populaarsem tööotsingukanal on CVKeskus.ee, millele järgnevad CV Online, sotsiaalmeedia, tuttavate käest uurimine ja töötukassa. Need 5 kanalit olid esindatud 32 põhiametikoha esikolmikus populaarsuse järgi. Erilist vahet selles, millist tööotsingukanalit (kas CV Online või CVKeskus.ee) eri ametikohtade esindajad kasutavad, ei olnud. CVKeskus.ee on aga aktiivsete töökuulutuste arvu poolest kõige populaarsem – selle paigutas esimesele kohale 91% vastajatest. Kinnitust, et tuttavate kaudu otsivad tööd nooremad inimesed, ei leitud. Küll aga selgus, et seda meetodit kasutavad enamasti füüsilise tööga seotud inimesed (nt ehitus, transport, tootmine, veevarustus) ning avaliku sektori ja turundusega seotud inimesed. Ka töötukassast töö otsimine ei olnud nii populaarne, kui kirjandusest alguses selgus. Enamasti otsivad sealt tööd teenindussektori töötajad ja kõrgharidusega inimestele ei ole see kanal nii atraktiivne. Sotsiaalmeediat, mis hõlmas Facebooki ja LinkedIni platvorme, kasutasid eri ametikohtade esindajad. Administraatorid, kunstnikud, personali- ja pangatöötajad otsivad

tööd või jälgivad tööpakkumisi just nendel platvormidel. Siinkohal on oluline märkida, et ei olnud võimalik uurida, mis kanali kaudu inimene tööpakkumistega tutvus. See aga on selle töö puhul oluline, sest iluteenustega seotud inimesed väidetavalt ei leia tööd LinkedInis, kuid pöörduvad rohkem Facebooki gruppidesse.

Ülejäänud meetodid, nagu töövahenduse ja personaliotsingu firmad, ettevõtte koduleht, muud tööportaalid, töömessid jms üritused, ajalehekuulutused, GoWorkaBit ja otsepöördumised tööandjate poole ei olnud võrreldes teiste meetoditega populaarsed. Neid vastajad esikohale ei paigutanud.

Tehtud tööst lähtudes peab autor oluliseks uurida iga sotsiaalmeediakanali populaarsust eri ametikohtade arvestuses ning ka sotsiaal-demograafilises uuringus võiks eraldi vaadelda töötavaid inimesi ja nende soovi töötada.

Viidatud allikad

1. Aldag, R., Schwab, D., & Rynes, S. (1987). Theories and Research on Job Search and Choice (lk 120–166). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1004.4323>
2. Barber, A. E., Daly, C. L., Giannantonio, C. M., & Phillips, J. M. (1994). JOB Search Activities: An Examination Of Changes Over Time. *Personnel Psychology*, 47(4), 739.
3. Faberman, R. J., & Kudlyak, M. (2016). The Intensity of Job Search and Search Duration. *Federal Reserve Bank of San Francisco Working Paper*, 1-46. <https://www.frbsf.org/wp-content/uploads/sites/4/wp2016-13.pdf>
4. Hamza, P. A., Othman, B. J., Gardi, B., Sorguli, S., Aziz, H. M., Ahmed, S. A., Sabir, B. Y., Ismael, N. B., Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Recruitment and Selection: The Relationship between Recruitment and Selection with Organizational Performance. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 1–13. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.1>
5. Hooft, E., Kammeyer-Mueller, J. D., Wanberg, C. R., Kanfer, R., & Basbug, G. (2021). Job search and employment success: A quantitative review and future research agenda. *Journal of Applied Psychology*, 106(5), 674–713. <https://doi.org/10.1037/apl0000675>
6. Hooft, E., Born, M., Taris, T., Flier, H., & Blonk, R. (2004). Predictors of job search behavior among employed and unemployed people. *Personnel Psychology*, 57, 25–59. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2004.tb02483.x>
7. Kanfer, R., Wanberg, C., & Kantrowitz, T. (2001). Job search and employment: A personality-motivational analysis and meta-analytic review. *The Journal of applied psychology*, 86, 837–855. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.5.837>
8. Kantar Emor: Cvkeskus.ee on peamine tööotsinguplatvorm kõikides ametirühmades ja ärivaldkondades. (2023, oktoober 18). *Digigeenius*. <https://digi.geenius.ee/sisuturundus/kantar-emor-cvkeskus-ee-on-peamine-tootsinguplatvorm-koikides-ametiruhmades-ja-arivaldkondades/>
9. Karácsony, P. 1, Izsák, T. 2, & Vasa, L. 3 1 J. S. U. (2020). Attitudes of Z Generation to Job Searching Through Social Media. *Ternopil: Centre of Sociological Research (NGO,)*227–240. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2020/13-4/14>

10. Klehe, U.-C., & Hooft, E. (2018). The Oxford Handbook of Job Loss and Job Search. *Oxford University Press*. (lk 259-274)
https://books.google.ee/books?id=FHtVDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
11. Kutsekoda (2018). Eesti tööturg täna ja homme. Vaadatud 15.04.2024,
<https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2018/12/Eesti-t%C3%B6%C3%B6turg-t%C3%A4na-ja-homme->
12. Lay, C. (1986). At last, My research article on procrastination. *Journal of research in personality*, 20, 474–495. <https://online.fliphtml5.com/lnni/uxfu/#p=15>
13. Lay, C., & Brokenshire, R. (1997). Conscientiousness, procrastination, and person-task characteristics in job searching by unemployed adults. *Current Psychology*, 16(1), 83–96. <https://doi.org/10.1007/s12144-997-1017-9>
14. Manroop, L., & Richardson, J. (2016). Job Search: A Multidisciplinary Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 18(2), 206–227. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12066>
15. Merlino, L. P. (2014). Formal and informal job search. *Economics Letters*, 125. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2014.10.008>
16. Motta Veiga, S. P., & Turban, D. B. (2018). Insight into job search self-regulation: Effects of employment self-efficacy and perceived progress on job search intensity. *Journal of Vocational Behavior*, 108, 57–66. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.06.010>
17. Potočnik, K., Anderson, N., Born, M., Kleinmann, M., & Nikolau, I. (2021). Paving the way for research in recruitment and selection: Recent developments, challenges and future opportunities. *European Journal Of Work And Organizational Psychology*, 30, 159–174.
18. Power, D., & Aldag, R. (1985). Soelberg's Job Search and Choice Model: A Clarification, Review, and Critique. *Academy of Management Review*, 48–58. <https://doi.org/DOI:10.2307/258211>
19. Reid, G. L. (1972). Job Search and the Effectiveness of Job-Finding Methods. *Industrial and Labor Relations Review*, 25(4), 479–495. <https://doi.org/10.2307/2521880>
20. Russo, G., Rietveld, P., Nijkamp, P., & Gorter, C. (2000). Recruitment channel use and applicant arrival: An empirical analysis. *Empirical Economics*, 25(4), 673–697. <https://doi.org/10.1007/s001810000042>

21. Saks, A. M. (2006). Multiple predictors and criteria of job search success. *Journal of Vocational Behavior*, 68(3), 400–415. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2005.10.001>
22. Shipp, A. J., Edwards, J. R., & Lambert, L. S. (2009). Conceptualization and measurement of temporal focus: The subjective experience of the past, present, and future. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(1), 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.05.001>
23. Sinha, V., & Thaly, P. (2013). A review on changing trend of recruitment practice to enhance the quality of hiring in global organizations. *Management (Croatia)*, 18, 141–156.
24. Stevenson, B. (2009). The Internet, Job Search, and Worker Mobility. *Studies of Labor Market Intermediation*, 67-86. <http://users.nber.org/~bstevens/papers/InternetSearchOLD.pdf>
25. Thomsen, S. L., & Wittich, M. (2010). Which One to Choose? Evidence on the Choice and Success of Job Search Methods. *Journal of Contextual Economics – Schmollers Jahrbuch*, 69(4), 445–483. <https://doi.org/10.3790/schm.130.4.445>
26. Tumen, S. (2016). Informal versus formal search: Which yields better pay? *International Journal of Economic Theory*, 12(3), 257–277. <https://doi.org/10.1111/ijet.12093>
27. Statistikaamet (2023) Töötuse määr. Vaadatud 07.01.2024, <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/valdkonnad/tooelu/tooturg/tootuse-maar>
28. Vacchiano, M., Martí, J., Yepes, L., & Verd, J. M. (2018). Personal Networks in Job Insertion among Young Adults in Times of Crisis: An Analysis in Barcelona. *Reis*, 161, 121–140. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.161.121>
29. Hee, S. M., Hooft, E. A. J., & Vianen, A. E. M. (2020). A temporal perspective of job search: The relation between personality attributes, motivation, job search behavior, and outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 122, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103489>
30. Wanberg, C. R., Ali, A. A., & Csillag, B. (2020). Job Seeking: The Process and Experience of Looking for a Job. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7(1), 315–337. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012119-044939>
31. Weber, A., & Mahringer, H. (2008). Choice and success of job search methods. *Empirical Economics*, 35(1), 153–178. <https://doi.org/10.1007/s00181-007-0148-z>

32. Yu, X., Yuan, Y., Liu, X., & He, B. (2022). Different Dimensions of Grit as the Predictor of Job-Search Intensity and Clarity. *Frontiers in Psychology*, 13.
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.825509>

LISA A

Põhiametikoht	Arv	% aktiivsetest tööotsijatest
Assisteerimine, sekretäri-, administraatori- jm kontoritöö	448	44%
Ehitamine ja elektritööd	362	33%
Elektrienergia ja soojuse tootmisega seotud tööd	75	29%
Esindusorganisatsioonide ja muude MTÜ-de tegevusega seotud tööd	14	21%
Finantsvaldkonna ja raamatupidamise tööd	396	36%
Iluteenindusega seotud tööd	30	40%
Info- ja telekommunikatsioonitehnoloogia tööd	591	32%
Infotöötlemise, andmete kogumise ja sisestamise tööd	104	32%
Juhtimise ja konsultatsiooni, analüüsi ja arendusega seotud tööd	193	34%
Kaevandamisega seotud tööd	24	29%
Kaubanduse, müügi, klienditeeninduse, sisseostu ja varustamisega seotud tööd	1052	46%
Keskkonnanahoiu ja jäätmekäitlusega seotud tööd	29	31%
Kinnisvarahalduse, -hoolduse ja -vahendamise seotud tööd	78	23%
Koristus- ja puhastustööd	150	45%
Korrakaitse ja päästeteenistuse tööd	133	36%
Kunsti, kultuuri, ajakirjanduse ja humanitaarteadustega seotud tööd	104	32%
Kvaliteedi- ja sisekontrolliga seotud tööd	75	45%
Loodus- ja tehnikateaduste rakendamisega seotud tööd	69	38%
Majutuse ja toitlustusega seotud tööd, sh klienditeenindus majutus- ja toitlustusasutustes	207	46%
Panganduse ja kindlustuse valdkonna tööd	142	27%
Personalitöö	151	37%
Põllumajanduse, metsanduse ja kalandusega seotud tööd	108	29%
Riigiasutuste ja kohalike omavalitsuste tegevusega seotud tööd	266	34%
Sotsiaaltöö ja hooldamine	183	42%
Spordi, reisimise ja vaba aja korraldamise seotud tööd	37	41%
Tervishoiu ja meditsiini valdkonna tööd	344	33%
Transpordi, laonduse ja logistikaga seotud tööd, sh sõidukijuhid ja -hooldajad	577	44%
Turunduse, reklaami, suhtekorralduse ja kommunikatsioonivaldkonna tööd	183	45%
Tööstus ja tootmine	843	41%
Veevarustuse ja kanalisatsiooniga seotud tööd	25	32%
Õigusvaldkond	68	37%
Õpetamine, koolitamine jm haridusvaldkonna tööd	613	31%

LISA B

Kanal	Kokku valiti		1. valik inimestel	
	Arv	%	Arv	%
CV Online	3557	77%	792	17%
Töömessid jms üritused	1756	38%	16	0%
GoWorkaBit	1887	41%	53	1%
Tuttavate kaudu	3000	65%	374	8%
Töövahenduse ja personaliotsingu firmad	1934	42%	78	2%
Sotsiaalmeedia kanalid (Facebook, LinkedIn)	3139	68%	394	8%
Tööpakkumised tööandjate veebilehtedel, sh karjäärilehtedel	2469	53%	132	3%
Töötukassa	2832	61%	419	9%
Muud tööportaalid	2277	49%	96	2%
Otsepöördumised tööandjate poole	1983	43%	99	2%
CV Keskus	4221	91%	2118	46%
Kuulutused ajalehtedes	2120	46%	78	2%

Allikas: Autori koostatud Palgainfo Agentuuri kevad 2023 uuringu tulemuste põhjal.

LISA C

Ametikoht	CVKeskus	CV Online	Tuttavate kaudu	Sotsiaalmeedia kanalid (Facebook, LinkedIn)	Töötukassa
Assisteerimine, sekretäri-, administraatori- jm kontoritöö	x	x		x	
Ehitamine ja elektritööd	x	x	x		
Elektrienergia ja soojuse tootmisega seotud tööd	x	x			
Esindusorganisatsioonide ja muude MTÜ-de tegevusega seotud tööd	x				
Finantsvaldkonna ja raamatupidamise tööd	x	x		x	
Iluteenindusega seotud tööd	x	x		x	
Info- ja telekommunikatsioonitehnoloogia tööd	x	x		x	
Infotöötlemise, andmete kogumise ja sisestamise tööd	x	x		x	
Juhtimise ja konsultatsiooni, analüüsi ja arendusega seotud tööd	x	x		x	
Kaevandamisega seotud tööd	x	x			
Kaubanduse, müügi, klienditeeninduse, sisseostu ja varustamisega seotud tööd	x	x			x
Keskonnahoiu ja jäätmekäitlusega seotud tööd	x				
Kinnisvarahalduse, -hoolduse ja -vahendamise seotud tööd	x	x			
Koristus- ja puhastustööd	x	x			x
Korrakaitse ja päästeteenistuse tööd	x	x			
Kunsti, kultuuri, ajakirjanduse ja humanitaarteadustega seotud tööd	x	x		x	
Kvaliteedi- ja sisekontrolliga seotud tööd	x	x		x	
Loodus- ja tehnikateaduste rakendamise seotud tööd	x	x			
Majutuse ja toitlustusega seotud tööd, sh klienditeenindus majutus- ja toitlustusasutustes	x	x			x
Panganduse ja kindlustuse valdkonna tööd	x	x		x	
Personalitöö	x	x		x	
Põllumajanduse, metsanduse ja kalandusega seotud tööd	x			x	x
Riigiasutuste ja kohalike omavalitsuste tegevusega seotud tööd	x	x	x		
Sotsiaaltöö ja hooldamine	x			x	x

Ametikoht	CVKeskus	CV Online	Tuttavate kaudu	Sotsiaalmeedia kanalid (Facebook, LinkedIn)	Töötukassa
Spordi, reisimise ja vaba aja korraldamisega seotud tööd	x	x		x	
Tervishoiu ja meditsiinivaldkonna tööd	x	x	x		
Transpordi, laonduse ja logistikaga seotud tööd, sh sõidukijuhid ja -hooldajad	x	x	x		
Turunduse, reklaami, suhtekorralduse ja kommunikatsioonivaldkonna tööd	x	x	x		
Tööstus ja tootmine	x	x	x		
Veevarustuse ja kanalisatsiooniga seotud tööd	x		x		
Õigusvaldkond	x	x		x	
Õpetamine, koolitamine jm haridusvaldkonna tööd	x	x			x

Allikas: Autori koostatud Palgainfo Agentuuri kevad 2023 uuringu tulemuste põhjal.

Summary

USE OF JOB SEARCH CHANNELS AMONG ESTONIAN JOB SEEKERS BASED ON THE SALARY INFORMATION AGENCY DATA IN SPRING 2023

Annika Helimets

Job search is a process familiar to every adult who has ever looked for a new job or a young person who is just starting a career path. Every day, new job offers reach job seekers through various job portals.

The goal of this thesis is to find out which job search channels are used by active Estonian job seekers from different occupational groups, based on the data of the Estonian Salary Information Agency's 2023 spring survey.

Author sets the following tasks to fulfill the goal:

- study the definitions of the job search process and analyze them;
- analyze and explain the key elements of the job search process;
- based on other studies, study the popularity of job search channels among different target groups;
- organize the data of the Estonian Salary Information Agency based on the purpose;
- investigate the popularity of various job search channels among active job seekers in Estonia;
- analyze the results, relate them to the theory part and draw conclusions about which job search channels are used by job seekers in different occupational groups.

In the theoretical part, the work examined the definitions of job search through four key elements - temporality, content, intensity and self-regulation, based on six research sources that spanned the period 1967-2020. These keywords characterize the job search as a whole, and each element was mentioned in at least two definitions. All four key elements were read from the definition of authors Kanfer, Wanberg, Kantrowitz (2001). And can be considered as the most accurate.

In the empirical part of the work, the author conducted several frequency analyzes according to the goals, as well as a socio-demographic study. The activity of respondents at the time of answering was also examined based on their current employment status and the desire to work. Turned out that mostly people who are unemployed and want to work are the most active on the labor market. But there were also unemployed people who, despite their desire to find a job, did not read or look job offers. Also it was found that employed people

are mostly open to job offers and are also quite active in their job search, which may indicate that they are not very satisfied with their current job.

The next major analysis was focused on different job search methods. It turned out that jobseekers mostly use 2-3 channels, and the most popular job search channel is CVKeskus.ee, followed by CV Online, social media, personal contact and the Unemployment Insurance Fund. These 5 channels were represented in the top 3 of 32 main occupational groups. 91% of respondents ranked CVKeskus.ee as the first place to look for a job. No confirmation was found that younger people are looking for work through personal contact, but it is now known that this method is mostly used by people involved in physical work. Social media, which included the Facebook and LinkedIn platforms, were used by representatives of a wide variety of positions. At this point, it is important to note that it was not possible to find out through which channel the person found the job offers.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Annika Helimets

annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Tööotsimiskanalite kasutamine Eesti aktiivsete töötajate seas Eesti Palgainfo Agentuuri 2023 aasta kevade uuringu andmetel“, mille juhendaja on Anne Aidla, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

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

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

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

Annika Helimets

09.05.2024