



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 03 | pp. 447-452 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

TURIZM SOHASIDA MALAKALI KADRLAR QO'NIMSIZLIGINING HOLATI VA MAVSUMIYLIK MUAMMOSINI HAL ETISH YO'LLARI BORASIDA TAVSIYALAR



Raxmatov Adxam Itolmasovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

“Investitsiya va innovatsilar” kafedrası PhD, dotsent v.b.

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm sohasida malakali kadrlar qo'nimsizligining holati va mavsumiylik muammosini hal etish yo'llari borasida tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm, iqtisodiyot, strategiya, talab, taklif, kadr, bandlik, qo'nimsizlik, mavsumiylik, malaka, eksport, “24 soat turizm”.

Аннотация: В данной статье разработаны рекомендации относительно ситуации нехватки квалифицированных кадров в сфере туризма и пути решения проблемы сезонности.

Ключевые слова: туризм, экономика, стратегия, спрос, предложение, персонал, занятость, неудовлетворенность, сезонность, квалификация, экспорт, «24-часовой туризм».

Abstract: In this article, recommendations have been developed regarding the situation of shortage of qualified personnel in the field of tourism and ways to solve the problem of seasonality.

Key words: tourism, economy, strategy, demand, supply, personnel, employment, dissatisfaction, seasonality, qualification, export, "24 hours tourism".

Kirish: Turizm xizmatlari sohasidagi mehnat bozori to'g'risida gap ketganda uning o'ziga xos xususiyatlarini e'tirof etish zarur. Ya'ni, turizmda mehnat bozori – mehnat resurslaridan foydalanishning shunday ijtimoiy-iqtisodiy shakli bo'lib, unda ishchi kuchi tovar sifatida namoyon bo'ladi hamda bozor qonunlariga muvofiq sotiladi va sotib olinadi. Biroq, bu turizm xizmatlari sohasida o'ziga xos zamonaviy va sivilizatsiyalashgan mehnat bozori shakllangan degani emas. Unda ham ba'zida ishchi kuchiga nisbatan talab va taklifning muvozanati buzilib, bozor qonunlariga muvofiq kelmay qolish holatlari uchrab turadi. Masalan, O'zbekistonda ham aksariyat turizm xizmatlarini ko'rsatuvchi sub'ektlar tomonidan turizm mavsumiga qarab turoperatorlar, turagent va gidlar, ofitsiant, oshpaz, ish boshqaruvchi, maxsus haydovchi va boshqa shu kabi turizm sohasidagi **malakali kadrlar va yuqori malakali xodimlarga ehtiyoj seziladi**. Sababi, sohadagi mavsumiylik xarakteri ish vaqtining notekis taqsimlanishini hamda to'liq band bo'lmagan mehnat resurslarining katta qismini keltirib chiqaradi. Odatda, mavsumiylik va

to'liq bo'lmagan ish vaqti sharoitida malakali ishchilarni yollash va ushlab turish korxonada faoliyatida jiddiy muammolarga sabab bo'ladi. Ayniqsa, mehnat bozori nazariyasiga ko'ra, mavsumiylik mavsumdan tashqari ishchilar ish haqini qisqartirishni emas, balki ularni ishdan bo'shatishni nazarda tutadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Turizm xizmatlari sohasidagi mavsumiylik muammosini hal qilish bo'yicha ko'plab iqtisodchi olimlar tadqiqot olib borishgan. Rossiyalik olimlardan I.T.Balabanov, A.I.Balabanov[1], A.Y.Aleksandrovalar[2] turizm sohasidagi mavsumiy tebranishlarni fasllar almashinishi munosabati bilan iqtisodiy faollik darajasining va iqtisodiy faoliyat ko'lamining oshishi yoki kamayishi sifatida ta'rif berishgan. Masalan, N.A.Sorokina tadbirkorlik turizmi tarkibida bir nechta segmentlar mavjudligi aytgan[3], R.Devidson «ishbilarmonlik turizmi» va «MICE turizmi» atamalarini o'zaro bog'liq, biroq bir xil tushunchalar emas degan xulosaga kelgan [4].

Tadqiqot va natijalar: Yuqoridagi fikr mulohazalarning to'g'riligini tahlil qilish maqsadida turizm ustun rivojlangan ba'zi davlatlarning turizm va malakali kadrlar bandlik ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganishni maqsadga muvofiq deb topdik.

1-jadval

2020 – 2023-yillarda mamlakatlarning turizm sohasidagi malakali kadrlar bandlik ko'rsatkichlarining o'zgarishi

№	Mamlakatlar	Turizm sohasida band bo'lgan malakali kadrlar soni (mln. kishi)			Turizm sohasidagi malakali kadrlarni jami band aholi sonidagi ulushi (%)		
		2020	2023	o'zgarishi, %	2020	2023	o'zgarishi, %
1	Fransiya	2,4	2,6	108,3	8,6	9,0	104,6
2	Meksika	5,5	6,0	109,0	10,8	10,9	100,9
3	Ispaniya	2,3	2,5	108,6	11,9	12,7	106,7
4	Turkiya	2,1	2,4	114,2	8,0	8,4	105,0
5	Italiya	2,4	2,6	108,3	10,6	11,6	109,4
6	AQSh	9,7	10,5	108	6,6	6,9	104,5
7	Gretsiya	0,7	0,8	114,2	18,3	19,9	108,7
8	Avstriya	0,4	0,4	100,0	10,3	10,2	0,99
9	Germaniya	5,0	5,1	102,0	11,3	11,4	100,8
10	BAA	0,5	0,5	100,0	9,7	10,6	109,2

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, 2022-yilda 2020-yilga nisbatan Gretsiya va Turkiya davlatlarining turizm sohasida band bo'lgan malakali kadrlar aholi soni boshqa davlatlarga qaraganda yuqori sur'atda (14,2 % dan) ko'paygani yaqqol ko'zga tashlanib turibdi. Bunga mutanosib tarzda turizm sohasidagi band malakali kadrlarning jami band aholi sonidagi ulushi ham mos ravishda 8,7 foiz va 5 foizga yuqorilaganini ijobiy baholash mumkin. E'tiborli jihati shundaki, butun jahonda ro'y bergan epidemiologik vaziyatdan keyin yuqori turistik salohiyatga ega Fransiya, Italiya va Germaniya davlatlarida ham bunday o'sish sur'ati kuzatilmagan.

So'ngi yillarda O'zbekiston turizm xizmatlari sohasida kadrlar qo'nimsizligi darajasi boshqa rivojlangan davlatlarnikidan ancha yuqori ko'rsatkichni qayd etganligi tadqiqotlar davomida aniqlandi. 3.2.1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, so'ngi yillarda O'zbekiston turizm sanoatida kadrlar qo'nimsizligi darajasi o'rtacha 22,8% ni tashkil qilmoqda. Ushbu ko'rsatkich, qo'shni Rossiya va Qozog'iston davlatlarida o'rtacha 12-14% ni tashkil qilishini hisobga olsak, O'zbekistonda turizm sohasida faoliyat olib boruvchi kadrlar qo'nimsizligi qoniqarsiz darajada ekanligini ko'rish mumkin.

Bizningcha, turizm xizmatlari sohasida malakali kadrlar bandligining mehnatga qiziqish hissini uyg'otish boshqalariga nisbatan biroz qiyin, chunki sohadagi bandlikning mavsumiylik xarakteri ishchining lavozimga ko'tarilish, shaxsiy karyerasini yaratish imkoniyatlarini zaiflashtiradi. Bu, esa o'z navbatida, malakali xodimlarni rag'batlantirish masalalarini ba'zi hollarda hal qilib bo'lmaydigan muammoga aylantiradi. Ushbu muammoni o'z vaqtida hal qilish yo'llari topilmasa, turistik kompaniyalar rahbariyati doimiy ravishda yangi xodimlarni yollashga majbur bo'ladi. Bu, bir tarafdin turistik kompaniyalar uchun kasbiy tayyorgarlik xarajatlarini kupaytirsas, ikkinchi tarafdin sohada malakali kadrlar qo'nimsizligining kuchayishiga sabab bo'ladi.

2-jadval

2016-2022-yillarda O'zbekiston turizm sohasida kadrlar qo'nimsizligi darajasi

No	Yillar	Ko'rsatkichlar	O'zbekiston Respublikasi	Kadrlar qo'nimsizligi darajasi, %
1	2016	Qabul qilingan xodimlar soni	56 821	21,9
		Ketgan xodimlar soni	41 284	
		Jami xodimlar soni	188 594	
2	2017	Qabul qilingan xodimlar soni	68 203	20,2
		Ketgan xodimlar soni	42 498	
		Jami xodimlar soni	209 659	
3	2018	Qabul qilingan xodimlar soni	77 679	20,5
		Ketgan xodimlar soni	48 048	
		Jami xodimlar soni	234 458	
4	2019	Qabul qilingan xodimlar soni	98 217	22,4
		Ketgan xodimlar soni	60 338	
		Jami xodimlar soni	269 250	
5	2020	Qabul qilingan xodimlar soni	56 270	29,0
		Ketgan xodimlar soni	69 766	
		Jami xodimlar soni	240 903	
6	2021	Qabul qilingan xodimlar soni	69 848	23,2
		Ketgan xodimlar soni	54 223	
		Jami xodimlar soni	233 983	
7	2022	Qabul qilingan xodimlar soni	78 633	22,5
		Ketgan xodimlar soni	59 237	
		Jami xodimlar soni	262 111	
8	O'rtacha kadrlar qo'nimsizligi darajasi, %			22,8

Shu boisdan, mamlakatda turizm xizmatlari va unga aloqador turdosh tarmoqlarni jadal rivojlantirish hamda ularning faolligini oshirish orqali mamlakatda band bo'lgan aholi sonini oshirish uchun eng avvalo, sohadagi mavsumiylik masalasini hal qilish o'ta dolzarb masalaga aylanadi. Chunki, sohada mavsumiylik muammosining hal qilinishi undagi kadrlar qo'nimsizligining qisqarishiga va natijada bandlik darajasining oshishiga, mehnat unumdorligining o'sishiga zamin yaratadi.

3-jadval

O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar soni, ming nafar

№	Yillar	Yanvar-mart	Aprel-iyun	Iyul-sentyabr	Oktyabr-dekabr	Jami
1	2016	325,7	678,4	821,3	201,6	2 027,0
2	2017	425,0	827,9	925,5	511,7	2 690,1
3	2018	972,3	1349,3	1593,9	1430,7	5 346,2
4	2019	1380,2	1654,6	1903,7	1810	6 748,5
5	2020	1214	2,1	138,2	149,8	1 504,1
6	2021	238,9	452,8	443,9	745,7	1 881,3
7	2022	969,9	1 556,4	1 711,7	994,8	5 232,8

2016-2022 yillarda O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar sonining mavsum bo'yicha tahlili shuni ko'rsatdiki, mamlakatimizga oktabr-dekabr va yanvar-mart oylarida qolgan oylarga nisbatan kamroq sayyohlar tashrif buyurgan. Demak, bundan mamlakatda oktabr-mart oylarini turizm mavsumidan tashqari davr, aprel-sentyabr oylarini esa turizm mavsumi yuqori bo'lgan davr deb belgilash mumkin.

Bizningcha turizm sohasida malakali kadrlar qo'nimsizligi sohadagi nafaqat bandlik darajasiga, balki ekologik, ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy, demografik, psixologik va moddiy-texnik jihatlariga ham o'z salbiy ta'sirini ko'rsatadi.

Bugungi kunda biz turizm sohasida malakali kadrlar qo'nimsizligini qisqartirish va mavsumiylikning davomiyligini ta'minlashning bir qancha ta'sirchan usullari tavsiya qilishga harakat qildik, uning ichida eng samaralisi mavsumdan tashqari jozibadorligini yo'qotmaydigan turizmning yangi shakllarini ommalashtirish hisoblanadi. Shunday shakllardan biri – "24 soat turizm"dir. Sababi, so'ngi yillarda mintaqalar va mamlakatlar o'rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy va marifiy, ishbilarmonlik va biznes aloqalar yildan yilga yaqinlashib, rivojlanib bormoqda. Bunday ijtimoiy-iqtisodiy aloqalarning rivojlanishi, o'z navbatida, mamlakatlar o'rtasidagi tadbirkorlik munosabatlarini rag'batlantiradi. Shuningdek, mamlakat milliy iqtisodiyotining rivojlanishi va jahon bozoriga integratsiyalashuvini ham boshqa davlatlar bilan yaqin oilaviy tadbirkorlikdir aloqalarini rivojlantirmasdan tasavvur qilish qiyin. "24 soat turizm" aloqalari, texnologiya va axborot almashinuvi, yangi bozorlarni izlash, sarmoyaviy va qo'shma loyihalar bo'yicha hamkorlarni topish, xodimlarni o'qitish va korporativ madaniyatni joriy qilish - bularning barchasi ishbilarmonlik turizmidir. Demak, mamlakatlar

o'rtasidagi har qanday ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy, marifiy, ishbilarmonlik va biznes aloqalari bevosita tadbikorlik turizmi bilan bog'liq.

Bizningcha, bu kelgusida mamlakat turizm jozibadorligini kuchaytirish va turizm xizmatlarini rivojlantirish orqali kelayotgan sayyohlar oqimini oshirishda «24 soat turizm» ni rivojlantirish zarurligini taqozo qiladi.

4-jadval

2016 – 2022-yillarda O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlarning safar maqsadlari bo'yicha taqsimlanishi, ming nafar

№	Safar maqsadlari	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022-yilning 2016-yilga nisbatan o'zgarishi, %
1	Xizmat	149,7	28,4	56,5	53,1	17,4	60,7	83,8	55,9
2	O'qish	6,3	7,4	14,6	21,4	4,7	6,4	8,8	139,6
3	Dam olish va bo'sh vaqt	175,5	230,5	458,1	1043,9	129,3	155,1	392,2	223,4
4	Qarindoshlarni yo'qlash	1651,2	2371,7	4713,5	5520,7	1321,4	1613,1	4657,6	282,0
5	Davolanish	27,1	26,4	52,5	55,5	15,0	32,4	70,0	258,3
6	Tijorat	17,2	25,6	50,9	53,9	16,3	13,6	20,4	118,6
	Jami	2027,0	2690,1	5346,2	6748,5	1504,1	1881,3	5232,8	258,1

Taklif va tavsiyalar: Bizningcha, mamlakat turizm sohasini mavsumdan tashqari davrda faol va yuqori sur'atlarda rivojlantirish uchun «24 soat turizm» ga turizmning eng muhim yo'nalishlaridan biri sifatida alohida ahamiyat berish hamda unga turizmni rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlardan biri sifatida qarash zarur. Chunki «24 soat turizm» bir tarafdin mavsumga bog'liq bo'lmagan va mavsumdan tashqarida o'z jozibadorligini yo'qotmaydigan, o'ziga xos xususiyatlar ega yangi turizm yo'nalishlaridan biri sifatida namoyon bo'lsa, ikkinchi tarafdin uning yuqori sur'atlarda rivojlanishi xorijiy sayyohlarning mamlakatga yil davomida doimiy tashrif buyurishiga hamda turistik infratuzilma ishtirokchilari faoliyatining rivojlanishiga katta imkoniyat yaratadi. Fikrimizni quyidagilar bilan asoslamoqchimiz:

Birinchidan, «24 soat turizm» mavsumiylikka ega emas, tadbirkorlik sayohatlari har qanday sharoitda va yilning istalgan vaqtida amalga oshiriladi (hattoki, global pandemiya sharoitida ham turli cheklovlarning kiritilishi ishbilarmonlik tashriflarini to'xtatib qololmadi). Shuningdek, uning rivojlanishi mezbon hududdagi turizm infratuzilma ob'ektlarining yil davomida faol ishlab turishini ta'minlaydi.

Ikkinchidan, «24 soat turizm» mijozlari ularga taqdim etilayotgan xizmatlar sifati va tezligiga qarab boshqa yo'nalishlardagi turistlarga qaraganda o'ch-to'rt barobar ko'proq pul to'laydi. Sababi, ishbilarmon sayohatchilarning aksariyati kompaniyalarning

katta va o'rta menejerlari bo'lganligi sababli ularga yuqori darajadagi (qimmat) xizmatlar ko'rsatiladi. Bu mezbon hudud uchun yuqori daromad olish imkoniyati demakdir.

Uchinchidan, konferensiya, kongress va boshqa maqsadda xizmat safariga kelgan MICE turizmi sayohatchilari o'ziga xos "elchi" vazifasini bajaradi. Ular ko'p hollarda taniqli, obro'li yoki muhim ahamiyatga ega odamlar bo'lganligi sababli, ularning fikri o'z vatanlarida O'zbekiston imidjini belgilab beradi.

To'rtinchidan, tadbirkorlik turizmining keng qirralari ularning yangi segmentlarini qamrab olishga imkon beradi. Shu bilan birga, ishbilarmonlik turizmi xizmatlarining kompleksligi turizm bozoriga yangi xizmat turlarining kirib kelishiga yo'l ochib beradi. Bu esa, o'z navbatida, mamlakatda mavsumdan tashqari davrda ham yangi ish o'rinlarini yaratish imkoniyatini beradi.

Xulosa : Yuqoridagi fikrlardan "24 soat turizm" O'zbekiston turizm sektorida mavsumiylik omilini hal etishning istiqbolli yo'lanishlaridan biri ekanligi to'g'risida xulosaga kelish mumkin. Bunda mamlakatda ishbilarmonlik muhitini yangi bosqichga olib chiqish, tashqi bozorda milliy turizmning ijobiy imidjini shakllantirish, hududlarda turizm infratuzilma ob'ektlariga faol investitsiyalarni jalb qilish sohaga mas'ul vakolatli davlat organlari, mahalliy hokimliklar va nodavlat tashkilotlarining zimmasiga qo'shimcha ma'uliyat yuklaydi.

Demak, O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlari sohasini jadal rivojlantirish, mamlakat turizm mehnat bozorida band bo'lgan aholi tarkibida turizmning hissasini oshirish va sohada yangi ish o'rinlarini muntazam yaratishning eng muhim shartlaridan biri sohadagi malakali kadrlar qo'nimsizligiga barham berish va mavsumiylik masalasini hal qilishdir. Ushbu o'ta muhim va dolzarb muammoni hal qilishning eng samarali yo'llaridan biri – bu mamlakatda mavsumiylikka bog'liq bo'lmagan turizm shakllaridan "24 soat turizm" ni jadal rivojlantirish va uni tashkiliy-iqtisodiy jihatdan rag'batlantirish zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. Пособие. М.: Финансы и статистика, 1999. 176 с.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм [Учебник]. М.: Аспект Пресс, 2002. 286 с
3. Сорокина Н.А. Развитие концептуального подхода к определению делового туризма. // Известия СПбГЭУ. 2015. № 3 (81).
4. Rob Davidson, Tony Rogers. Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events. 2016.
5. <https://wtcc.org/research/economic-impact> (murojaat qilingan sana 14.05.2023 yil, soat 22:19)

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

