

ХОЗИРГИ пайтда статистик маълумотлар қишлоқда ишчи кучига бўлган талаб ва таклифни тўлиқ ифодалай олмаяпти. Чунки, қишлоқ хўжалигида иш жойларини ҳисобга олишнинг мақбул услубияти йўқлигидан ишчи кучига бўлган талаб миқдорини аниқлаш мураккаблигича қолмоқда.

Қишлоқ аҳолиси бандлигини меҳнат бозори меҳнатчилари асосида оқилна тартибга солиш эса ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф миқдори ва таркибини доимий таҳлил қилиб боришни тақозо этадики, иқтисодий жиҳатдан мушоҳада этилган мулоҳазалар шу асосда ишлаб чиқилади. Шундай муаммоларни ечишда кадрлар маркетинги асосларини кенг қўллаш ижобий натижалар беради.

Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда товарларга бўлган талаб ва таклифни ўрганишда маркетинг кенг қўлланади. Ўзбекистонда эса, маркетинг фан сифатида шаклланиб, товарлар, қимматбаҳо қоғозлар ва инвестициялар бозорларини таҳлилда ўз ижобий натижаларини бермоқда.

Лекин қишлоқ меҳнат бозорининг таркибий қисмларини ўрганишда ундан деярли фойдаланилмаяпти. Бунинг асосий сабаби эса кадрлар маркетингини амалиётда қўллаш услубияти яратилмаганлигидир. Ҳолбуки, ҳозирги замон қишлоқ ишбилармонининг асосларини яхши билмоғи лозим.

Кадрлар маркетинги ишчи кучига бўлган талаб ва таклифни ҳамда улар ўртасидаги нисбатнинг ҳозирги ва келажакдаги ҳолатини ўрганибгина қолмасдан, аҳоли бандлигини тартибга солувчи асосий механизмлардан бири сифатида ҳам хизмат қилади. Унинг ёрдамида зарур ахборотларни тўплаш ва таҳлил қилиш билан бирга, меҳнат бозори конъюктурасини ўрганиш, зарур мутахассисликларга бўлган талабни аниқлаш ва уларни тайёрлаш ва улар малакасини ошириш юзасидан таклифлар ишлаб чиқиш ҳамда кенг миқёсда реклама фаолиятини олиб бориш имкониятларига эга бўлинади. Бу фаннинг бош мақсади ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф ўртасидаги энг мақбул нисбатларни вужудга келтириш асосларини ўрганишдан иборатдирки, бу қишлоқ аҳолисининг оқилна бандлигини таъминлашда энг муҳим иқтисодий-ижтимоий аҳамият касб этади.

Кадрлар маркетинги меҳнат биржалари фаолиятида, айниқса, кенг қўлланиши лозим. Бу масалада кичик ва ўрта меҳнат биржалари илмий-тадқиқот институтларига, махсус ташкилотларга ёки тажрибали мутахассис-иқтисодчи олимларга мурожаат қилишлари мумкин. Йирик меҳнат биржалари эса ўз таркибида кадрлар маркетинги бўлимини тузиб, унинг ходимлари орасида иқтисодчи социолог, психолог, математик ва кибернетиклар ҳамда бошқа юқори малакали мутахассислар бўлишини таъминлашлари керак. Улар статистик методларнинг ва иқтисодий-математик моделларнинг тўпламлари (банклар) ёрдамида меҳнат бозорининг ҳолати ҳақидаги маркетинг ахборотларини тўплаш ва баҳолаш билан шуғулланишлари.

Статистик услублар бан-

ки қишлоқ бозорининг таркибий қисмларига доир ахборотларни тўплаш, гуруҳлаш, қайта ишлаш ва уларнинг ишончлилигини текширишга мўлжалланган воситалар мажмуидан иборат бўлади.

Моделлар банки эса иқтисодий-математик моделлар йиғиндисидан иборат бўлиб, улар асосида ишчи кучига бўлган талаб ва таклифни тартибга солишнинг энг мақбул маркетинг ечимлари топилари. Ҳар бир модель қишлоқ меҳнат бозори шаклланиши ва ривожланишининг шароитларини ва омилларини ифодалайди.

Ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф ҳақида ишончли маркетинг ахбороти ҳосил қилиш учун асосан куйидаги илмий-тадқиқотлар олиб борилиши лозим:

Биринчи босқичда кадрлар маркетинги тадқиқотининг асосий муаммолари ва мақсади аниқланади. Ечилиши мураккаб бўлган асосий муаммолар жумласига ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф ҳақида ишончли ахборотномаларнинг етишмаслиги, банд бўлмаган кишиларни иш жойлари билан таъминлаш ва уларнинг сонини камайтириш киради.

АГРОСАНОАТ КАДРЛАРИ МАРКЕТИНГИ

Иккинчи босқичда ишчи кучига талаб ва таклиф шаклланишини характерловчи асосий кўрсаткичларга доир ахборотлар тўпланади ва таҳлил қилинади. Ахборотларни таҳлил қилишда эконометриканинг кўп омилли, регрессион, корреляцион, имитацион ва мақсадли дастурлаш услублари кенг қўлланилади.

Учинчи босқичда ишчи кучига талаб билан таклиф ўртасидаги номуносивликнинг миқдоси ва сабаблари аниқланади. Бу жараёнда кўпроқ баланс, эконометрика ва социологик услубларни ва моделларни қўллаш ўринлидир.

Тўртинчи босқичда бажариладиган тадқиқотлар яширин, мавсумий, структуравий, технологик каби ишсизлик турларининг миқдорларини ва сабабларини аниқлашга қаратилган бўлади.

Бешинчи босқичда ишсизликни камайтириш ва уларнинг малакасини ошириш бўйича ҳар тарафлама мақсадли тадбирлар ишлаб чиқилади.

Олтинчи босқичда маҳаллий ва хорижий иш эгаларининг талабларини ҳисобга олган ҳолда янги мутахассислар миқдори ва таркиби аниқланади.

Еттинчи босқичда мулкчиликнинг янги турлари вужудга келиши шароитида янги мутахассисларни тайёрлаш ва улар малакасини оширишнинг мажмуий тавсияномалари ишлаб чиқилади.

Саккизинчи босқич кадрлар маркетинги тадқиқотида асосий ўрин тутиб, унда меҳнат бозорида ишчи кучига бўлган талаб, таклиф ва баҳо ўртасидаги номуносивликни йўқотиш тадбирларини белгиланади. Бунда меҳнат бозори конъюнктурасини ўрганишнинг мақсадли дастур услубини қўллаш ижобий натижадор беради.

Тўққизинчи босқичда имитацион ва оптимизацион моделлари ёрдамида қишлоқ меҳнат бозори шаклланиши ва ривожланишнинг кўп вариантли истиқбол кўрсаткичлари аниқланади. Бундан ташқари бандлик хизмати ташкилотлари маркетинг фаолиятининг ривожига доир энг мақбул ечимлар варианты ҳам топилди.

Учинчи босқичда реклама фаолиятини амалга ошириш тадбирлари ишлаб чиқилади ва улар меҳнат биржаларида ташкил этилган реклама бошқармаси томонидан амалга оширилади.

Ўн биринчи босқичда эса аҳоли бандлиги хизмати органлари маркетинг фаолиятининг стратегик режаларни тузилади.

Кадрлар маркетинги тадқиқотининг босқичлари статистик ҳисоботларда юқори ишончга эга бўлмаган ишчи кучига талаб ва таклиф ҳақидаги ахборотларни тўплаш ва таҳлил қилиш имкониятини беради.

Ҳозирги пайтда "кадрлар маркетинги" мутахассислиги бўйича янги кадрлар тайёрлашга етарлича эътибор берилмаяпти. Меҳнат ресурслари билан яхши таъминланган давлатларнинг бозор иқтисодий қонунари асосида ҳўжалик юриштишлари мазкур ихтисосликка бўлган талабни янада ошириб юборади.

Республикаимиз учун бундай замонавий кадрларни Тошкент Давлат иқтисодийёт университетининг "Меҳнат иқтисодийети ва социологияси" ҳамда "Маркетинг" кафедраларида тўпланган ўқув-илмий тажриба асосида тайёрлаш мумкин.

"Кадрлар маркетинги" ихтисослигини ўзлаштираётган кишилар куйидаги ишларни амалга ошириш қобилиятига эга бўлмоқлари даркор:

- аҳоли бандлиги ва меҳнат бозори ҳақида давлат сиёсатини яхши билиш;
- ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф ҳолатларини комплекс таҳлил қилиш;
- ишсизлик миқдоси ва сабабларини тўғри баҳолашлари ва уни камайтиришга доир таклифлар ишлаб чиқиш;

- зарур мутахассислик ва ихтисослик бўйича кадрлар сонини аниқлашлари ва уларни тайёрлаш ва малакасини ошириш юзасидан чора-тадбирлар белгилаш;

- мижозларга профессионал маслаҳат беришлари, маҳаллий ва хорижий иш эгалари билан музокаралар олиб боришлари, улар ҳамда ёлланиб ишловчилар билан меҳнат шартномаларини тузишлари;

- қишлоқ меҳнат бозори шаклланиши ва ривожланишининг асосий истиқбол кўрсаткичларини аниқлаш;

- меҳнат биржаларининг реклама маҳсулотларини ишлаб чиқиш;

- аҳоли бандлиги хизмати органлари фаолиятининг стратегик режаларини тузиш;

- банд бўлмаган аҳоли учун янги иш жойларини, ижтимоий ҳимоялаш ва экспорт қилишни ташкил этиш;

- қишлоқ меҳнат бозоридаги вазиятларни тартибга сола билиш.

Фақат шундай ишларга қодир кишиларгина қишлоқ ҳўжалиги тармоқларида бугунги давр талабларига ҳар томонлама жавоб берадиган кадрлар аҳли шаклланишига муносиб ҳисса қўша оладилар.

Шойзоқ ХОЛМУМИНОВ,

**Тошкент Давлат иқтисодийёт университети
доценти, иқтисод фанлари номзоди.**