



„ტურიზმის ინდუსტრიაში შრომის ბაზრის საჭიროებათა კვლევა“

ანგარიში

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

2018

სარჩევი

შესავალი	3
კვლევის შესახებ ზოგადი ინფორმაცია, მეთოდოლოგია და შერჩევა	5
კვლევის მიზანი	8
კვლევის ობიექტი	8
კვლევის ამოცანები	8
კვლევის ანგარიში	10
სექცია 1: ძირითადი ინფორმაცია ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა სტრუქტურისა და მახასიათებლების შესახებ	10
სექცია 2: დასაქმებულთა პროფესიული უნარების შეფასება	17
სექცია 3: საწარმოში არსებული ვაკანსიები და დასაქმება	21
სექცია 4: მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე	31
სექცია 5: სამუშაო ძალის განვითარება	33
სექცია 6: პროფესიული განათლება	36
სექცია 7: ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება და რეალური სექტორი	41
ძირითადი მიგნებები	43

შესავალი

ტურიზმის სექტორი საქართველოს ეკონომიკის განვითარების ერთერთ პრიორიტეტულ მიმართულებას წარმოადგენს და შესაბამისად მისი განვითარება საქართველოს მთავრობის ერთ-ერთი პრიორიტეტია. ყოველწლიურად მზარდია ქვეყანაში ვიზიტორების ნაკადი და ტურიზმის სფეროდან მიღებული შემოსავლები. შესაბამისად, ტურიზმი ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის მნიშვნელოვანი მამოძრავებელი ძალაა და მისი, როგორც პრიორიტეტული დარგის შემდგომი განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ტურიზმის წინაშე მდგარი გამოწვევებისთვის ადექვატური პასუხების გაცემა. ტურიზმის სექტორთან მიმართებით ეფექტიანი ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელების მიზნით, განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს ტურიზმის ინდუსტრიის შრომის ბაზარის მოთხოვნების ტენდენციების შესწავლა და მის წინაშე არსებული გამოწვევების გამოვლენა. სწორედ აღნიშნულიდან გამომდინარე ჩატარდა „ტურიზმის ინდუსტრიაში შრომის ბაზრის საჭიროებათა კვლევა“, რომლის მიზანია ტურიზმის ინდუსტრიაში ადამიანისეული კაპიტალის უნარებზე დამსაქმებელთა მოთხოვნის გამოვლენა, რომლის გათვალისწინება შესაბამისი პოლიტიკის შემუშავების პროცესში ხელს შეუწყობს ტურიზმის ინდუსტრიაში უნარებთან მიმართებით შრომის ბაზარზე არსებულ მოთხოვნა-მიწოდებას შორის არსებული დისბალანსის შემცირებას და უნარების მოხმარების ეკონომიკური ეფექტიანობის გაზრდას.

წინამდებარე ანგარიში წარმოადგენს „ტურიზმის ინდუსტრიაში შრომის ბაზრის საჭიროებათა კვლევის“ ანალიზს, რომლის ფარგლებშიც შესწავლილ იქნა:

- დასაქმების ზოგადი სტრუქტურა (მათ შორის, უცხო ქვეყნის მოქალაქეების) *(დასაქმებულთა განაწილება ეკონომიკურ საქმიანობათა სახეების (ბიზნეს სექტორთან დაკავშირებული ეკონომიკურ საქმიანობათა კლასიფიკატორის (NACE Rev.2) ტურიზმის ინდუსტრიის შესაბამისი საქმიანობები), პროფესიული ჯგუფების (დასაქმების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკატორის ქვეჯგუფების დონეზე - ISCO2008), საწარმოთა ზომის, განათლების მიღწეული დონისა (საშუალო, პროფესიული და უმაღლესი) და სქესის მიხედვით)* შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- დამსაქმებლის მიერ დასაქმებულთა უნარების შეფასება და დასაქმებულთა უნარების შესაბამისობა;

- უნარებთან მიმართებით არსებული მოთხოვნის ანალიზი და არსებული/პოტენციური ვაკანსიების გამოვლენა, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- აპლიკანტთა უნარების დეფიციტისა და საჭიროებების შეფასება შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ვაკანსიების შევსებასთან დაკავშირებული სირთულეები, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- უნარების გათვალისწინებით ვაკანსიებზე შეთავაზებული ანაზღაურებები, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ახალი კადრის აყვანისას საწარმოთა მიერ გამოყენებული ინფორმაციის წყაროები;
- დამსაქმებლის მიერ სწავლებასა და გადამზადებაზე გაწეული საქმიანობა, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- დამსაქმებლების მზაობის/სურვილის გამოვლენა სამუშაო ძალის უნარების განვითარებასთან/კვალიფიკაციის ამაღლებასთან მიმართებით, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- დასაქმებულთა საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- საწარმოთა მიერ გამოყენებული ადგილობრივი და იმპორტირებული პროდუქტის/მომსახურების შესწავლა და იმ ძირითადი მიზეზების გამოვლენა, რაც ხელს უშლის მათ მიერ ადგილობრივი პროდუქტის/მომსახურების უფრო მეტად გამოყენებას.

კვლევის შესახებ ზოგადი ინფორმაცია, მეთოდოლოგია და შერჩევა

2017 წელს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ფუნქციად განისაზღვრა შრომის ბაზრის მოთხოვნის კვლევა და ანალიზი; შესაბამისად, 2017 წელს შრომის ბაზრის მოთხოვნის ტენდენციების შესასწავლად, „უნარებზე საწარმოთა მოთხოვნის სტატისტიკური კვლევის“ ჩატარების შემდეგ, 2018 წელს განისაზღვრა „ტურიზმის ინდუსტრიაში შრომის ბაზრის საჭიროებათა კვლევის“ ჩატარება;

კვლევა ჩატარდა უნარებზე საწარმოთა მოთხოვნის სტატისტიკურ კვლევასთან დაკავშირებით ევროკავშირისა და საერთაშორისო ორგანიზაციების (ETF, ILO), ასევე დიდი ბრიტანეთის ტურიზმის სექტორის კვლევის და სხვა წამყვანი ქვეყნების გამოცდილების შესაბამისად მომზადებული კითხვარის საფუძველზე, რომელიც შეჯერდა ასევე სახელმწიფო უწყებებთან (საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო და საქართველოს შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო);

გამოსაკვლევ საწარმოთა შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი სტრატეგიიზებული შერჩევის მეთოდის გამოყენებით საწარმოს ზომის, საქმიანობის სახეთა (ბიზნეს სექტორთან დაკავშირებული ეკონომიკურ საქმიანობათა კლასიფიკატორის (NACE Rev.2) ტურიზმის ინდუსტრიის შესაბამისი სექციები) და რეგიონების მიხედვით.

კვლევამ, ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის (NACE Rev. 2) მიხედვით, მოიცვა შემდეგი საქმიანობები:

- 55 განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფა;
- 55.1 სასტუმროები და განთავსების მსგავსი საშუალებები;
- 55.2 დასასვენებელი და სხვა მოკლევადიანი განთავსების საშუალებები;
- 56 საკვებით და სასმელებით მომსახურება;
- 56.1 რესტორნები და საკვებით მობილური მომსახურების საქმიანობები;
- 56.3 სასმელებით მომსახურების საქმიანობები;
- 50.10.0 საზღვაო და საკაბოტაჟო სამგზავრო ტრანსპორტი;
- 50.30.0 შიდა წყლების სამგზავრო ტრანსპორტი;
- 51.10.0 საჰაერო სამგზავრო ტრანსპორტი;
- 49.32.0 ტაქსების საქმიანობა;
- 49.39.0 სხვა სამგზავრო-სახმელეთო ტრანსპორტი, სხვა დაჯგუფებებში ჩაურთველი.
- 79.11.0 ტურისტული სააგენტოების საქმიანობები

- 79.12.0 ტურ-ოპერატორების საქმიანობები
- 79.90.0 დაჯავშნის სხვა მომსახურება და მასთან დაკავშირებული საქმიანობები

საწარმოთა ზომის განსაზღვრისას გამოყენებულ იქნა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ შემუშავებული ახალი მეთოდოლოგია საწარმოს ზომის განსაზღვრის შესახებ:

- **მსხვილად** ითვლება ისეთი საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა აღემატება 249 კაცს ან საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა 60 მლნ ლარს;
- **საშუალოდ** ითვლება ისეთი საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა მერყეობს 50-დან 249 კაცამდე, ხოლო საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა – 12 მლნ ლარიდან 60 მლნ ლარის ფარგლებშია;
- **მცირედ** ითვლება ისეთი საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა არ აღემატება 50 დასაქმებულს და საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა არ აღემატება 12 მლნ ლარის ფარგლებშია.

მსხვილი და საშუალო ზომის საწარმოები შეირჩა სრული მოცვით, ხოლო მცირე ზომის საწარმოების შემთხვევაში განხორციელდა შემთხვევითი სტრატეგიული შერჩევა.

საწარმოთა შერჩევა განხორციელდა საქართველოში მოქმედი არაფინანსური კორპორაციების მონაცემთა ბაზიდან (დაახლოებით 130 ათასი აქტიური საწარმო). გენერალურმა ერთობლიობამ შეადგინა 8,417 საწარმო, რომლიდანაც გამოსაკვლევად შეირჩა 1000 საწარმო (მსხვილი (25 საწარმო) და საშუალო (129 საწარმო) საწარმოები მოცულია სრულად). შერჩეულ საწარმოთა რაოდენობა იძლევა იმის საშუალებას, რომ ეკონომიკურ საქმიანობათა კლასიფიკატორში (NACE Rev.2) მოცემული სექციების დონეზე მიღებული შეფასების ცდომილება არ აღემატებოდეს 5%-ს, ხოლო მთლიანად, ქვეყნის მასშტაბით გამოკვლევის ცდომილება არ აღემატებოდეს 2%-ს.

გამოკვლევისათვის საჭირო შერჩევის მოცულობის დასადგენად გამოყენებულ იქნა შემდეგი ფორმულა:

$$n = \frac{p(1-p) \cdot N \cdot Z_{(1+q)/2}^2}{p(1-p) \cdot Z_{1+q}^2 + N \cdot d^2} \cdot deff$$

სადაც:

N - არის პოპულაციის მოცულობა;

d - მაქსიმალური დასაშვები ცდომილება;

q - საიმედოობის დონე;

$Z_{\frac{1+q}{2}}^2$ - სტანდარტული ნორმალური განაწილების $(1+q)/2$ დონის კვანტილი;

$def f$ - დიზაინ ეფექტის მნიშვნელობა.

ქვემოთ მოცემულ ცხრილში წარმოდგენილია შერჩეულ საწარმოთა განაწილება ზომების მიხედვით:

საწარმოს ზომა	რაოდენობა გენერალურ ერთობლიობაში	შერჩეულ საწარმოთა რაოდენობა	რეზერვი	გამოკითხვა რეგიონულ ჭრილში	მონაცემთა შეგროვება კომბინირებულად
სულ	8,417	1,000	200	თბილისი -	ონლაინ კითხვარი -
მსხვილი	25	25		513 კომპანია	320 კომპანია
საშუალო	129	129		სხვა დანარჩენი -	პირისპირ ინტერვიუ -
მცირე	8,263	846	200	487 კომპანია	680 კომპანია
გენერალური ერთობლიობა დაეფუძნა მოქმედ არაფინანსური კორპორაციების მონაცემთა ბაზას (≈130 ათასი საწარმო)					

კვლევის ფარგლებში, მსხვილი და საშუალო საწარმოები წარმოდგენილნი იყვნენ სრული მოცვით, ხოლო მცირე ზომის საწარმოების შემთხვევაში გამოყენებული იქნა შემთხვევითი სტრატეგიფიცირებული შერჩევა.

კვლევასთან დაკავშირებით საველე სამუშაოები, შერჩეულ საწარმოებთან ინტერვიუების ჩატარება, ინტერვიუების შედეგების კომპიუტერში ჩაწერა, მონაცემთა ბაზის გაწმენდა და მასში ხარვეზების და უზუსტობების აღმოფხვრა და გენერალურ ერთობლიობაზე გამოკვლევის შედეგების განზოგადების მიზნით მონაცემების შეწონვა შესრულდა „საქსტატის“ მიერ. აღნიშნული სამუშაოების შედეგად გამომავალი ცხრილების ანალიზი და კვლევის ანგარიში მომზადდა საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ.

კვლევის მიზანი

კვლევის მიზანია ტურიზმის ინდუსტრიაში ადამიანისეული კაპიტალის უნარებზე დამსაქმებელთა მოთხოვნის გამოვლენა, რომლის გათვალისწინება ხელს შეუწყობს ტურიზმის ინდუსტრიაში უნარებთან მიმართებით შრომის ბაზარზე არსებულ მოთხოვნა-მიწოდებას შორის არსებული დისბალანსის შემცირებას და უნარების მოხმარების ეკონომიკური ეფექტიანობის გაზრდას.

კვლევის ობიექტი

„ტურიზმის ინდუსტრიაში შრომის ბაზრის საჭიროებათა კვლევის“ ობიექტია იმ პროფესიული უნარების შესწავლა, რომლებსაც მოითხოვს დამსაქმებელი და რომლებიც აუცილებელია ტურიზმის ინდუსტრიაში ინდივიდის დასაქმებისთვის.

კვლევის ამოცანები

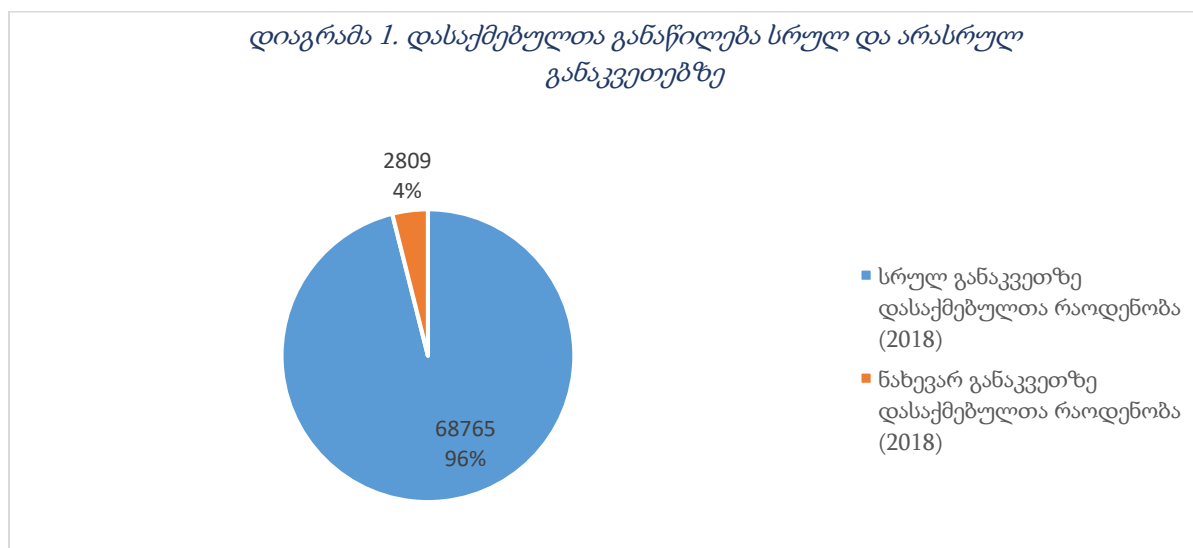
- ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების ზოგად სტრუქტურაზე (მათ შორის, უცხო ქვეყნის მოქალაქეების დასაქმების სტრუქტურაზე) ინფორმაციის მოპოვება შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში დამსაქმებლის მიერ დასაქმებულთა სამუშაო ძალის უნარების შეფასება და დასაქმებულთა უნარების შესაბამისობის შესწავლა (მათ შორის, განათლების მიღწეული დონეების მიხედვით) შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში უნარებთან მიმართებით არსებული მოთხოვნის ანალიზი და არსებული/პოტენციური ვაკანსიების გამოვლენა, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში აპლიკანტთა უნარების დეფიციტისა და საჭიროებების შეფასება შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში ვაკანსიების შევსებასთან დაკავშირებული სირთულეების შესწავლა, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში, უნარების გათვალისწინებით ვაკანსიებზე შეთავაზებული ანაზღაურების შესწავლა, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში ახალი კადრის აყვანისას საწარმოთა მიერ გამოყენებული ინფორმაციის წყაროების შესწავლა;

- ტურიზმის ინდუსტრიაში დამსაქმებლის მიერ სწავლებასა და გადამზადებაზე გაწეული საქმიანობის შესწავლა, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში დამსაქმებლების მზაობის/სურვილის გამოვლენა სამუშაო ძალის უნარების განვითარებასთან/კვალიფიკაციის ამაღლებასთან მიმართებით, შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი შესაბამისი სექტორებისა და პროფესიული ჯგუფების მიხედვით;
- ტურიზმის ინდუსტრიის საწარმოთა მიერ გამოყენებული ადგილობრივი და იმპორტირებული პროდუქტის/მომსახურების შესწავლა და იმ ძირითადი მიზეზების გამოვლენა, რაც ხელს შეუწყობს მათ მიერ ადგილობრივი პროდუქტის/მომსახურების გამოყენების გაზრდას.

კვლევის ანგარიში

სექცია 1: ძირითადი ინფორმაცია ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა სტრუქტურისა და მახასიათებლების შესახებ

„ტურიზმის ინდუსტრიაში შრომის ბაზრის საჭიროებათა კვლევის“ თანახმად, 2018 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობამ 71,574 ადამიანი შეადგინა, რაც 6,5%-ით (4,353 ადამიანი) მეტია გასული წლის მაჩვენებელთან შედარებით. დასაქმებულთა 96% (68,765 ადამიანი) მუშაობს სრულ განაკვეთზე. აღნიშნულ პერიოდში დასაქმებულთა რაოდენობა გაიზარდა როგორც სრულ, ასევე ნახევარ განაკვეთზე. ამასთან, 2018 წლის 1 სექტემბერს 2017 წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით, ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულთა რაოდენობა გაიზარდა 14.1%-ით, ხოლო სრულ განაკვეთზე დასაქმებულები კი 6.2%-ით;

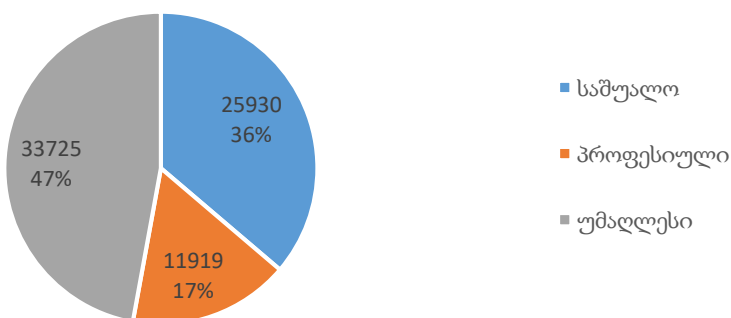


დასაქმების სტრუქტურა რეგიონების მიხედვით იძლევა არაერთგვაროვან სურათს. საგრძნობი სხვაობაა რეგიონების მიხედვით დასაქმებულთა განაწილების კუთხით. თბილისზე ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა 62,9% მოდის, რასაც მოჰყვება აჭარა (16,1%) და იმერეთი (6,6%). დანარჩენი რეგიონების ხვედრითი წილი ერთად აღებული არ აღემატება 14,5%-ს, ხოლო ცალკე აღებული თითოეული რეგიონის - 2,9%-ს.

ტურიზმის სექტორში განათლების მიღწეული დონეების მიხედვით დასაქმებულთა განაწილებასთან დაკავშირებით კვლევამ გამოავლინა, რომ ქვეყანაში პროფესიული განათლების მქონე ადამიანების დასაქმებულთა წილი შეადგენს 17%-ს, მაშინ როდესაც ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა შორის ფართოდ არიან

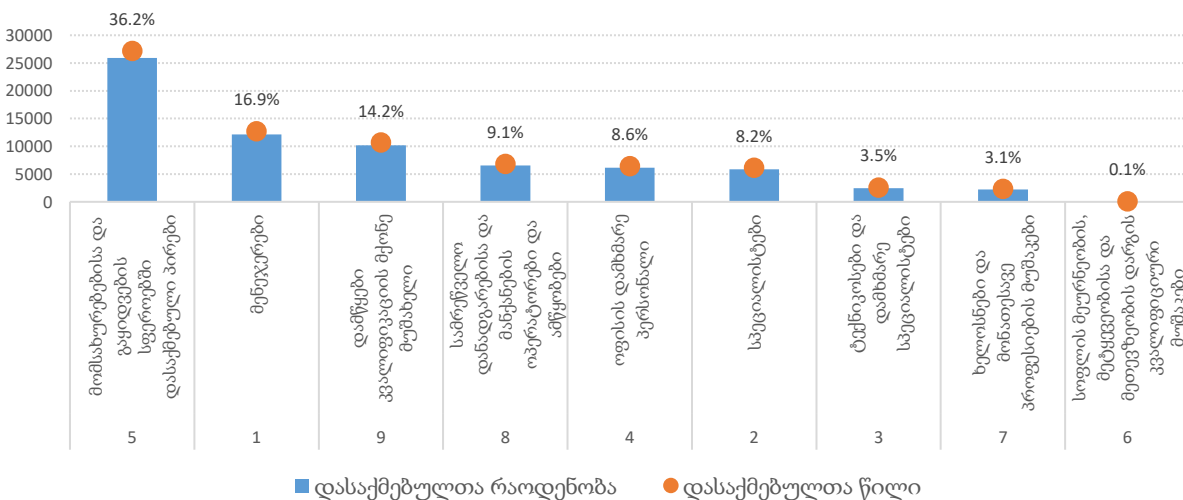
წარმოდგენილები უმაღლესი (47%) და საშუალო (36%) განათლების მქონე ადამიანები.

დიაგრამა 2. დასაქმებულთა განაწილება განათლების მიღწეული დონეების მიხედვით (2018)

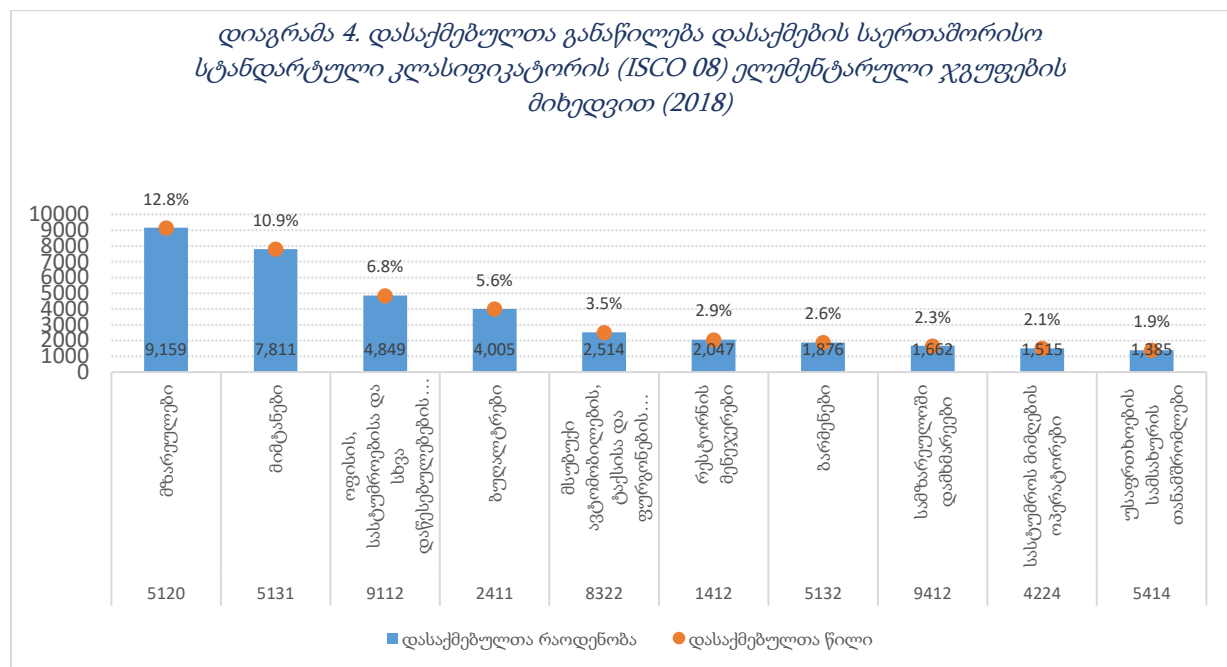


კვლევის შედეგად მიღებული ტურიზმის სექტორში არსებული დასაქმების სტრუქტურა პროფესიული ჯგუფების მიხედვით, ცხადყოფს, რომ დასაქმების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკატორის (ISCO 08) ძირითადი ჯგუფების მიხედვით დასაქმებულთა ყველაზე დიდ ჯგუფს წარმოადგენს მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებული პირები (36,2%), ასევე საკმაოდ დიდია მენეჯერებისა (16,9%) დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელის (14,2%) ხვედრითი წილი. თითქმის თანაბარზომიერად არიან წარმოდგენილები სამრეწველო დანადგარებისა და მანქანების ოპერატორები (9,1%), ოფისის დამხმარე პერსონალი (8,6%) და სპეციალისტები (8,2%).

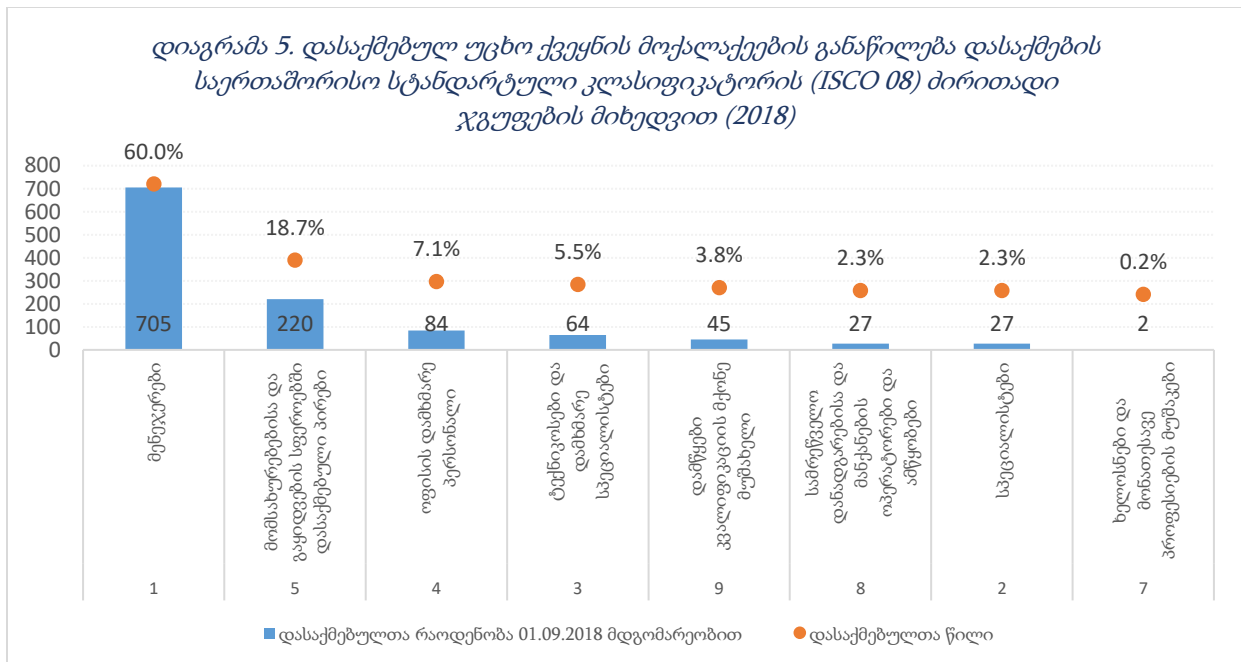
დიაგრამა 3. დასაქმებულთა განაწილება დასაქმების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკატორის (ISCO 08) ძირითადი ჯგუფების მიხედვით (2018)



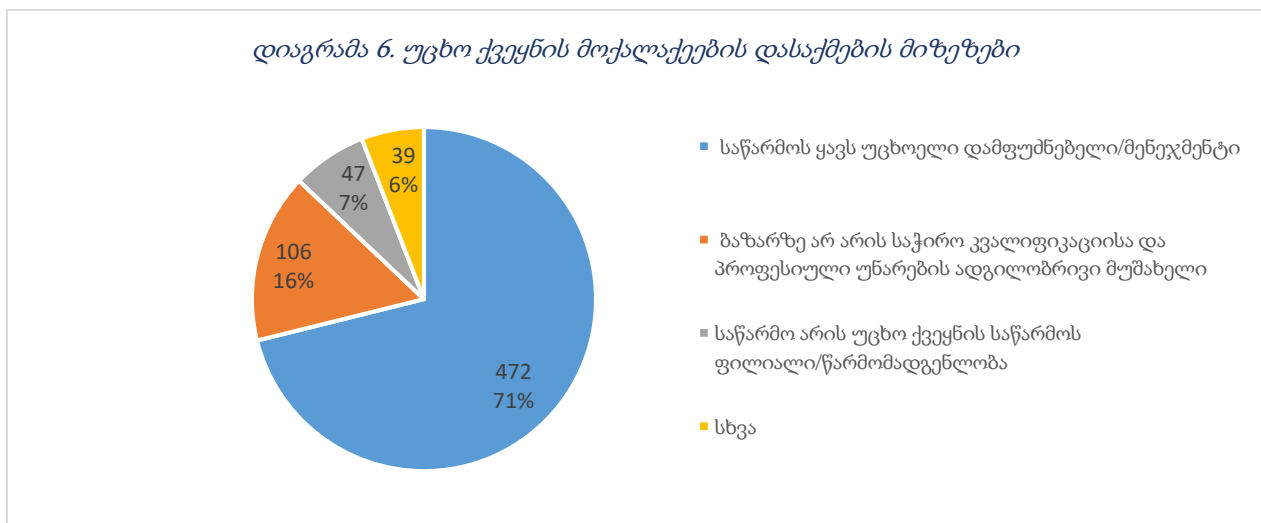
დასაქმების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკატორის ელემენტარული ჯგუფებიდან ტურიზმის სექტორში ყველაზე მრავლად არიან დასაქმებულები: მზარეულები (12,8%), მიმტანები (10,9%), დამლაგებლები (6,8%), ბუღალტრები (5,6%) და მსუბუქი ავტომობილების მძღოლები (3,5%). დასაქმების მხრივ ელემენტარული ჯგუფებიდან გამოირჩევა მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებული პირები, ასევე დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელი.



როგორც კვლევამ გამოავლინა, ქვეყნის მასშტაბით ტურიზმის სექტორში საწარმოთა 7% ჰყავს უცხო ქვეყნის მოქალაქეები დასაქმებული, ჯამში 1,661 ადამიანი. მათგან 72% (1,189 ადამიანი) დასაქმებულია თბილისში, ხოლო 28% (472 ადამიანი) საქართველოს სხვა დანარჩენ რეგიონებში. საწარმოთა ზომის მიხედვით უცხო ქვეყნის მოქალაქეების დასაქმების თაობაზე, კვლევამ გვიჩვენა, რომ უცხოელთა უმრავლესობა 85% (1,418 ადამიანი) დასაქმებულია მცირე საწარმოებში, 13% (208 ადამიანი) - საშუალო, ხოლო 2% (35 ადამიანი) - მსხვილ საწარმოებში. უცხო ქვეყნის მოქალაქეების უმრავლესობა მუშაობს მენეჯერულ (60%) პოზიციებზე, ასევე მრავლად არიან წარმოდგენილები მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში (18,7%). კონკრეტულად კი, უცხო ქვეყნის მოქალაქეები ტურისტულ ინდუსტრიაში მუშაობენ: მომსახურების მენეჯერების, მზარეულების, მოგზაურობის კონსულტანტების, მიმტანების, რესტორნის მენეჯერების, შეფ-მზარეულების, სასტუმროების მენეჯერებისა და მსუბუქი ავტომობილების მძღოლების პოზიციებზე.



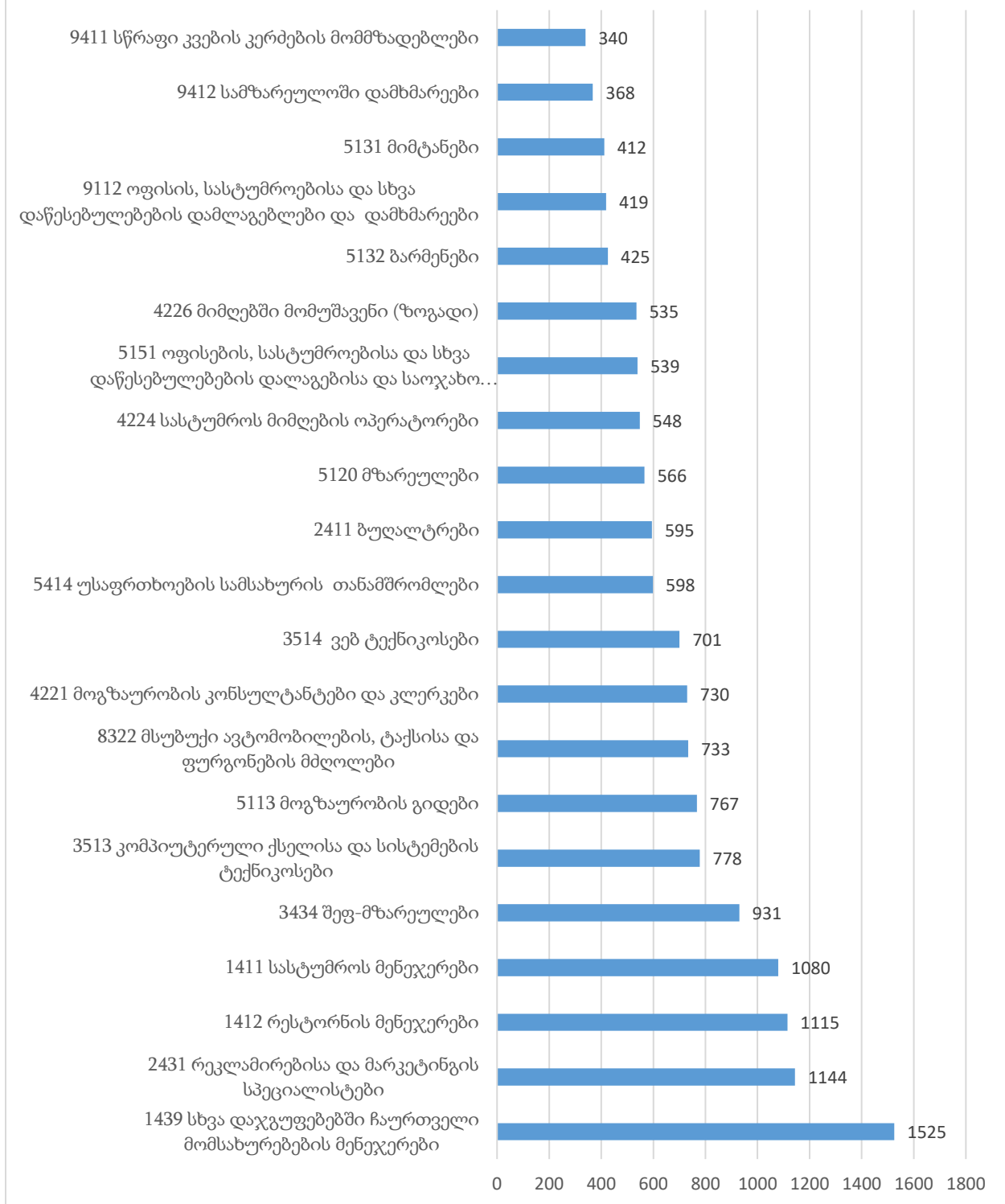
კვლევის თანახმად, უცხო ქვეყნის მოქალაქეების დასაქმების უმთავრეს მიზეზს წარმოადგენს ის გარემოება, რომ საწარმოებს ჰყავთ უცხოელი დამფუძნებლები ან მენეჯერები (71%), ასევე პრობლემურ საკითხად დასახელდა ადგილობრივ ბაზარზე საჭირო კვალიფიკაციისა და პროფესიული უნარების ადგილობრივი მუშახელის ნაკლებობა (16%). საგულისხმოა, რომ უცხო ქვეყნის მოქალაქეების დასაქმების მიზეზად არცერთხელ არ დაფიქსირდა დაბალი ანაზღაურება, რაც მეტყველებს იმაზე, უცხოური სამუშაო ძალის შემოყვანა არ უკავშირდება იაფი მუშახელით ადგილობრივი კადრების ჩანაცვლებას.



კვლევის თანახმად, ტურიზმის ინდუსტრიაში ქვეყნის მასშტაბით საშუალო თვიური ხელფასი მერყეობს 367 ლარიდან 1,525 ლარამდე. უმეტეს შემთხვევებში საშუალო

თვიური ხელფასი თბილისში მაღალია სხვა დანარჩენ რეგიონებთან შედარებით, მაგრამ არის პროფესიული ჯგუფები, ასე მაგალითად - რესტორნების მენეჯერები, რეკლამისა და მარკეტინგის სპეციალისტები, ვებ ტექნიკოსები, უსაფრთხოების სამსახურის თანამშრომლები, მსუბუქი ავტომობილების მძღოლები - რომელთა შემთხვევაშიც რეგიონებში საშუალო თვიური ხელფასი აღემატება თბილისისას (ცხრილი 1). ქვეყნის მასშტაბით მაღალი ანაზღაურებით გამოირჩევა მენეჯერულ პოზიციებზე დასაქმებული პირები, რეკლამისა და მარკეტინგის სპეციალისტები და შეფ-მზარეულები. საკმაოდ დაბალი ხელფასი აქვთ დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშებს, ასევე მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებულ პირებს. შედეგად შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის ინდუსტრიაში საგრძნობი განსხვავებაა „თეთრსაყელოიან“ და „ლურჯ საყელოიანი“ მუშახელის ხელფასებს შორის, რაც „ლურჯ საყელოიანი“ მუშახელის შემთხვევაში ზრდის სამუშაო ადგილიდან მუშახელის დენადობის შესაძლებლობას.

დიაგრამა 7. საშუალო თვიური ხელფასი ელემენტარული ჯგუფების მიხედვით
(ლარი)



ცხრილი 1. საშუალო თვიური ხელფასი პროფესიული ჯგუფების მიხედვით ტურიზმის სექტორში (ლარი)

პროფესიული ჯგუფები	საშუალოდ ქვეყანაში	საშუალოდ თბილისში	სხვა რეგიონებში
1439 სხვა დაჯგუფებებში ჩაურთველი მომსახურებების მენეჯერები	1525	1626	1442
2431 რეკლამირებისა და მარკეტინგის სპეციალისტები	1144	1115	1216
1412 რესტორნის მენეჯერები	1115	1039	1169
1411 სასტუმროს მენეჯერები	1080	1308	966
3434 შეფ-მზარეულები	931	1076	798
3513 კომპიუტერული ქსელისა და სისტემების ტექნიკოსები	778	829	687
5113 მოგზაურობის გიდები	767	829	548
8322 მსუბუქი ავტომობილების, ტაქსისა და ფურგონების მძღოლები	733	683	748
4221 მოგზაურობის კონსულტანტები და კლერკები	730	768	551
3514 ვებ ტექნიკოსები	701	688	726
5414 უსაფრთხოების სამსახურის თანამშრომლები	598	557	635
2411 ბუღალტრები	595	621	569
5120 მზარეულები	566	607	538
4224 სასტუმროს მიმღების ოპერატორები	548	587	519
5151 ოფისების, სასტუმროებისა და სხვა დაწესებულებების დალაგებისა და საოჯახო საქმეების ზედამხედველები	539	574	514
4226 მიმღებში მომუშავენი (ზოგადი)	535	584	412
5132 ბარმენები	425	433	415
9112 ოფისის, სასტუმროებისა და სხვა დაწესებულებების დამლაგებლები და დამხმარეები	419	432	411
5131 მიმტანები	412	411	412
9412 სამზარეულოში დამხმარეები	368	390	353
9411 სწრაფი კვების კერძების მომმზადებლები	340	341	338

სექცია 2: დასაქმებულთა პროფესიული უნარების შეფასება

კვლევის თანახმად, დამსაქმებელთა მიერ დასაქმებულები შეფასდა ისეთ უნარებთან მიმართებით როგორცაა, მართვისა და კომუნიკაციის, გადაწყვეტილების მიღებისა და დროის მენეჯმენტის, პრობლემის მოგვარების, ICT-ის, გაყიდვების, მიღებისა და სატელეფონო საუბრების, ბარის მომსახურების უნარების, წერილობითი დოკუმენტების გაცნობისა და გასაგებად წერის, საკუთარი და სტუმრების კულტურის ცოდნის, უცხო ენების ცოდნის, ახალი ინფორმაციებისა და უნარების შეძენის ნიჭის, კრეატიულობა-ინოვაციურობის და ადგილობრივი ტურიზმის ცოდნის, თვითდისციპლინის, ფიზიკური ძალისა და გამძლეობის, რეპრეზენტაბელურობის თვალსაზრისით. კვლევის შედეგად გამოვლინდა პროფესიული ჯგუფების ძლიერი და სუსტი მხარეები ამ უნარების მიხედვით:

შეფასება		VS		შეფასება
სასტუმროს მენეჯერი				
5	გაყიდვების უნარები		კომუნიკაციის უნარები	3
4	მართვის უნარები		პრობლემის მოგვარების უნარები	3
რესტორნის მენეჯერები				
5	კომუნიკაციის უნარები		საკუთარი და სტუმრების კულტურის ცოდნა	3
5	მართვის უნარები		პრობლემის მოგვარების უნარები	3
შეფ-მზარეულები				
5	სამზარეულო, საკვების მომზადება		უცხო ენები	3
5	საკვებისა და სასმელის შენახვა		დროის მენეჯმენტი	3
მოგზაურობის კონსულტანტები და კლერკები				
4	კომუნიკაციის უნარები		გაყიდვების უნარები	3
4	უცხო ენები		ადგილობრივი ტურიზმის ცოდნა (ადგილები, ღონისძიებები, ტრანსპორტი და ა.შ)	3
სასტუმროს მიმღების ოპერატორები				
4	კომუნიკაციის უნარები		მიღებისა და სატელეფონო უნარები	3
4	მართვის უნარები		უცხო ენები	3
მოგზაურობის გიდები				
5	დროის მენეჯმენტი		საკუთარი და სტუმრების კულტურის ცოდნა	2
4	კომუნიკაციის უნარები		უცხო ენები	2
მზარეულები				
4.9	საკვებისა და სასმელის შენახვა		კრეატიულობა, ინოვაცია	3.5
4.2	სამზარეულო, საკვების მომზადება		უცხო ენები	2.6
მიმტანები				
3.5	უცხო ენები		თვითდისციპლინა	3.1
3.2	ბარის მომსახურების უნარები		რეპრეზენტაბელურობა	2.4
ბარმენები				
4.6	საკვებისა და სასმელის შენახვა		რეპრეზენტაბელურობა	3
4.3	ბარის მომსახურების უნარები		თვითდისციპლინა	2.9

პროფესიული ჯგუფების მიხედვით სამუშაო ძალის უნარების შეფასებამ განსხვავებული სურათი მოგვცა მათ ძლიერ და სუსტ მხარეებთან დაკავშირებით. სასტუმროსა და რესტორნის მენეჯერების საერთო ძლიერ მხარეს წარმოადგენს მართვის უნარები, ხოლო სუსტ მხარეს პრობლემის მოგვარების უნარები. შეფ-მზარეულები, მზარეულები და ბარმენები დადებითად შეფასდნენ მათ პროფესიულ საქმიანობაში, თუმცა სამივე მათგანისათვის პრობლემას წარმოადგენს უცხო ენების ფლობა. უცხო ენების ფლობა ასევე მოგზაურობის გიდებისა და სასტუმროს მიმღების ოპერატორების სუსტ მხარეს წარმოადგენს. ზოგადად დაბალი ქულებით შეფასდა მიმტანები და დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელი, ასე მაგალითად დამლაგებლები და სამზარეულოში დამხმარეები. როგორც შეფასების საერთო სურათი გვაჩვენებს საჭიროა მეტი ყურადღების დათმობა სამუშაო ძალისათვის - უცხო ენების, პრობლემის მოგვარების, კომუნიკაციის, ზოგადი კულტურის, კრეატიულობისა და თვითდისციპლინის შესასწავლად. უფრო კონკრეტულად, დამსაქმებელთა მხრიდან პროფესიული ჯგუფების მიხედვით დასაქმებულების კომპეტენციის შეფასებისას, რომელიც 5 ბალიანი შკალით განხორციელდა (1- „მნიშვნელოვნად არაკომპეტენტური“ და „5“ - უმნიშვნელოდ არაკომპეტენტური) შემდეგი სურათი გამოვლინდა:

- **სასტუმროს მენეჯერები** მაქსიმალური 5 ქულით (უმნიშვნელოდ არაკომპეტენტურად) არც ერთ უნართან მიმართებით არ შეფასდნენ. ამასთან, საშუალო შეფასება (3 ქულა) მიიღეს კომუნიკაციის, საკუთარი და სტუმრების კულტურის ცოდნის, ადგილობრივი ტურიზმის ცოდნის და პრობლემის მოგვარების უნარებთან დაკავშირებით;
- **რესტორნის მენეჯერები** მაქსიმალური 5 ქულით (უმნიშვნელოდ არაკომპეტენტურად) შეაფასა დამსაქმებელმა კომუნიკაციისა და საკვების/სასმელის შენახვის უნარებთან მიმართებით. ამასთან, საშუალო შეფასება (3 ქულა) მიიღეს საკუთარი და სტუმრების კულტურის ცოდნის და პრობლემის მოგვარების უნარებთან დაკავშირებით;
- **რეკლამირებისა და მარკეტინგის სპეციალისტებმა** საკმაოდ დაბალი შეფასება მიიღეს დამსაქმებელთა მხრიდან ადგილობრივი ტურიზმის ცოდნის (1.5 ქულა) და გაყიდვების უნარების (2 ქულა) თვალსაზრისით, ხოლო მათთვის ყველაზე მაღალი შეფასება აღმოჩნდა კომუნიკაციისა და ICT უნარებთან მიმართებით (3.8 ქულა);
- **შეფ-მზარეულები** მაქსიმალური 5 ქულით (უმნიშვნელოდ არაკომპეტენტურად) შეაფასა დამსაქმებელმა საკვების მომზადების, ასევე საკვებისა და სასმელის შენახვის კუთხით. ამასთან, მხოლოდ საშუალოდ (3

ქულა) შეფასდნენ ამ პროფესიული ჯგუფისთვის ისეთ მნიშვნელოვან უნარებთან მიმართებით, როგორიცაა მართვისა და დროის მენეჯმენტის, საკუთარი და სტუმრების კულტურის ცოდნის, ასევე კრეატიულობა-ინოვაციურობის უნარები;

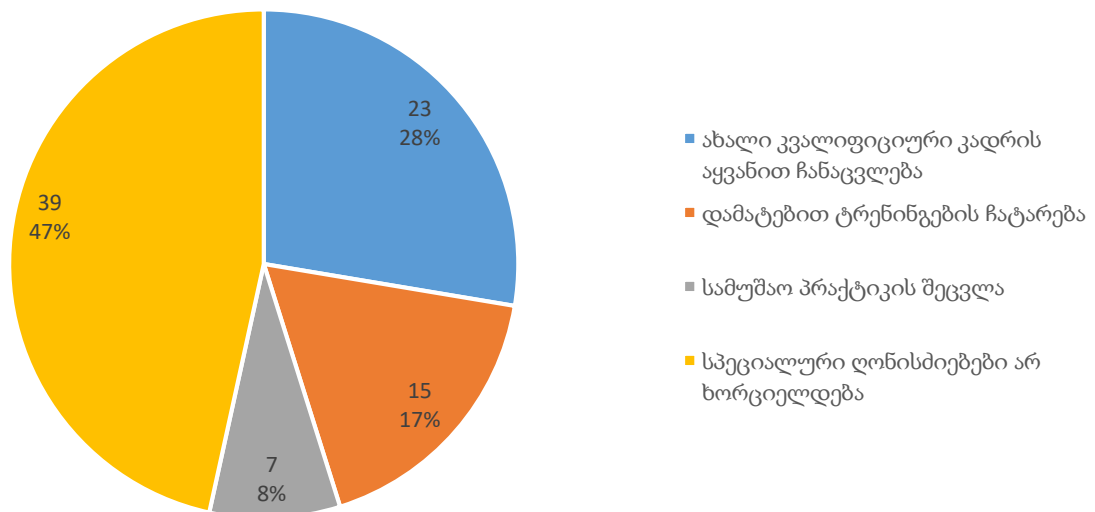
- **მზარეულები** უნარების თვალსაზრისით ყველაზე ნაკლები 3.1 ქულით ფიზიკური ძალისა და გამძლეობის მხრივ, ხოლო ყველაზე დადებითად საკვებისა და სასმელის შენახვის კუთხით (4.9 ქულა) შეფასდნენ;
- **მიმტანებმა** ზოგადად დაბალი შეფასება მიიღეს დამსაქმებელთა მხრიდან. მათ შორის ისეთ მნიშვნელოვან უნარებთან მიმართებით, როგორიცაა რეპრეზენტაბელურობა (2.4 ქულა), ფიზიკური ძალა და გამძლეობა (2.5) და კომუნიკაციის უნარები (2.8 ქულა);
- **მოგზაურობის კონსულტანტები და კლერკები** დამსაქმებელთა მხრიდან მაქსიმალური 5 ქულით (უმნიშვნელოდ არაკომპეტენტურად) შეფასდნენ დროის მენეჯმენტის უნარების მხრივ, სხვა უნარებთან მიმართებით კი უმეტესად საშუალო შეფასება მიიღეს;
- **სასტუმროს მიმღების ოპერატორები** მხოლოდ 2 ქულით შეფასდნენ ამ პროფესიული ჯგუფისთვის ისეთ მნიშვნელოვან უნარებთან მიმართებით, როგორიცაა რეპრეზენტაბელურობა, პრობლემის მოგვარებისა და გაყიდვების უნარები. ამასთან, საშუალოდ (3 ქულა) შეაფასა დამსაქმებელმა მათი უნარები მიღებისა და სატელეფონო საუბრების, წერილობითი დოკუმენტების გაცნობისა და გასაგებად წერის და უცხო ენების ცოდნის კუთხით. თუმცა, აღნიშნული პროფესიული ჯგუფი დამსაქმებელმა 4 ქულით შეაფასა კომუნიკაციისა და თვითდისციპლინის მხრივ;
- **მიმღებში მომუშავენი (ზოგადი)** დამსაქმებელთა მხრიდან ძირითადად 3 ქულით შეფასდნენ კომუნიკაციის, თვითდისციპლინის, პრობლემის მოგვარების, ადგილობრივი ტურიზმის ცოდნის, ფიზიკური ძალისა და გამძლეობის მხრივ. უცხო ენების თვალსაზრისით კი აღნიშნული პროფესიული ჯგუფი მხოლოდ 2 ქულით შეფასდა;
- **ვებტექნიკოსები** დამსაქმებელთა მხრიდან ძირითადად 3 ქულით შეფასდნენ უცხო ენების ცოდნის, ახალი ინფორმაციებისა და უნარების შეძენის ნიჭის, დროის მენეჯმენტის და პრობლემის მოგვარების უნარები. დასაქმებულთა ICT-ის და კრეატიულობა-ინოვაციურობის უნარები კი მხოლოდ 2 ქულით შეფასდა;
- **მოგზაურობის გიდები** მხოლოდ 2 ქულით შეფასდნენ ამ პროფესიული ჯგუფისთვის ისეთ მნიშვნელოვან უნარებთან მიმართებით, როგორიცაა

საკუთარი და სტუმრების კულტურის ცოდნა, უცხო ენები და პრობლემის მოგვარების უნარი. მაქსიმალური 5 ქულით (უმნიშვნელოდ არაკომპეტენტურად) ამ პროფესიული ჯგუფის დასაქმებულები მხოლოდ დროის მენეჯმენტის უნარების მხრივ შეფასდა დამსაქმებელთა მიერ;

- **ბარმენების უნარები** დამსაქმებელთა მიერ მაქსიმალური 5 ქულით (უმნიშვნელოდ არაკომპეტენტურად) არც ერთ უნართან მიმართებით არ შეფასდა. ამასთან, თვითდისციპლინა 2.9 ქულით, ხოლო ფიზიკური ძალისა და გამძლეობის უნარი მხოლოდ 2.8 ქულით შეაფასეს. თუმცა საკვებისა და სასმელის შენახვის უნარი 4.6 ქულით, ხოლო ბარის მომსახურების უნარები 4.3 ქულით შეფასდა.

საყურადღებოა, რომ კვლევის თანახმად, საწარმოები, სადაც არის სამუშაო ძალის უნარებთან დაკავშირებული პრობლემები, პრობლემის დასაძლევად უმრავლეს შემთხვევაში (47%) არ ახორციელებენ სპეციალურ ღონისძიებებს ან აჰყავთ ახალი კადრი არსებულის ჩასანაცვლებლად (28%). საწარმოების მხოლოდ 17% მიმართავს დამატებით ტრენინგების ჩატარებას და 7% სამუშაო პრაქტიკის შეცვლას.

დიაგრამა 8. პროფესიულ უნარებთან დაკავშირებული პრობლემების დაძლევა

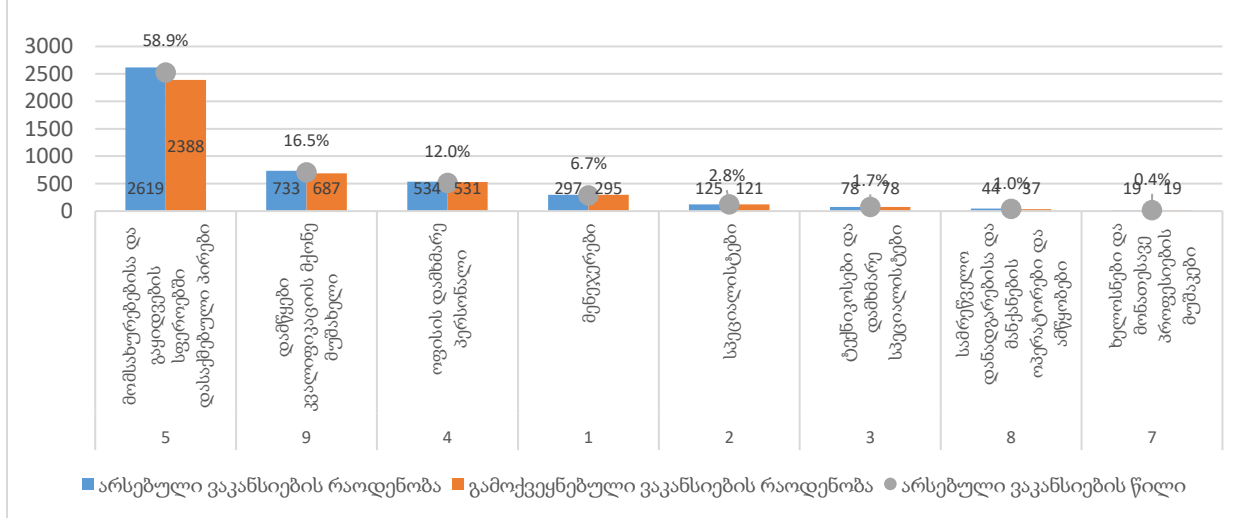


სექცია 3: საწარმოში არსებული ვაკანსიები და დასაქმება

2017 წლის 1 სექტემბრიდან 2018 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით ტურიზმის სექტორში მოღვაწე კომპანიების 11%-ს (884 კომპანია) გამოცხადებული ჰქონდა 4,449 ვაკანსია. აქედან ვაკანსიების უმრავლესობა 66% (2,916 ვაკანსია) მოდის თბილისზე, ხოლო 34% (1,533 ვაკანსია) საქართველოს დანარჩენ რეგიონებზე. საწარმოთა ზომის მიხედვით ვაკანსიები შემდეგი სახით გადანაწილდა: არსებული ვაკანსიების 58% მცირე ზომის საწარმოებზე მოდის, ხოლო 18% და 24%, შესაბამისად, მსხვილ და საშუალო ზომის საწარმოებზე ნაწილდება. ძირითადი პროფესიული ჯგუფების მიხედვით ყველაზე მეტი ვაკანსია მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებულ პირებზე (58,9%), დამწყები კვალიფიკაციის მუშახელსა (16,5%) და ოფისის დამხმარე პერსონალზე (12%) მოდის. ვაკანსიათა რაოდენობის მხრივ შემდეგ მოდის მენეჯერები, სპეციალისტები, ტექნიკოსები და დამხმარე სპეციალისტები, სამრეწველო დანადგარებისა და მანქანების ოპერატორები და ამწყობები, ხელოსნები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები. ვაკანსიების სიმრავლით გამორჩეული პირველი სამი ძირითადი ჯგუფი წარმოადგენს მოთხოვნას „ლურჯ საყელიან“ სამუშაო ძალაზე, რომელთა საკვალიფიკაციო მოთხოვნა დაკავშირებულია საშუალო განთლების შემდგომ და საბაზისო განათლებასთან. ტურიზმის სექტორში „თეთრსაყელიან“ სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა შეადგენს 11,2%.

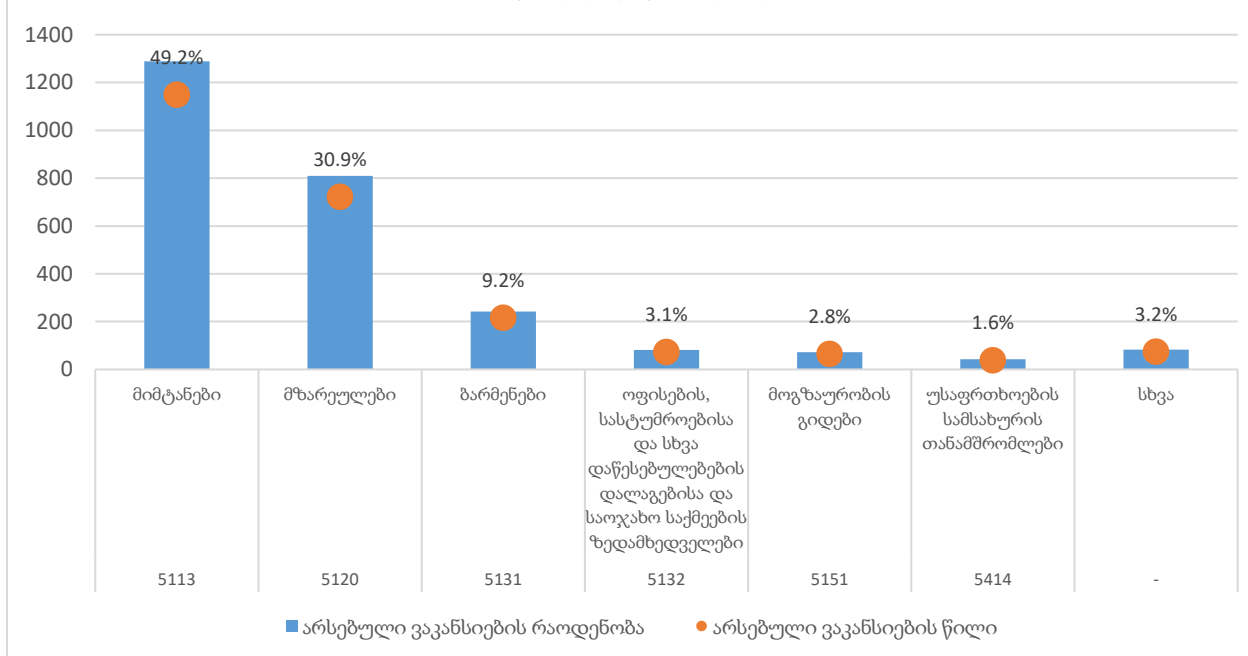
საგულისხმოა, რომ კვლევის თანახმად, საწარმოები ძირითადად აქვეყნებენ ვაკანსიებს, მაგრამ აქვთ ისეთი ვაკანსიებიც, რომლებიც არ არის გამოქვეყნებული, თუმცა მათი რაოდენობა ძალზედ მცირეა. აქვე უნდა შევნიშნოთ, რომ ელემენტარული ჯგუფების მიხედვით ყველაზე მეტი გამოუქვეყნებელი ვაკანსია (13%) მზარეულების პროფესიულ ჯგუფზე მოდის, ხოლო ოფისის დამხმარე პერსონალსა და მენეჯერების პროფესიულ ჯგუფებზე არსებული ვაკანსიები სრულად არის გამოცხადებული.

დიაგრამა 9. არსებული და გამოქვეყნებული ვაკანსიები



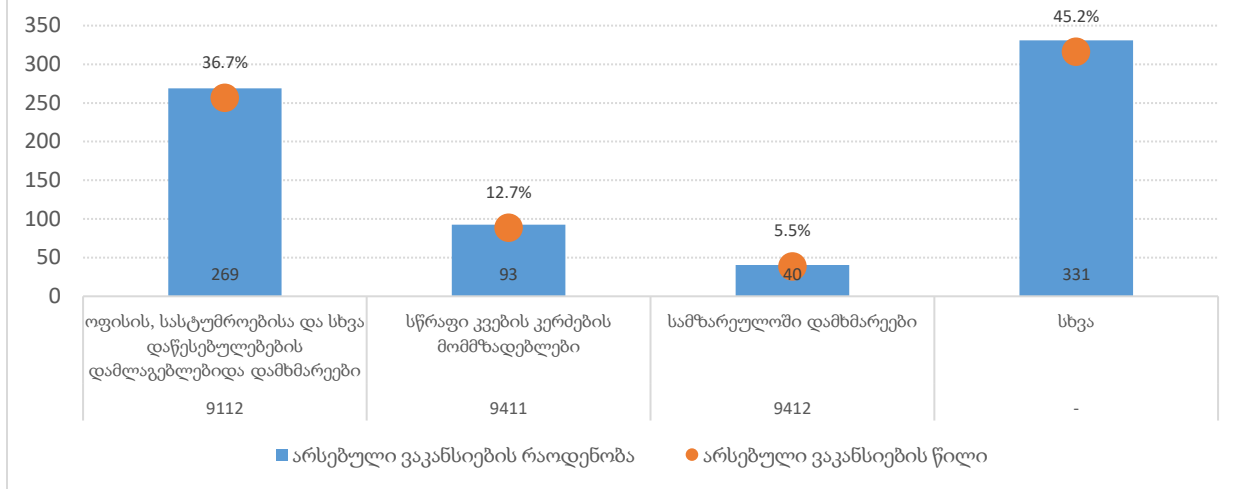
მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებული პირების პროფესიულ ჯგუფში არსებული ვაკანსიების მიხედვით ყველაზე მრავლად არის შემდეგი ვაკანსიები: მიმტანები (49,2%), მზარეულები (30,9%) და ბარმენები (9,2%).

დიაგრამა 10. არსებული ვაკანსიები მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროებში დასაქმებულ პირებზე



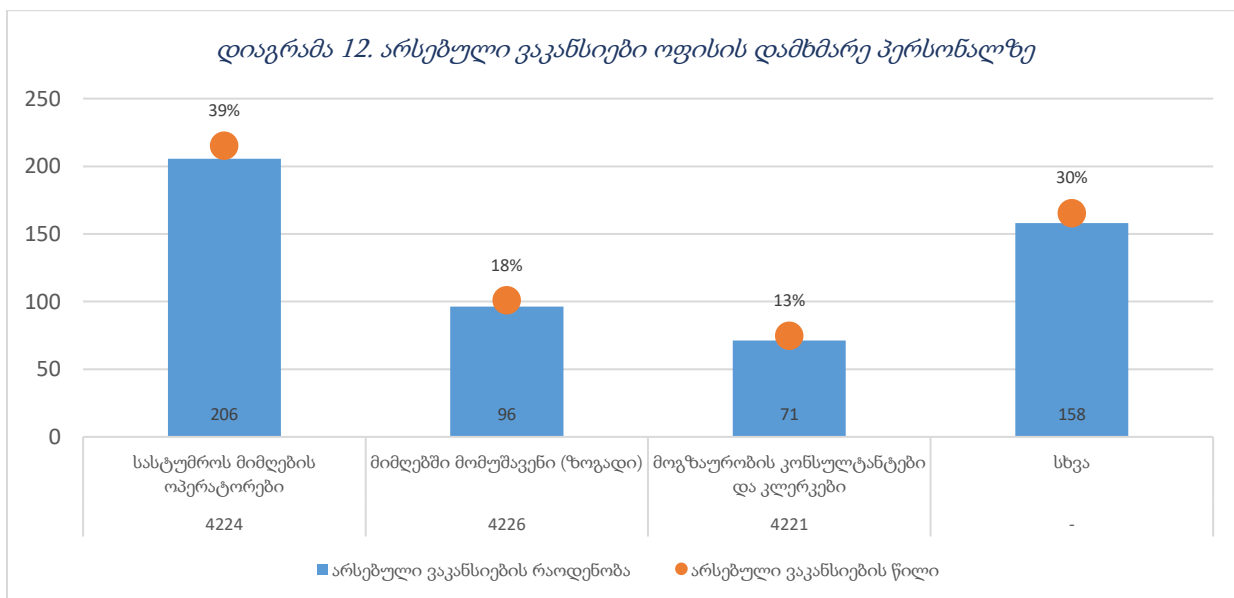
დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშებიდან ყველაზე დიდი მოთხოვნა დაფიქსირდა: დამლაგებლებზე (36,7%), სწრაფი კვების კერძების მომზადებლებსა (12,7%) და სამზარეულოში დამხმარეებზე (5,5%).

დიაგრამა 11. არსებული ვაკანსიები დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელზე

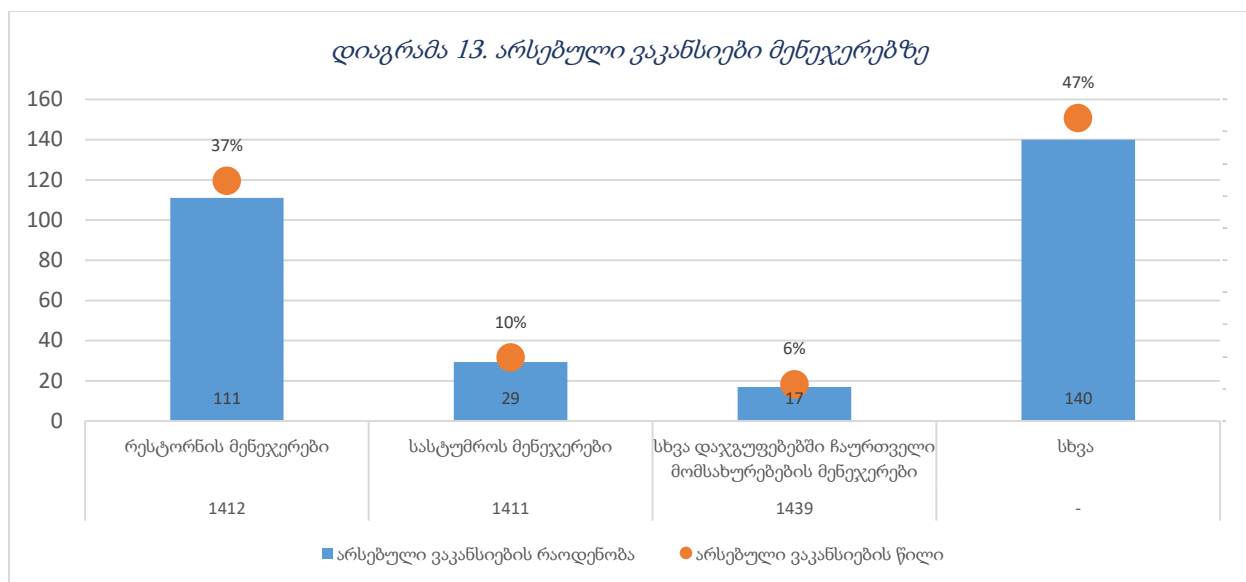


რაც შეეხება მოთხოვნას ოფისის დამხმარე პერსონალზე, ვაკანსიები მრავლად არის წარმოდგენილი: სასტუმროს მიმღების ოპერატორებზე (39%), მიმღებში მომუშავეებსა (18%) და მოგზაურობის კონსულტანტებზე (13%).

დიაგრამა 12. არსებული ვაკანსიები ოფისის დამხმარე პერსონალზე



მენეჯერულ პოზიციებზე მაღალია მოთხოვნა რესტორნების (37%) და სასტუმროების (10%) მენეჯერებზე, ამასთან საკმაოდ დიდია მოთხოვნა სხვადასხვა ვიწრო პროფილის მენეჯერებზე.

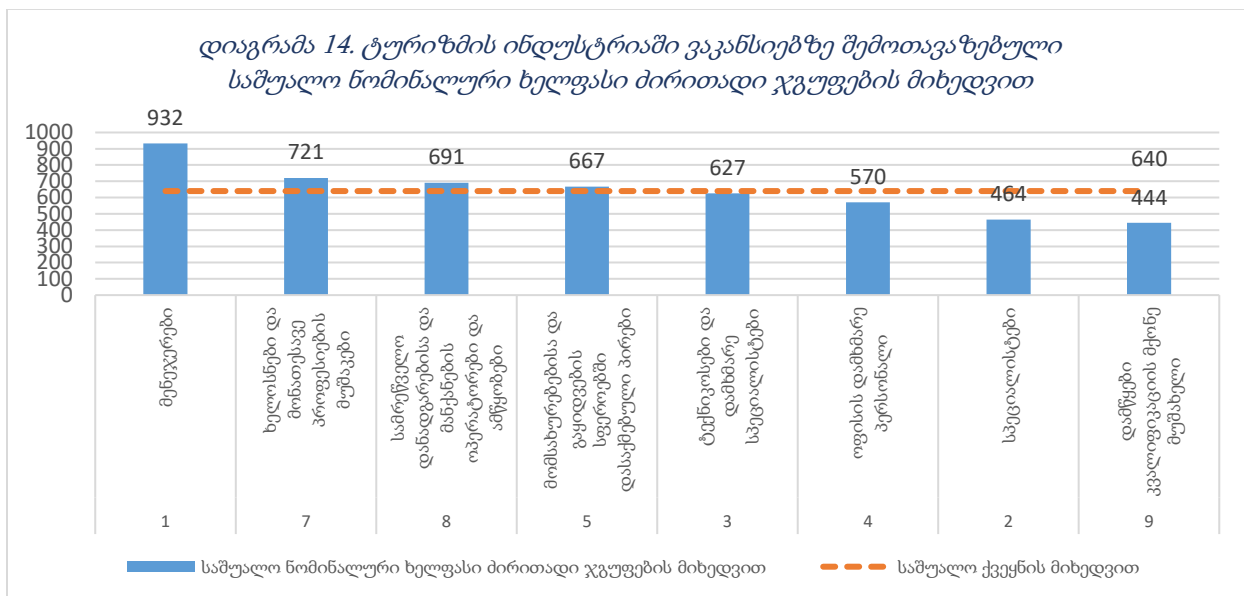


2017 წლის 1 სექტემბრიდან 2018 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებულ ვაკანსიებზე საშუალო ნომინალურმა ხელფასმა 640 ლარი შეადგინა. ძირითადი ჯგუფების მიხედვით საშუალო ნომინალური ხელფასი ყველაზე მაღალია მენეჯერულ პოზიციებზე (932 ლარი), ხოლო დაბალია დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელზე (444 ლარი). კერძოდ, კვლევის თანახმად, ვაკანსიებზე შეთავაზებული საშუალო ნომინალური ხელფასის მიხედვით ISCO-ს ძირითადი პროფესიული ჯგუფებიდან მენეჯერების (932 ლარი) შემდეგ მოდის, ხელოსნები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები (721 ლარი), სამრეწველო დანადგარებისა და მანქანების ოპერატორები და ამწყობები (691 ლარი), მომსახურებებისა და გაყიდვების სფეროებში დასაქმებული პირები (667 ლარი), ტექნიკოსები და დამხმარე სპეციალისტები (627 ლარი), ოფისის დამხმარე პერსონალი (570 ლარი), სპეციალისტები (464 ლარი), დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელი (444 ლარი).

ვაკანსიებზე შეთავაზებული ხელფასი მაღალია შემდეგ ელემენტარულ ჯგუფებზე: სასტუმროების მენეჯერები (1,333 ლარი), კომპიუტერული ქსელისა და სისტემების ტექნიკოსები (1,361 ლარი), ვებ ტექნიკოსები (1,033 ლარი), შეფ-მზარეულები (932 ლარი), მოგზაურობის კონსულტანტები და კლერკები (872 ლარი), რეკლამირებისა და მარკეტინგის სპეციალისტები (808 ლარი). ამასთან, საგულისხმოა რომ მენეჯერულ პოზიციებზე არსებულ ვაკანსიებზე შეთავაზებული საშუალო ხელფასის სიდიდით სასტუმროს მენეჯერები (1,333 ლარი) უპირატესობენ, რესტორნისა (661 ლარი) და მომსახურებების (600 ლარი) მენეჯერებთან შედარებით.

ტურიზმის ინდუსტრიაში საშუალო ნომინალურ ხელფასზე დაბალია შეთავაზებული ხელფასი შემდეგ ელემენტარულ ჯგუფებზე: ბუღალტრები (293 ლარი), დამლაგებლები (414 ლარი), მიმტანები (414 ლარი), სამზარეულოში დამხმარეები (440 ლარი), უსაფრთხოების სამსახურის თანამშრომლები (447 ლარი), მოგზაურობის გიდები (469 ლარი), სასტუმროს მიმღების ოპერატორები (473 ლარი), ბარმენები (490 ლარი), მიმღებში მომუშავენი (505 ლარი), მზარეულები (550 ლარი).

საგულისხმოა აღინიშნოს, რომ ვაკანსიებზე შეთავაზებული საშუალო ნომინალური ხელფასი მერყეობს განათლების დონისა და საკვალიფიკაციო მოთხოვნის შესაბამისად. გამონაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს ბუღალტრები, რადგან საკმაოდ ხშირად ისინი ემსახურებიან ერთზე მეტ სუბიექტს, რაც მთლიანობაში ზრდის მათ საერთო შემოსავალს.



კვლევის თანახმად, ვაკანსიების შევსებისას პრობლემები დაფიქსირდა როგორც „თეთრსაყელიანი“, ასევე „ლურჯ საყელიანი“ სამუშაო ძალის მოძიებაზე. კომპანიებს, რომლებსაც გააჩნდათ ვაკანსიები, მათგან 13%-ს (115 კომპანია) შეექმნა პრობლემა ვაკანტური პოზიციების შევსების მხრივ. ამასთან, ყველაზე მეტი პრობლემა შეექმნა ტრანსპორტისა (32%) და საკვებით მომსახურების (27%) სექტორის საწარმოებს. განთავსების საშუალებების სექტორის საწარმოებში ვაკანსიების შევსებისას პრობლემები 23%-ის შემთხვევაში, ხოლო ტურისტული მომსახურების საწარმოთა 18%-ის შემთხვევაში დაფიქსირდა. პროფესიული ჯგუფების კუთხით კი ყველაზე მეტი სირთულე დაფიქსირდა მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებული პირების მოძიებაზე, კერძოდ მზარეულებზე, მიმტანებსა და გიდებზე. საგულისხმოა, რომ პრობლემები დაფიქსირდა დამწევი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელის, მათ შორის დამლაგებლებისა და ნარჩენების გამტანების მოძიებაზე.

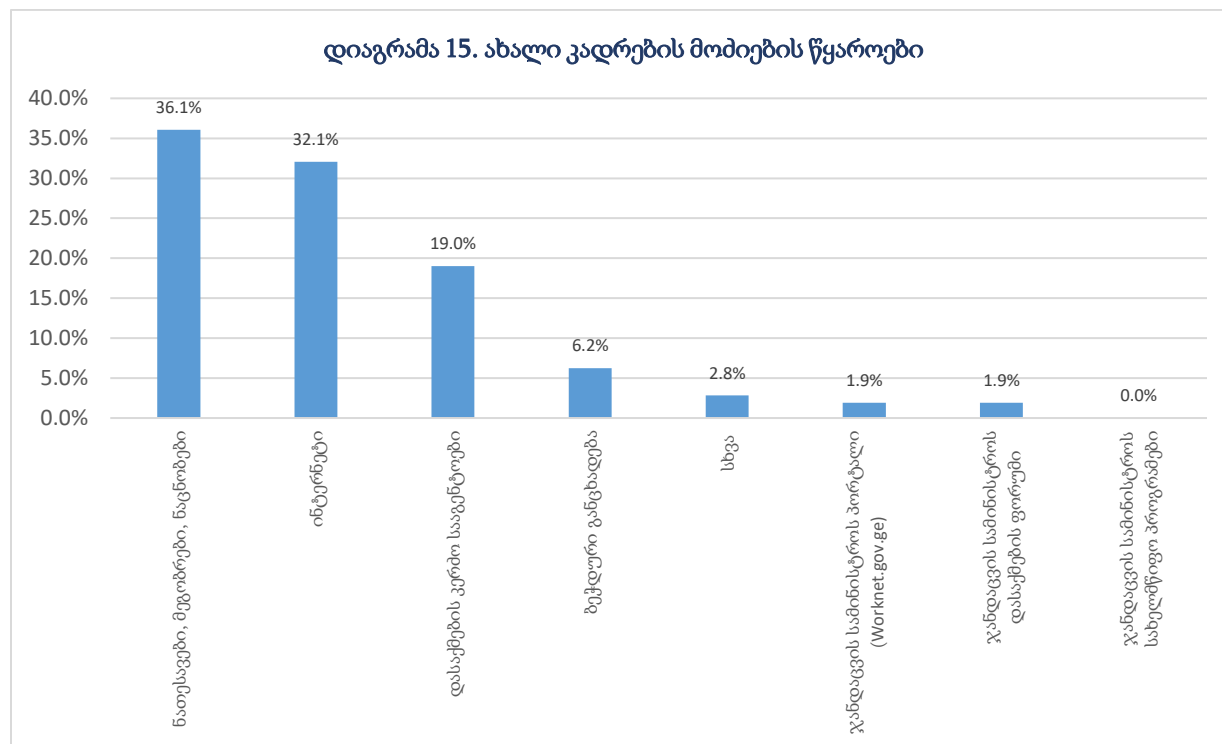
გამომდინარე იქიდან, რომ ზემოთხსენებულ პოზიციებზე შეთავაზებული საშუალო ნომინალური ხელფასი საკმაოდ დაბალია, ვაკანტური პოზიციების შევსების მთავარ ხელისშემშლელ ფაქტორად შეიძლება ჩაითვალოს შეთავაზებული დაბალი ანაზღაურება და/ან არსებული სამუშაო გარემო.

კვლევის თანახმად, ვაკანტური პოზიციების შეუვსებლობის მიზეზთაგან ყველაზე ხშირად დასახელდა აპლიკანტთა არაკვალიფიციურობა, გამოცდილების ნაკლებობა და ასევე, აპლიკანტთა მხრიდან უფრო მაღალი ანაზღაურების მოლოდინი. ამასთან, კვლევის მიხედვით, ვაკანტური პოზიციების შევსების გამომწვევი მიზეზები ცალკეული პროფესიული ჯგუფების მიხედვით განსხვავებულია, კერძოდ, მენეჯერებისა და მომსახურების სფეროს მუშაკების ვაკანსიების შევსებისას უმთავრეს პრობლემას წარმოადგენდა მათი კვალიფიკაცია და გამოცდილების არქონა, დამწყები კვალიფიკაციის მუშახელის ვაკანსიების შევსებისას კი შეთავაზებული დაბალი ხელფასი;

რაც შეეხება, საწარმოთა მიერ აპლიკანტთა არაკვალიფიციურობის თაობაზე დასახელებულ მიზეზებს ძირითადი პროფესიული ჯგუფების მიხედვით, როგორც კვლევამ გამოავლინა დამსაქმებლებს აპლიკანტების შეფასებისას მენეჯერების მიმართ მოთხოვნა წაყენებული აქვთ პროფესიული უნარების ყველა ასპექტით (პროფესიული ცოდნის ნაკლებობა, ტექნიკური უნარ-ჩვევები, პრობლემის მოგვარების უნარი, მომსახურების უნარ-ჩვევები, კომუნიკაციის უნარები, უცხო ენები, ICT უნარები, გადაწყვეტილების მიღების უნარები, სამეწარმეო საქმიანობის არასათანადო გაგება და ცნობიერების ნაკლებობა, ახალი ინფორმაციის გაცნობის, გაანალიზების და გადმოცემის უნარი), ხოლო სხვა პროფესიული ჯგუფების მიმართ აქცენტი კეთდება - პროფესიული ცოდნის, მომსახურების უნარ-ჩვევების, კომუნიკაციის უნარებისა და უცხო ენების ცოდნის ნაკლებობაზე. მაგალითად, მიმტანებს - უცხო ენები და მომსახურების უნარები; მზარეულებს - უცხო ენების და კომუნიკაციის უნარები; მოგზაურობის გიდებს - უცხო ენები და პროფესიული ცოდნა; დამლაგებლებსა და ნარჩენების გამტანებს - მომსახურებისა და კომუნიკაციის უნარები.

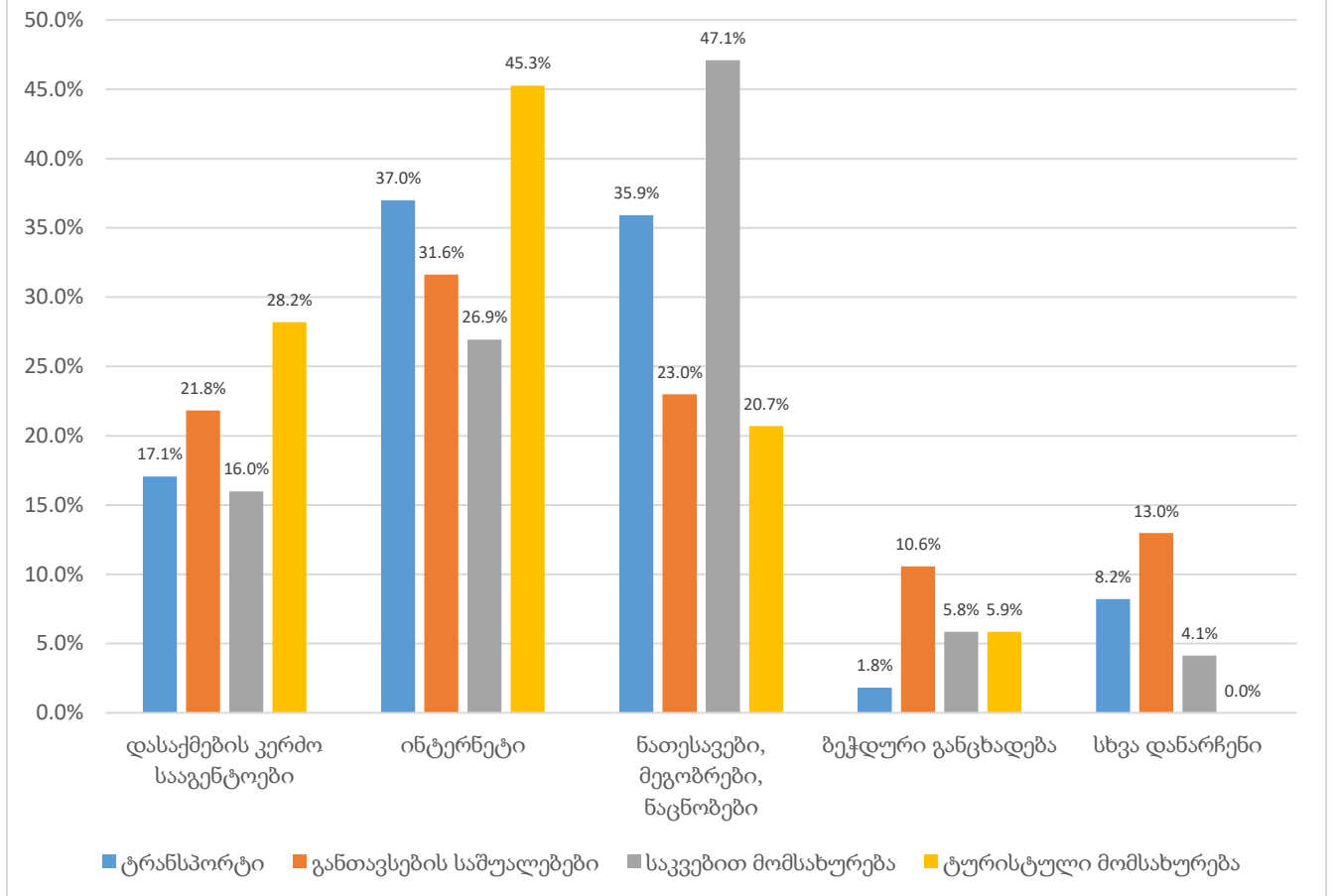
კვლევის თანახმად, ბოლო 3 თვეში გამოცხადებული ვაკანსიებთან მიმართებით საგულისხმოა, რომ ყველაზე მეტი გამოცხადებული ვაკანსიებია მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებული პირების პროფესიულ ჯგუფში, ხოლო ვაკანსიების შეუვსებლობით გამოირჩევა სასტუმროების მენეჯერების, სასტუმროს მიმღების ოპერატორების, მოგზაურობის კონსულტანტების და მსუბუქი ავტომობილების მძღოლების პოზიციები.

საწარმოთა მიერ ახალი კადრების მოძიების გამოყენებული წყაროების მხრივ, კვლევამ გამოავლინა, რომ ახალი კადრების მოძიების ძირითად წყაროს პირადი კონტაქტები წარმოადგენს (36.1%). მზარდია ინტერნეტისა (32.1%) და დასაქმების კერძო სააგენტოების (19%) როლი და საკმაოდ დაბალია საერთო ჯამში ჯანდაცვისა და შრომის სამინისტროს პროგრამებისა და აქტივობების (4.2%) ხვედრითი წილი ახალი კადრების მოძიებაში.

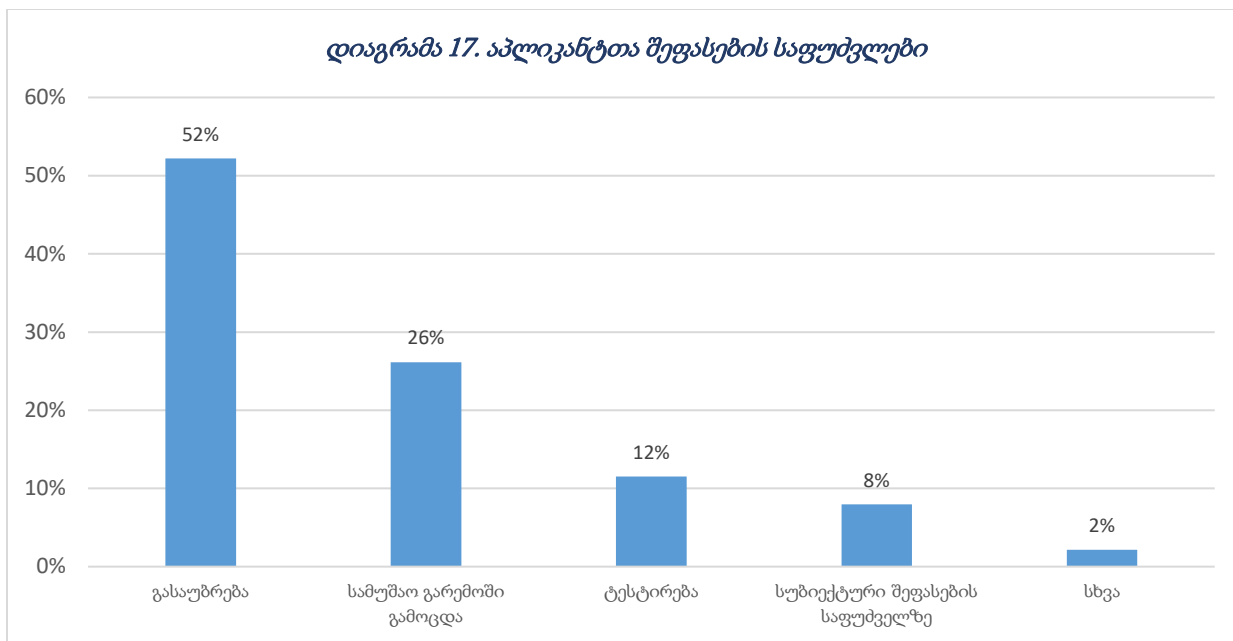


კვლევის თანახმად, ეკონომიკური სექტორების მიხედვით ახალი კადრების მოძიების წყაროები განსხვავებულ სურათს იძლევა. კერძოდ, ტურისტული მომსახურების სააგენტოები ახალი კადრების მოსაძიებლად ყველაზე მეტად იყენებენ ინტერნეტსა (45,3%) და დასაქმების კერძო სააგენტოებს (28,2%); საკვები მომსახურების ობიექტები - პირად ნაცნობებსა (47,1%) და ინტერნეტს (26,9%); განთავსების საშუალებები - ინტერნეტსა (31,6%) და პირად ნაცნობებს (23%), ასევე დასაქმების კერძო სააგენტოებს (21,8%); ტრანსპორტი - ინტერნეტსა (37%) და პირად ნაცნობებს (35,9%). საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ დაქირავების მცდელობის მხრივ საკმაოდ გაზრდილია ინტერნეტის მოხმარების ხვედრითი წილი.

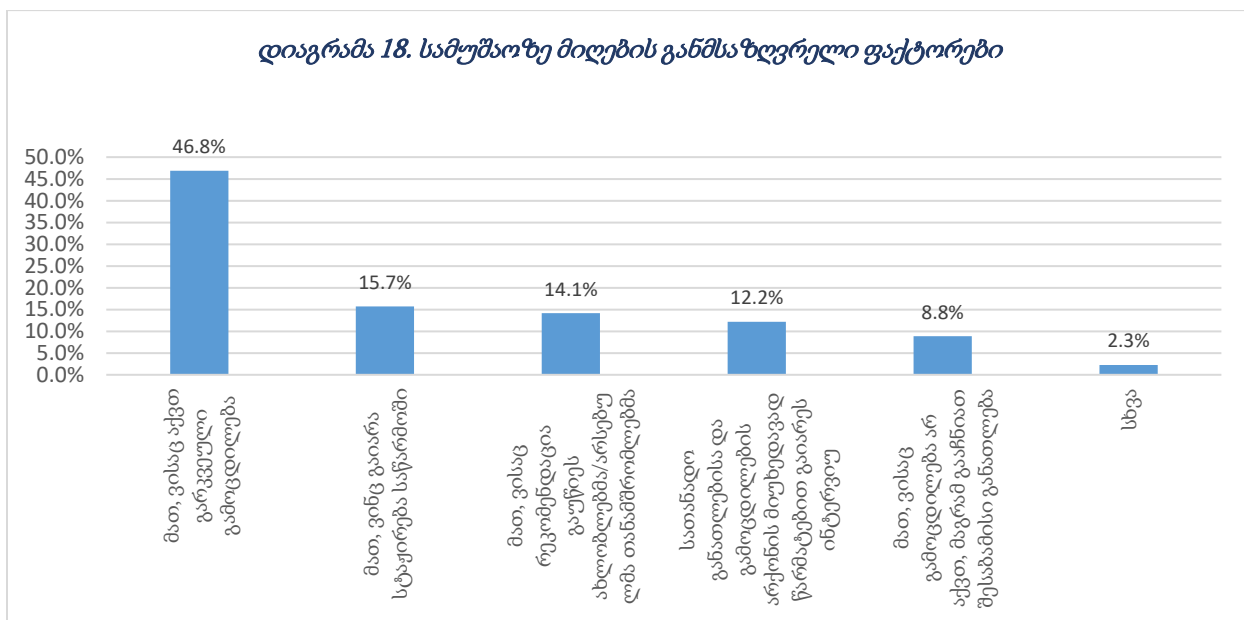
დიაგრამა 16. ახალი კადრების მოძიების წყაროები ეკონომიკური სექტორების მიხედვით



აპლიკანტთა შეფასების კუთხით, კვლევამ გამოავლინა, რომ დამსაქმებელთა 52% იყენებს გასაუბრებას, 26% სამუშაო გარემოში გამოცდას, 12% ტესტირებას, ხოლო 8% შეფასებას ახდენს სუბიექტური შეფასების საფუძველზე. ამასთან, დამსაქმებლები სამუშაოზე მიღების უმთავრეს განმსაზღვრელ ფაქტორად ასახელებენ გამოცდილების ქონას (46,8%). თითქმის თანაბარზომიერია საწარმოში სტაჟირების (15,7%) და რეკომენდაციის (14,1%) გაწევის საჭიროება. შემდეგ მოდის საწარმოთა მიერ სამუშაოზე მიღების განმსაზღვრელ ფაქტორად სათანადო განათლებისა და გამოცდილების არქონის მიუხედავად წარმატებით ინტერვიუს გავლა (12.2%) და მათ, ვისაც გამოცდილება არ აქვთ, მაგრამ გააჩნიათ შესაბამისი განათლება (8.8%).

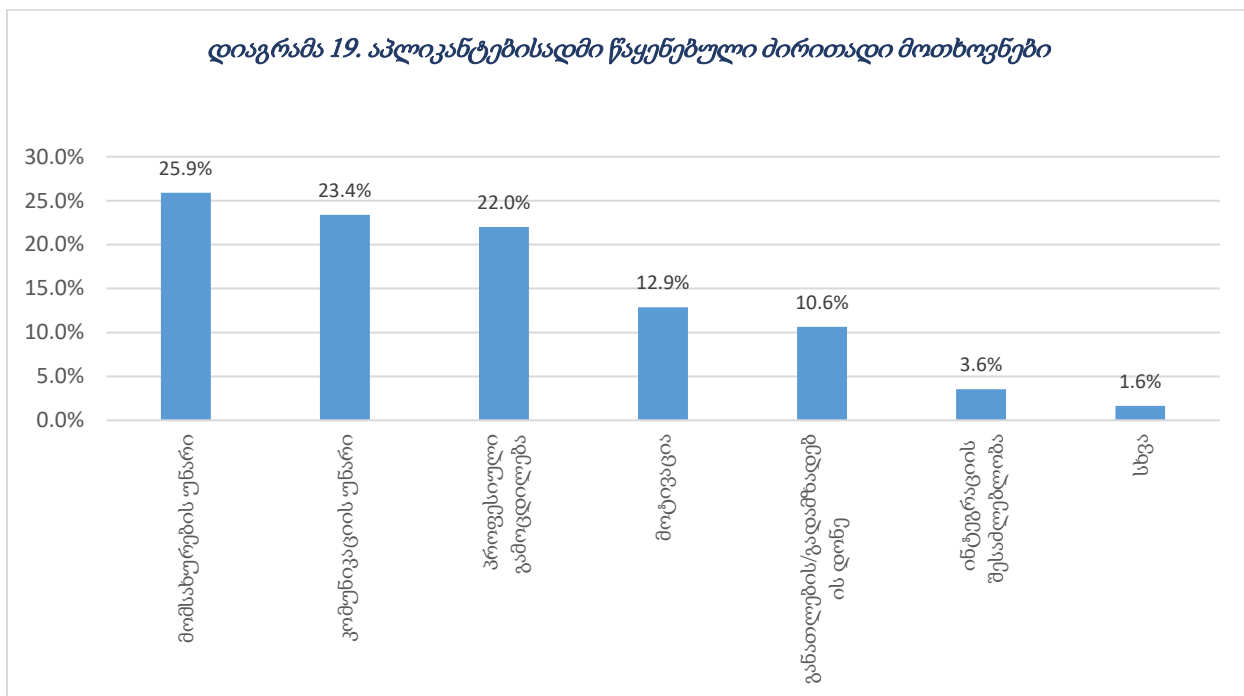


დამსაქმებლები სამუშაოზე მიღების უმთავრეს განმსაზღვრელ ფაქტორად ასახელებენ გამოცდილების ქონას (46,8%). თითქმის თანაბარზომიერია საწარმოში სტაჟირების გავლისა (15,7%) და რეკომენდაციის (14,1%) გაწევის მოთხოვნა. ასევე ერთ-ერთ განმსაზღვრელ ფაქტორს წარმოადგენს განათლებისა და გამოცდილების არქონის მიუხედავად აპლიკანტის შესაძლებლობის ადგილზე შეფასება (12,2%).

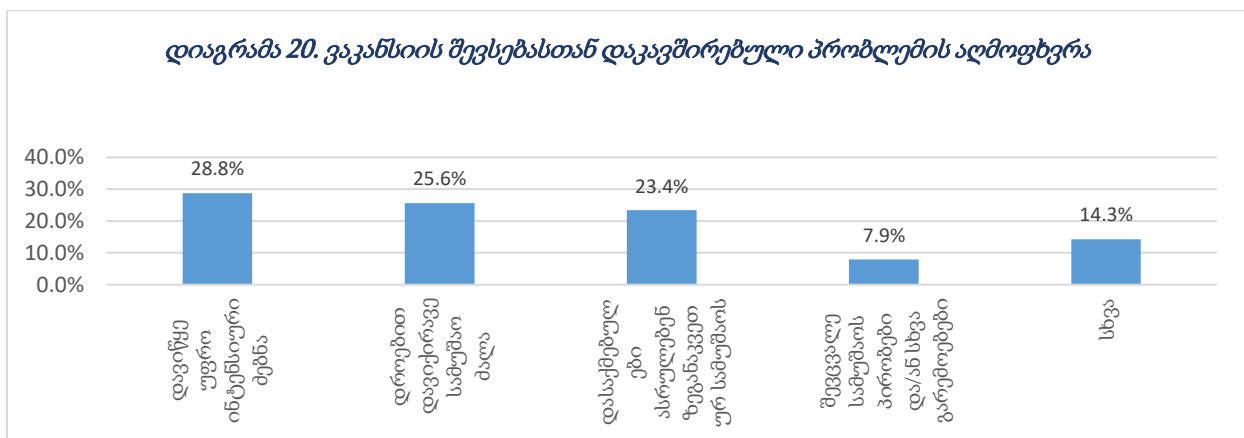


კვლევის თანახმად, დაქირავების დროს აპლიკანტებისადმი წაყენებული მოთხოვნებიდან (მომსახურების უნარები, კომუნიკაციის უნარები, პროფესიული

გამოცდილების უნარები, მოტივაცია, განათლება/გადამზადების დონე, ინტეგრაციის შესაძლებლობა) ძირითადად წარმოადგენს მომსახურების უნარები (25,9%), კომუნიკაციის უნარები (23,4%) და პროფესიული გამოცდილების უნარები (22%).



კვლევამ აჩვენა, რომ ტურიზმის სექტორში მოღვაწე კომპანიები არც თუ ისე აქტიურად მიმართავენ რაიმე ზომებს ვაკანსიის შევსებასთან დაკავშირებული პრობლემების აღმოსაფხვრელად. ხოლო ისინი ვინც მიმართავენ უფრო მეტად ააქტიურებენ ძიების პროცესს (28,8%), დროებით ქირაობენ მუშახელს (25,6%) ან ასრულებინებენ დასაქმებულს ზეგანაკვეთურ სამუშაოს (23,4%). კვლევის თანახმად, დამსაქმებელთა მხრიდან უცხო ენის მოთხოვნის კუთხით დომინირებენ ინგლისური და რუსული ენები; საყურადღებოა, რომ საწარმოთა 14%-მა არცერთი უცხო ენის საჭიროება არ დააფიქსირა.

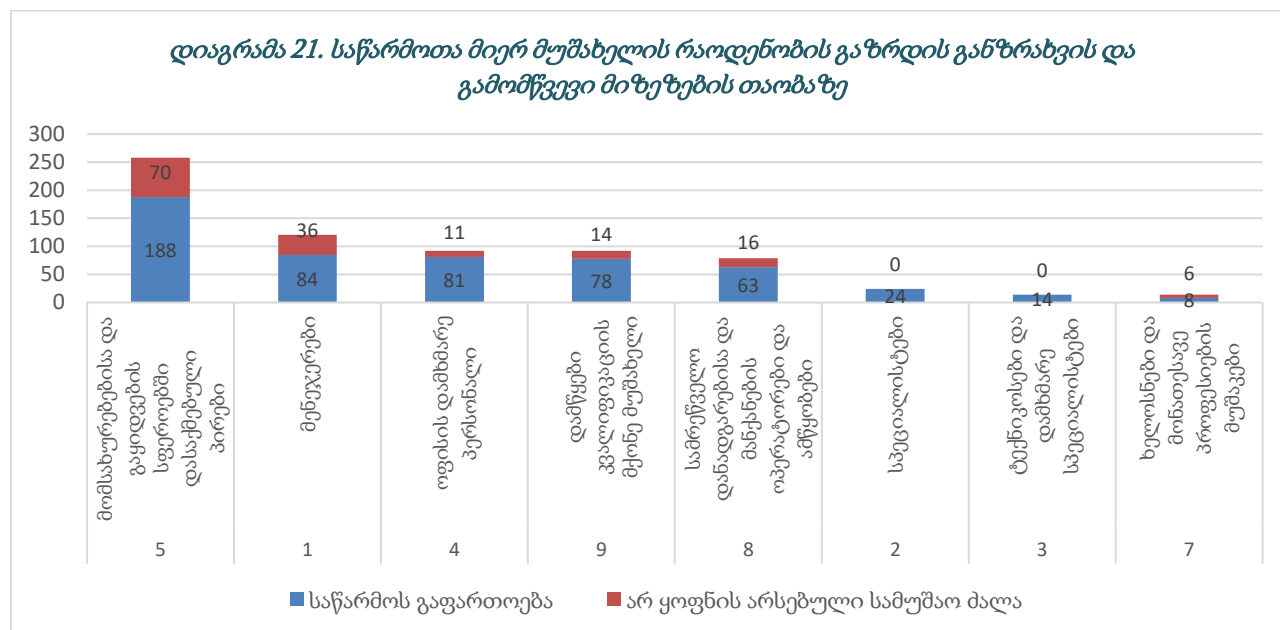


სექცია 4: მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე

კვლევამ იმასთან დაკავშირებით, აპირებენ თუ არა საწარმოები მუშახელის რაოდენობის გაზრდას, გამოავლინა რომ, საწარმოთა 4% (317 კომპანია) აპირებს მუშახელის რაოდენობის გაზრდას და მათგან ყველაზე მეტი 37% (118 კომპანია) საკვების მომსახურების სფეროს წარმოადგენს, შემდგომ მოდის ტრანსპორტის (28%), ტურისტული მომსახურების (19%) და განთავსების საშუალებების სექტორი (17%).

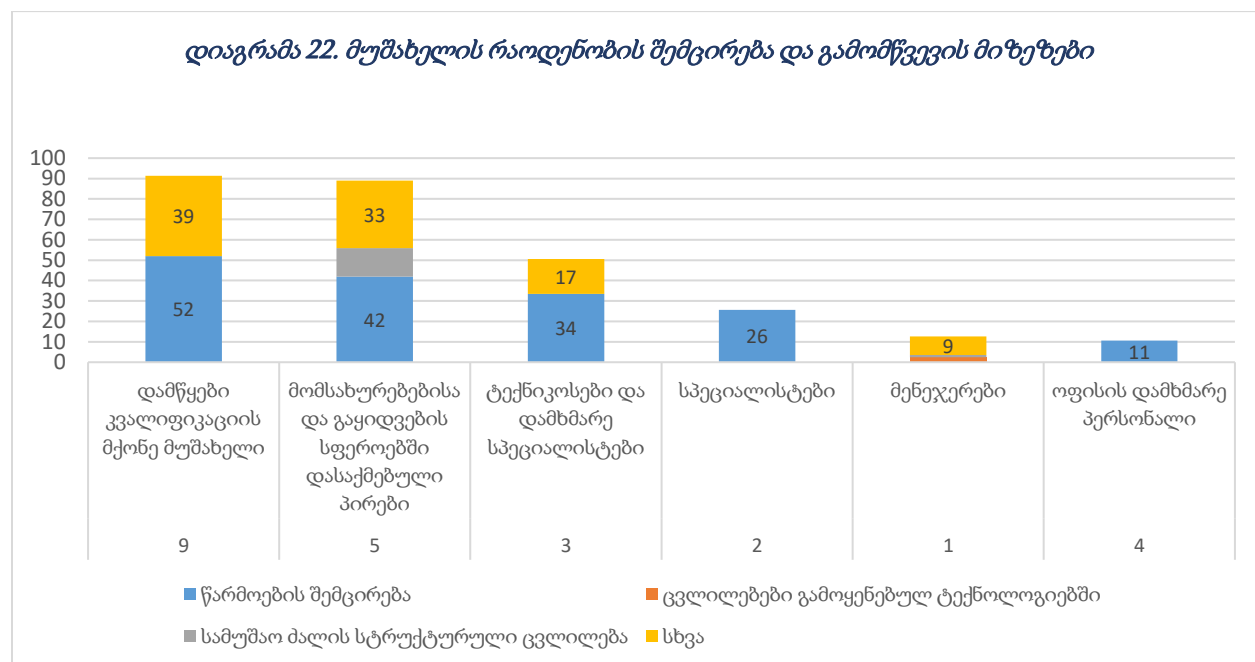
საწარმოების მხრიდან მუშახელის რაოდენობის გაზრდის ყველაზე დიდი მაჩვენებელი დაფიქსირდა მომსახურებებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებულ პირებზე (მზარეულები, მიმტანები და მოგზაურობის გიდები). ასევე, სასტუმროების, საცალო ვაჭრობისა და სხვა მომსახურებების მენეჯერებზე; დამლაგებლებზე; მსუბუქი ავტომობილების მძღოლებსა და მოგზაურობის კონსულტანტებზე.

კვლევის თანახმად, მუშახელის რაოდენობის გაზრდის უმთავრეს მიზეზს კომპანიის გაფართოება წარმოადგენს, თუმცა ზოგიერთ პროფესიულ ჯგუფებზე კომპანიებს არ ჰყოფნით არსებული სამუშაო ძალა.



კვლევამ იმასთან დაკავშირებით, აპირებდნენ თუ არა საწარმოები მუშახელის რაოდენობის შემცირებას, გამოავლინა რომ, მუშახელის რაოდენობის შემცირებას აპირებს საწარმოთა 1% (96 საწარმო), რაც ჩამორჩება იმ საწარმოთა წილს, რომლებიც აპირებენ მუშახელის რაოდენობის გარდას. შემცირების მხრივ ყველაზე მეტად გამოირჩევა საკვების მომსახურების ობიექტები 49% (47 საწარმო). შემდეგ მოდის განთავსების საშუალებები (33%) და ტრანსპორტი (18%).

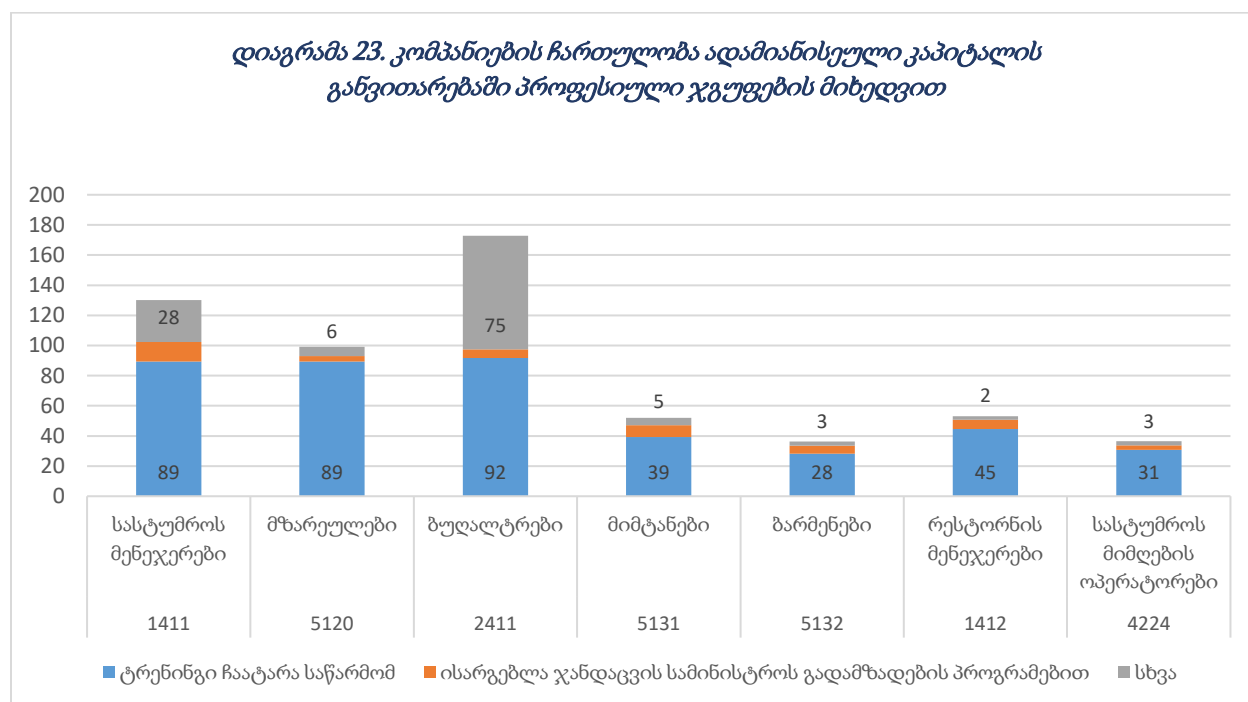
საწარმოთა მიერ მუშახელის რაოდენობის შემცირების განზრახვასა და გამომწვევ მიზეზებთან დაკავშირებით კვლევამ გამოავლინა, რომ საწარმოთა მიერ მუშახელის რაოდენობის შემცირების უმთავრეს მიზეზად წარმოების შემცირება დასახელდა. ამასთან, მუშახელის რაოდენობის შემცირების კუთხით ყველაზე დიდი მაჩვენებელი დაფიქსირდა დამწევი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელზე, კერძოდ დამლაგებლებზე. ასევე, მზარეულებზე, შეფ-მზარეულებზე, ბუღალტრებსა და მიმტანებზე.



სექცია 5: სამუშაო ძალის განვითარება

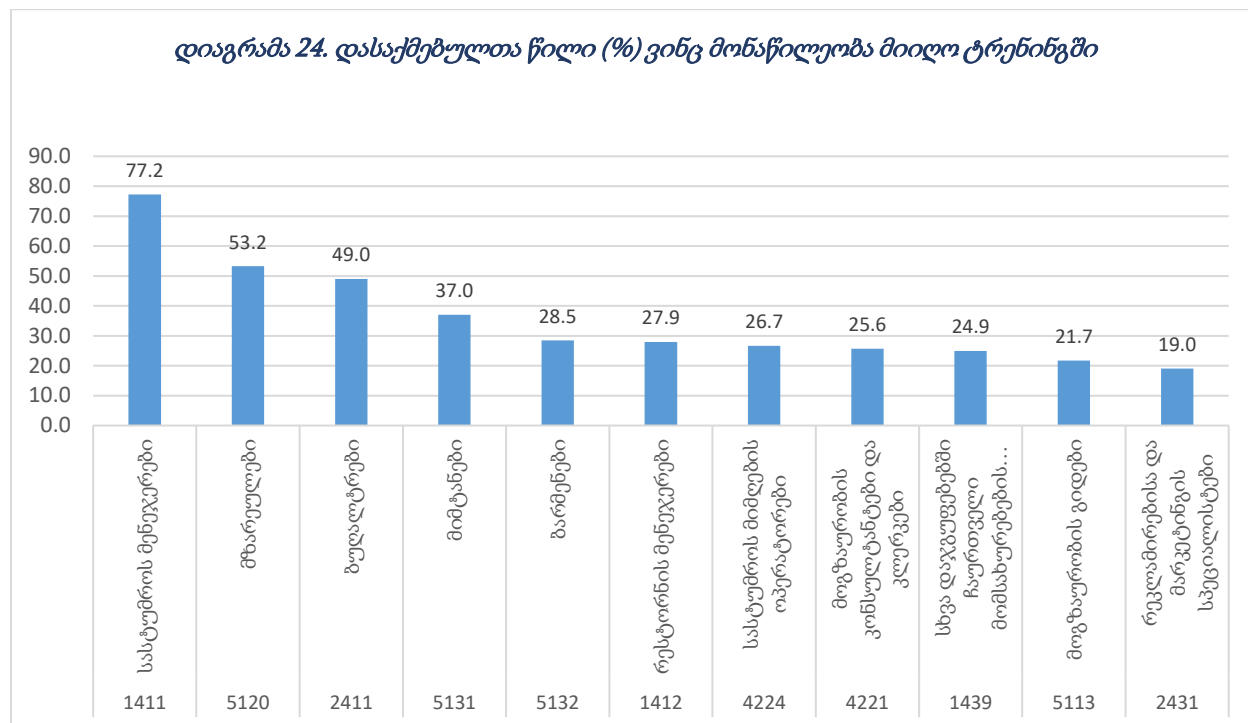
კვლევის თანახმად, საწარმოთა ჩართულობა ადამიანისეული კაპიტალის განვითარებაში არის ძალზედ შეზღუდული, რაზეც მეტყველებს ის ფაქტი, რომ საწარმოთა მხოლოდ 5%-ს (409 საწარმო) ჰყავს დასაქმებული, რომლებსაც ბოლო 12 თვის განმავლობაში სხვადასხვა სახის ტრენინგში აქვს მონაწილეობა მიღებული. აქედან, ყველაზე მეტი 35% სატრანსპორტო საწარმოებზე მოდის. შემდეგ მოდის საკვებით მომსახურება 26%-ით, განთავსების საშუალებები 25%-ით და ტურისტული მომსახურება 14%-ით;

პროფესიული ჯგუფებთან მიმართებით კი კვლევამ გამოავლინა, რომ ბოლო 12 თვის განმავლობაში საწარმოთა მიერ ყველაზე მეტად დაფინანსდა სასტუმროს და რესტორნის მენეჯერების, მზარეულების, ბუღალტრების, მიმტანებისა და ბარმენების პროფესიული ჯგუფების ტრენინგები. ამასთან, კვლევის თანახმად, კადრების გადამზადების მხრივ უფრო მეტად გამოიყენებოდა თავად საწარმოს მიერ ჩატარებული ტრენინგები, ხოლო საკმაოდ მოკრძალებული იყო ჯანდაცვისა და შრომის სამინისტროს გადამზადების პროგრამით მოსარგებლეთა ხვედრით წილი.



კომპანიებმა, რომლებმაც ბოლო 12 თვის განმავლობაში გადამზადეს მუშახელი, მათგან ყველაზე მაღალი ხვედრითი წილით გამოირჩევა: სასტუმროების მენეჯერები (77,2%), მზარეულები (53,2%), ბუღალტრები 49%) და მიმტანები (37%). შემდეგ

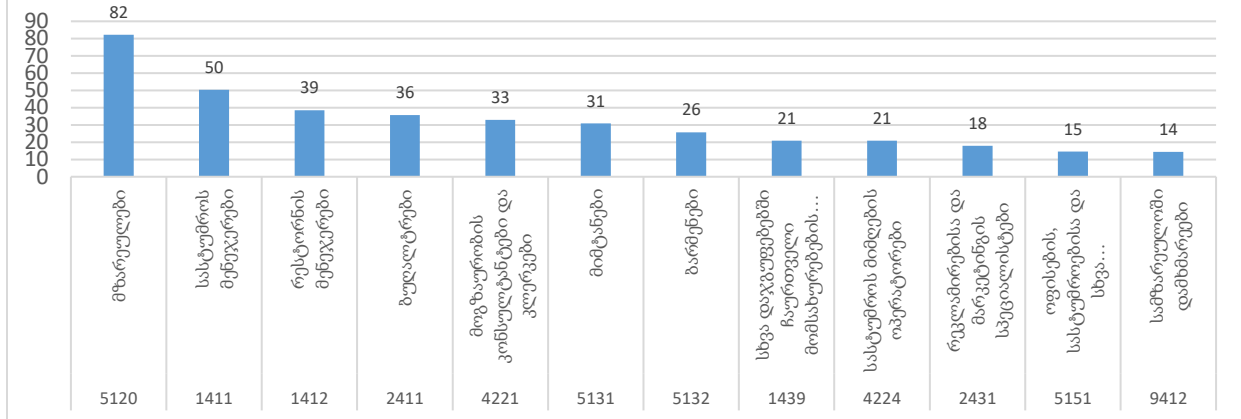
კლებადობით მოდის ბარმენები (28.5%), რესტორნის მენეჯერები (27.9%), სასტუმროს მიმღების ოპერატორები (26.7%), მოგზაურობის კონსულტანტები და კლერკები (25.6%), სხვა მომსახურების მენეჯერები (24.9%), მოგზაურობის გიდები (21.7%), რეკლამირებისა და მარკეტინგის სპეციალისტები (19%).



კომპანიების მიერ საკუთარი სახსრებით დაფინანსებული ტრენინგები ძირითადად მიმართული იყო სპეციალობაში კვალიფიკაციის ასამაღლებლად. ძალზედ უმნიშვნელო იყო უცხო ენებსა და საინფორმაციო კომუნიკაციებში მათ მიერ დაფინანსებული ტრენინგების ხვედრითი წილი.

კომპანიები სპეციალობებში დაფინანსებულ ტრენინგებს უმრავლეს შემთხვევაში ახორციელებენ შემდეგი პროფესიული ჯგუფებისთვის: მზარეულები, სასტუმროებისა და რესტორნების მენეჯერები, ბუღალტრები, მოგზაურობის კონსულტანტები და მიმტანები.

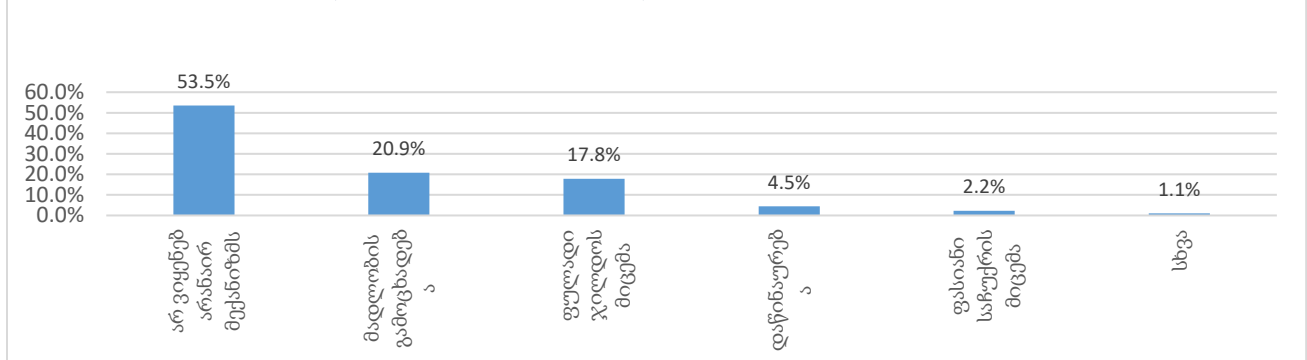
დიაგრამა 25. კომპანიების მიერ სპეციალობაში კვალიფიკაციის ასამაღლებლად დაფინანსებული ტრენინგები ელემენტარული ჯგუფების მიხედვით (რაოდენობა)



სახელმწიფო პროგრამების მიმართ საწარმოთა ცნობიერების დონესთან მიმართებით კვლევამ გამოავლინა, რომ საწარმოთა 43%-ს აქვს ინფორმაცია ჯანდაცვისა და შრომის სამინისტროს სახელმწიფო პროგრამის შესახებ, რომლის მიზანია სამუშაოს მაძიებელთა დასაქმების ხელშეწყობა.

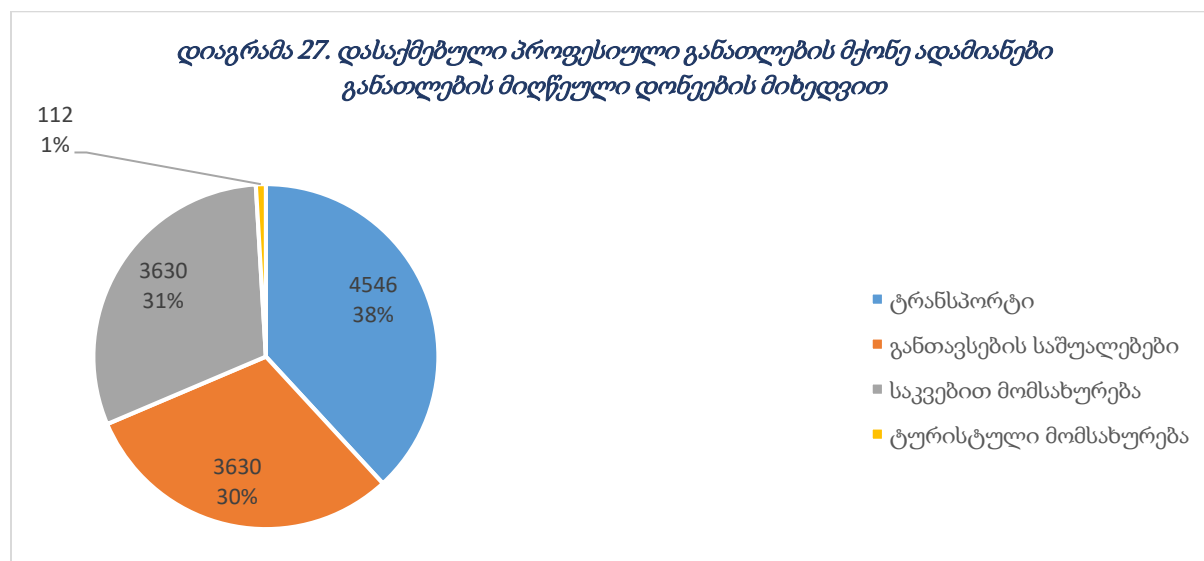
საწარმოებში თანამშრომელთა მოტივაციის მექანიზმებისა და გადამზადების სტრატეგიასთან მიმართებით, კვლევამ გამოავლინა, რომ საწარმოების მხოლოდ 16%-ს (1378 საწარმო) აქვს თანამშრომელთა განათლებისა და გადამზადების სტრატეგია. რაც შეეხება, თანამშრომელთა მოტივაციას, უმრავლეს შემთხვევაში საწარმოები არ იყენებენ რაიმე მექანიზმს (53,5%) და საწარმოები შემოიფარგლებიან მაღლობის გამოცხადებითა (20,9%) და ფულადი ჯილდოს მიცემით (17,8%). ამასთან, საწარმოთა მხოლოდ 4.5%-მა დაასახელა დაწინაურება, ხოლო 2.2%-მა ფასიანი საჩუქრის მიცემა.

დიაგრამა 26. თანამშრომელთა მოტივაციის მექანიზმები



სექცია 6: პროფესიული განათლება

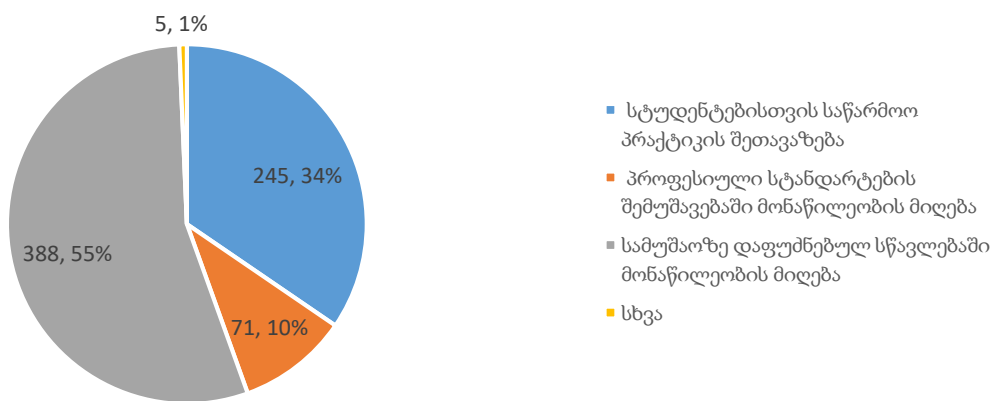
კვლევა მოიცავდა კითხვებს, რომლითაც გამოვლინდა ტურიზმის ინდუსტრიის საწარმოებში პროფესიული განათლების მქონე ადამიანების დასაქმების მაჩვენებელი, დამსაქმებელთა დამოკიდებულება პროფესიული სწავლების მიმართ და მათი პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან თანამშრომლობის ფორმები (სამუშაოზე დაფუძნებული სწავლება, სტუდენტებისთვის საწარმოო პრაქტიკის შეთავაზება, პროფესიულ სტანდარტების შემუშავებაში მონაწილეობა). კვლევის მიხედვით ტურიზმის სექტორში წარმოდგენილი კომპანიების 25% ჰყავს დასაქმებული პროფესიული განათლების მქონე ადამიანები და მათი რაოდენობა შეადგენს 11,919 ადამიანს, რაც აღნიშნულ სექტორში დასაქმებულთა 17%-ია. პროფესიული განათლების მქონე ყველაზე მეტი ადამიანი მუშაობს ტრანსპორტის სექტორში (38%), რაც შეეხება განთავსებასა და საკვებით მომსახურებას, აქ პროფესიული განათლების მქონე ადამიანები თითქმის თანაბრად არიან გადანაწილებულები. ამასთან, საწარმოთა ზომების მიხედვით, მართალია უფრო მეტ მცირე საწარმოს (95.6%) ყველაზე მეტი პროფესიული განათლების მქონე კადრები ყავს დასაქმებული (5,141 ადამიანი), თუმცა პროფესიული განათლების მქონე დასაქმებულთა რაოდენობით მსხვილ საწარმოებს (0.8%) არცთუ ბევრად ნაკლები პროფესიული განათლების მქონე კადრი ყავს დასაქმებული (4,158 ადამიანი). მცირე, საშუალო და მსხვილ საწარმოებში პროფესიული განათლების მქონე დასაქმებულთა რაოდენობა პროცენტულად შესაბამისად, 43%-22%-35%-იანი მაჩვენებლით ფიქსირდება. ყველა იმ საწარმოებიდან, რომელსაც დასაქმებული ყავს პროფესიული განათლების მქონე კადრი, საშუალოდ ერთ საწარმოზე 93 პროფ. განათლებით დასაქმებული მოდის.



განსაკუთრებით საგულისხმოა, რომ გამოკითხული საწარმოების მხოლოდ 4% (321 საწარმო) თანამშრომლობს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან. თანამშრომლობის მხრივ თითქმის თანაბარზომიერად არიან წარმოდგენილნი ტრანსპორტისა (33%) და საკვებით მომსახურების სექტორები (30%) და მათ მცირედით ჩამორჩება განთავსების საშუალებები (26%);

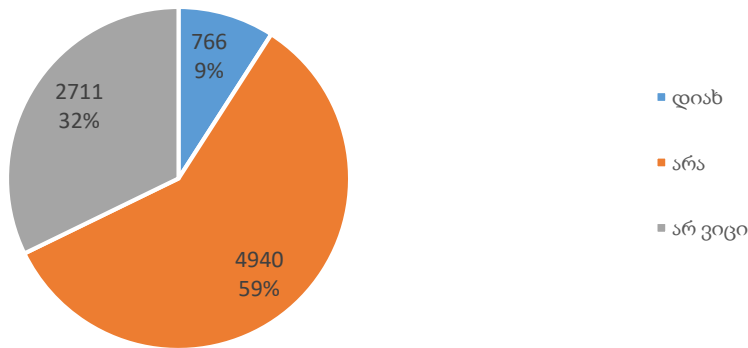
თანამშრომლობის 3 ფორმიდან (სტუდენტებისთვის საწარმოო პრაქტიკის შეთავაზება, პროფესიული სტანდარტების შემუშავებაში მონაწილეობის მიღება და სამუშაოზე დაფუძნებული სწავლებაში მონაწილეობის მიღება), კვლევის თანახმად ყველაზე გავრცელებული ფორმაა საწარმოთა მიერ სამუშაოზე დაფუძნებულ სწავლებაში მონაწილეობის მიღება (55%). ასევე მრავლად არიან კომპანიები (34%), რომლებიც დაკავებულები არიან სტუდენტებისათვის საწარმოო პრაქტიკის შეთავაზებით. საყურადღებოა, რომ გამოკითხული საწარმოებიდან 321 თანამშრომლობს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, რომელთაგან 202-მა საწარმომ (მათ შორის, თითქმის თანაბარზომიერად (30%) არიან წარმოდგენილნი განთავსებისა და ტრანსპორტის სექტორები. საკვებით მომსახურების საწარმოთა 26%, ხოლო ტურისტული მომსახურების საწარმოები 13%) თანამშრომლობის ფარგლებში დაასაქმა კადრები.

დიაგრამა 28. პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან თანამშრომლობის ტიპები



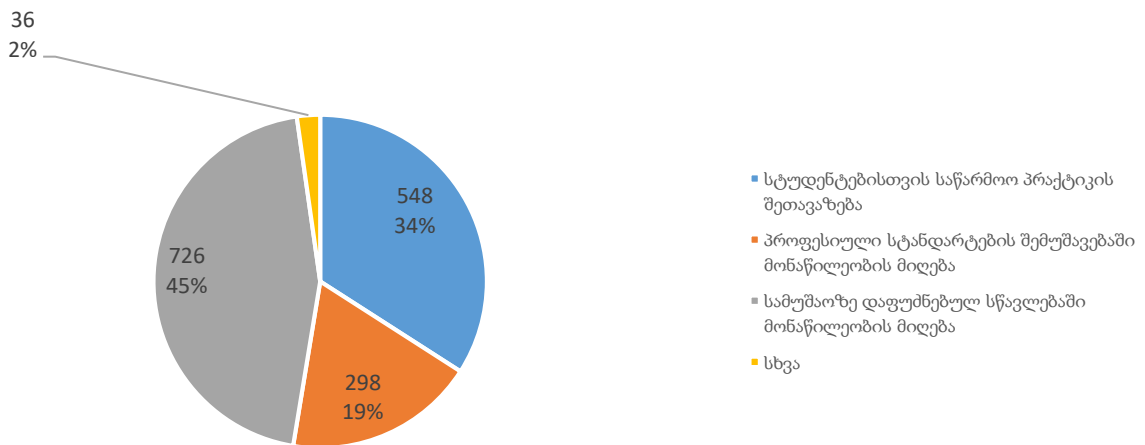
საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ მართალია, გამოკითხული საწარმოების მხოლოდ 4% თანამშრომლობს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, მაგრამ საწარმოთა 9%-ს აქვს უახლოეს მომავალში პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებასთან თანამშრომლობის საჭიროება/მზაობა/სურვილი.

დიაგრამა 29. პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან კომპანიების თანამშრომლობის საჭიროება/მზაობა/სურვილი



კომპანიებმა, რომლებმაც განაცხადეს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან თანამშრომლობის საჭიროების/მზაობის/სურვილის შესახებ, მათმა უმრავლესობამ არსებული სიტუაციის მსგავსად თანამშრომლობის სასურველ ტიპად სამუშაოზე დაფუძნებულ სწავლებაში მონაწილეობის მიღება დაასახელა (45%), რასაც მოჰყვება სტუდენტებისათვის საწარმოო პრაქტიკის შეთავაზება (34%) და პროფესიული სტანდარტი შემუშავებაში მონაწილეობის მიღება (19%).

დიაგრამა 30. პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან თანამშრომლობის სასურველი ტიპები



კვლევის თანახმად პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების დონე საწარმოთა 30%-ის მიერ შეფასდა დადებითად, 38%-მა შეაფასა საშუალოდ და მხოლოდ 4% აფასებს უარყოფითად;

დიაგრამა 31. პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების დონის შეფასება



საწარმოთა მიერ პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებაში მიღებულ ცოდნასთან დაკავშირებით, კვლევის შედეგად გამოვლენილ იქნა, რომ გამოკითხული საწარმოების **23% სრულიად ენდობა** პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებაში მიღებულ ცოდნას, **თითქმის ნახევარი (46%)** კი მეტნაკლებად ენდობა. ანუ, პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში მიღებული ცოდნის მიმართ ნდობა გამოხატა საწარმოთა **69%-მა**. ამასთან, საწარმოთა მხოლოდ 3% არ ენდობა პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებაში მიღებულ ცოდნას, თუმცა, საგულისხმოა, რომ საწარმოთა 28%-ს უჭირს პასუხის გაცემა.

დიაგრამა 32. პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში მიღებული ცოდნის შეფასება



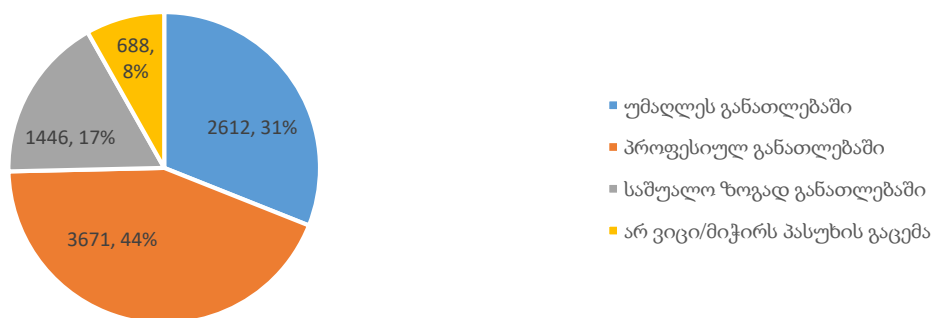
კვლევის თანახმად, საწარმოში დასაქმებული პროფესიული განათლების მქონე პირების პროფესიული უნარების შეფასება 5 ბალიან სკალაზე, სადაც „5“ ნიშნავს სრულიად დამაკმაყოფილებელს, ზოგადად საშუალოზე მაღალია. მათ შორის უნარების შეფასების მხრივ მაღალი შეფასება მიიღეს: მოგზაურობის

კონსულტანტებმა, სწრაფი კვების კერძების მომზადებლებმა, რესტორნებისა და სასტუმროების მენეჯერებმა;

საწარმოებმა, რომლებმაც განაცხადეს, რომ ჰყავთ დასაქმებული პროფესიული განათლების მქონე ადამიანები, მათმა უმრავლესობამ (60%) დააფიქსირა, რომ მათ მიერ დასაქმებულ პროფესიული განათლების მქონე ადამიანებს არ ესაჭიროება დამატებითი გადამზადება და საწარმოთა მხოლოდ 8%-მა განაცხადა დამატებით გადამზადების საჭიროების შესახებ. ამასთან, საგულისხმოა, რომ საწარმოთა საკმაოდ დიდ ნაწილს (32%) გაუჭირდა შეეფასებინა ადამიანისეული კაპიტალის წინაშე მდგარი საჭიროებები.

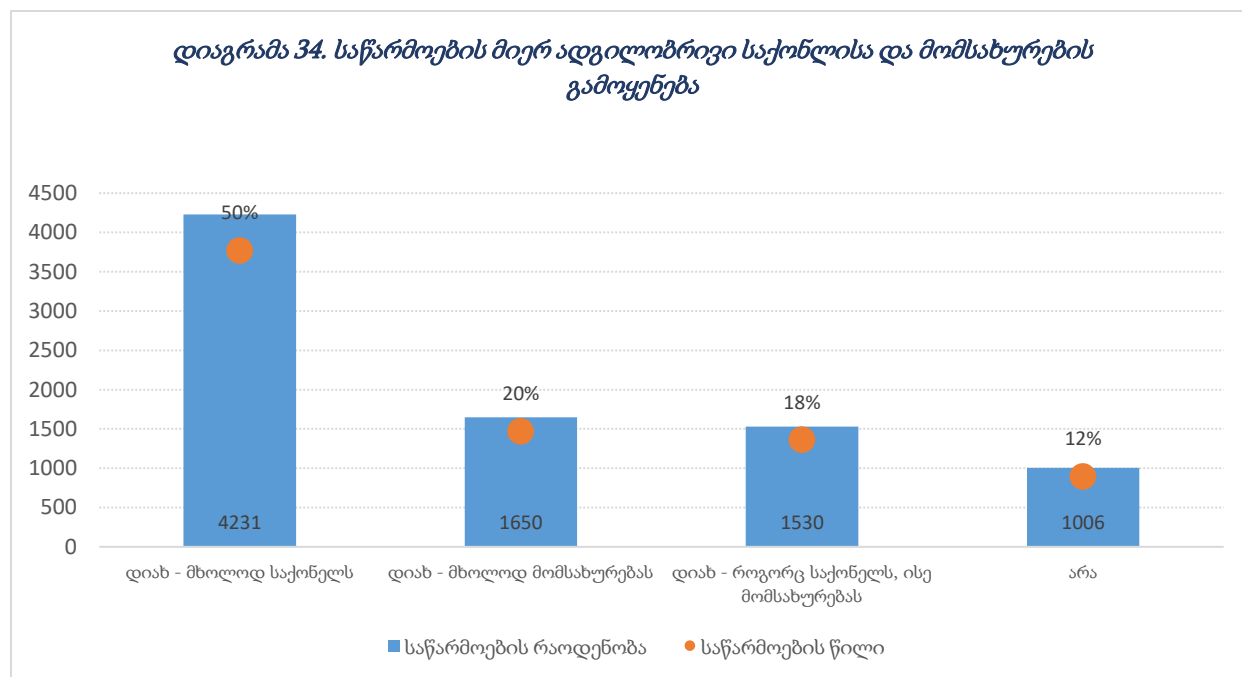
მიუხედავად იმისა, რომ ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულების დაახლოებით 17%-ია პროფესიული განათლების მქონე ადამიანი, კომპანიებსა და პროფესიულ საგანანმანათლებლო დაწესებულებებს შორის ურთიერთკავშირი არის ძალიან სუსტი, კომპანიების უმრავლესობა მაინც მიიჩნევს, რომ სახელმწიფოსათვის ინვესტიციების ჩადების პრიორიტეტულ მიმართულებას პროფესიული განათლება წარმოადგენს (44%) და ამასთან ერთად ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებისათვის საჭიროა პროფესიული განათლება (45%).

დიაგრამა 33. სახელმწიფოსათვის ინვესტიციების ჩადების პრიორიტეტული მიმართულებები



სექცია 7: ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება და რეალური სექტორი

კვლევა მოიცავდა კითხვებს იმასთან მიმართებით, იყენებდნენ თუ არა ტურიზმის ინდუსტრიის შესაბამისი ეკონომიკური საქმიანობით დაკავებული საწარმოები ადგილობრივ საქონელს/მომსახურებას. იმ შემთხვევაში, თუ იყენებდნენ, თითოეული საწარმოსთვის რომელი იყო მათგან სამი ძირითადი ადგილობრივი საქონელი/მომსახურება და დასახელებული საქონელი საწარმოს მიერ ამ საქონლის მთლიან გამოყენებაში რა წილს შეადგენდა. ასევე, კითხვები ითვალისწინებდა იმ მიზეზების გარკვევას, თუ რატომ იყენებდნენ საწარმოები მხოლოდ ნაწილობრივ ადგილობრივ საქონელ/მომსახურებას ან საწარმოთა ნაწილი რატომ არ იყენებდა საერთოდ ადგილობრივ საქონელ/მომსახურებას. როგორც კვლევამ გამოავლინა:



კვლევის თანახმად, საწარმოები ძირითადად (50%) იყენებენ ადგილობრივ საქონელს, ასევე, თუ გავითვალისწინებთ იმ საწარმოების წილს, რომლებიც იყენებენ როგორც საქონელს, ასევე მომსახურებას (18%), მაშინ ეს მაჩვენებელი კიდევ საგრძნობლად (68%) იზრდება. საწარმოების 20%-მა განაცხადა, რომ იყენებს მხოლოდ ადგილობრივ მომსახურებას; ტურიზმის ინდუსტრიაში იმ საწარმოთა წილმა, რომლებიც მთლიანად დამოკიდებულები არიან იმპორტულ საქონელსა და მომსახურებაზე და არ იყენებენ ადგილობრივ საქონელს და მომსახურებას 12% შეადგინა.

ნაწილობრივ ადგილობრივი საქონლისა და მომსახურების მოხმარება არ არის დამოკიდებული ერთ რომელიმე მკაფიოდ გამოკვეთილ მიზეზზე, თუმცა უმთავრეს მიზეზს წარმოადგენს ბაზარზე მათი შეზღუდული რაოდენობით არსებობა (40%), ასევე საქონლის მაღალი ფასი (38%) და ის, რომ საქონელი/მომსახურება არის დაბალი ხარისხის (18%).

ადგილობრივი პროდუქციის ნაწილობრივ მოხმარების მიზეზები მთლიანობაში ატარებს საერთო ტენდენციას და დაკავშირებულია საქართველოში მათ შეზღუდულ რაოდენობასთან, თუმცა ცალკეული სასაქონლო ჯგუფების მიხედვით იგი განსხვავდება და შეიძლება განპირობებული იყოს მაღალი ფასით ან დაბალი ხარისხით.

ადგილობრივი მომსახურების ნაწილობრივ მოხმარების მიზეზები ძირითადად განპირობებულია მომსახურების დაბალი ხარისხით, თუმცა მომსახურების ზოგიერთი სფეროსთვის აღნიშნული გამოწვეულია მომსახურების მაღალი ფასითა და შეზღუდული მიწოდებით.

ის საწარმოები, რომლებიც ნაწილობრივ იყენებენ ადგილობრივ საქონელს, აღნიშნული საქონელი მათ მიერ ამ საქონლის მთლიანი გამოყენების საშუალოდ 80%-ს შეადგენს (საწარმოთა მიერ უმეტეს შემთხვევაში დასახელებული ადგილობრივი საქონელი: ალკოჰოლური და უალკოჰოლო სასმელები, ხილი და ბოსტნეული, ხორცი და ხორცპროდუქტები, რძე და რძის პროდუქტები, პური და პურ-ფუნთუშეული, ფქვილი, საოფისე და საკანცელარიო საქონელი, ჰიგიენის საშუალებები, სამშენებლო მასალები), ხოლო ადგილობრივი მომსახურების გამოყენების შემთხვევაში, საწარმოს მიერ ამ მომსახურების მთლიანი გამოყენების საშუალოდ 91%-ს (საწარმოთა მიერ უმეტეს შემთხვევაში დასახელებული ადგილობრივი მომსახურება: ავტოსერვისი, საბუღალტრო და აუდიტორული მომსახურება, საფინასო-საბანკო მომსახურება, კომუნალური მომსახურება, მგზავრთა ტრანსპორტირება, დაცვის სამსახური, კომუნიკაცია და ინტერნეტი, სარეკლამო მომსახურება, სამშენებლო სარემონტო მომსახურება, ტურისტული და მასთან დაკავშირებული მომსახურება, რეცხვა და ქიმიწმენდა).

საწარმოთა 12%, რომლებიც ადგილობრივ საქონელსა და მომსახურებას საერთოდ არ მოიხმარენ, მათმა 35.8%-მა აღნიშნულის მიზეზად საქონლისა და მომსახურების სიძვირე, 24.2%-მა საქონლისა და მომსახურების შეზღუდული რაოდენობა, 23.9%-მა - საქონელის/მომსახურების საქართველოში არ წარმოება, ხოლო 16.1%-მა საქონლისა და მომსახურების დაბალი ხარისხი დაასახელა.

ძირითადი მიგნებები

- 2018 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით წინა წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით, საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიაში საწარმოების მიერ დასაქმებულთა საერთო რაოდენობის 6.5%-იანი ზრდა დაფიქსირდა და 71,574 დასაქმებული შეადგინა.
- დასაქმებულთა 76% მცირე და საშუალო საწარმოებზე მოდის, ხოლო 24% მსხვილ საწარმოებზე.
- ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების მაღალი ხვედრითი წილით (37%), ისევე როგორც ყველაზე მაღალი ზრდით (9.2%) გამოირჩევა საკვებით მომსახურების სექტორი, რომელსაც მოჰყვება ტრანსპორტის (32%), განთავსების საშუალებების (26%) და ტურისტული მომსახურების სფეროები (5%).
- პროფესიული ჯგუფების მიხედვით დასაქმებულებს შორის მაღალი ხვედრითი წილით გამოირჩევა: მზარეულები (12.8%), მიმტანები (10.9%) და ოფისის, სასტუმროებისა და სხვა ობიექტების დამლაგებლები და დამხმარეები (6.8%).
- გამოკითხული საწარმოების 7% ჰყავს უცხო ქვეყნის მოქალაქეები დასაქმებული, ჯამში 1,661 ადამიანი. მათგან 72% (1,189 ადამიანი) დასაქმებულია თბილისში, ხოლო 28% (472 ადამიანი) საქართველოს სხვა დანარჩენ რეგიონებში.
- უცხო ქვეყნის მოქალაქეთა 33% საკვებით მომსახურების, 30% ტურისტული მომსახურების, 22% ტრანსპორტის, ხოლო 15% განთავსების ობიექტების სფეროშია დასაქმებული. მათი 60% მენეჯერულ პოზიციებზე მუშაობს.
- საწარმოები, რომლებიც განიცდიან სამუშაო ძალის უნარებთან დაკავშირებულ პრობლემებს, პრობლემის დასაძლევად უმრავლეს შემთხვევაში (47%) არ ახორციელებენ სპეციალურ ღონისძიებებს ან აჰყავთ ახალი კადრი არსებულის ჩასანაცვლებლად (28%). საწარმოების მხოლოდ 17% მიმართავს დამატებით ტრენინგების ჩატარებას და 7% სამუშაო პრაქტიკის შეცვლას.

- 2017 წლის 1 სექტემბრიდან 2018 წლის 1 სექტემბრამდე მდგომარეობით, 884 (11%) საწარმოს ჰქონდა გამოცხადებული 4,449 ვაკანსია. მათ შორის, ვაკანსიათა 66% თბილისზე, ხოლო 34% საქართველოს სხვა დანარჩენ რეგიონებზე მოდის.
- საწარმოთა ზომის მიხედვით ვაკანსიები შემდეგი სახით გადანაწილდა: არსებული ვაკანსიების 58% მცირე ზომის საწარმოებზე მოდის, ხოლო 18% და 24%, შესაბამისად, მსხვილ და საშუალო ზომის საწარმოებზე.
- ეკონომიკური სექტორების მიხედვით ვაკანსიათა 48% (2,132 ვაკანსია) საკვებით მომსახურების სექტორზე, 33% (1,459 ვაკანსია) განთავსების საშუალების სექტორზე, 14% (628 ვაკანსია) ტრანსპორტის და 5% (230 ვაკანსია) ტურისტული მომსახურების სექტორზე მოდის.
- პროფესიული ჯგუფების მიხედვით ყველაზე მეტი ვაკანსია გამოცხადდა: მომსახურებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებული პირებზე - 58,9%; დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელზე - 16,5%; ოფისის დამხმარე პერსონალზე - 12% და მენეჯერებზე - 6,7%.
- საწარმოებს, რომლებსაც გააჩნდათ ვაკანსიები, მათგან 13%-ს (115 კომპანია) შეექმნა პრობლემა მათი შევსებისას. ყველაზე პრობლემატურად დასახელდა შემდეგი პროფესიული ჯგუფების ვაკანსიების შევსება: მზარეულები, მიმტანები და გიდები. ასევე პრობლემები დაფიქსირდა სასტუმროების, საცალო ვაჭრობისა და სხვა მომსახურებების მენეჯერების პოზიციებზე ვაკანტური პოზიციების შევსების მხრივ.
- ვაკანტური პოზიციების შეუვსებლობის მიზეზთაგან ყველაზე ხშირად დასახელდა აპლიკანტთა არაკვალიფიციურობა, გამოცდილების ნაკლებობა და ასევე, აპლიკანტთა მხრიდან უფრო მაღალი ანაზღაურების მოლოდინი. ვაკანტური პოზიციების შეუვსებლობის მიზეზად არცერთ შემთხვევაში არ დაფიქსირდა აპლიკანტთა ზედმეტი კვალიფიციურობა და დიდი კონკურენცია სხვა დამსაქმებელთა მხრიდან.

- ვაკანტური პოზიციების შევსების გამომწვევი მიზეზები ცალკეული პროფესიული ჯგუფების მიხედვით განსხვავებულია, კერძოდ, მენეჯერებისა და მომსახურების სფეროს მუშაკების ვაკანსიების შევსებისას უმთავრეს პრობლემას წარმოადგენდა მათი კვალიფიკაცია და გამოცდილების არქონა, დამწყები კვალიფიკაციის მუშახელის ვაკანსიების შევსებისას კი შეთავაზებული დაბალი ხელფასი.
- ახალი კადრების მოძიების ძირითად წყაროს პირადი კონტაქტები წარმოადგენს (36.1%). მზარდია ინტერნეტისა (32.1%) და დასაქმების კერძო სააგენტოების (19%) როლი და საკმაოდ დაბალია საერთო ჯამში ჯანდაცვისა და შრომის სამინისტროს პროგრამებისა და აქტივობების (4.2%) ხვედრითი წილი ახალი კადრების მოძიებაში.
- აპლიკანტთა შეფასების კუთხით, დამსაქმებელთა 52% იყენებს გასაუბრებას, 26% სამუშაო გარემოში გამოცდას, 12% ტესტირებას, ხოლო 8% შეფასებას ახდენს სუბიექტური შეფასების საფუძველზე.
- საწარმოთა 4% (317 კომპანია) აპირებს მუშახელის რაოდენობის გაზრდას და მათგან ყველაზე მეტი 37% (118 კომპანია) საკვების მომსახურების სფეროს წარმოადგენს, შემდგომ მოდის ტრანსპორტის (28%), ტურისტული მომსახურების (19%) და განთავსების საშუალებების სექტორი (17%).
- საწარმოების მხრიდან მუშახელის რაოდენობის გაზრდის განზრახვის ყველაზე დიდი მაჩვენებელი დაფიქსირდა მომსახურებებისა და გაყიდვების სფეროში დასაქმებულ პირებზე (მზარეულები, მიმტანები და მოგზაურობის გიდები). ასევე, სასტუმროების, საცალო ვაჭრობისა და სხვა მომსახურებების მენეჯერებზე; დამლაგებლებზე; მსუბუქი ავტომობილების მძღოლებსა და მოგზაურობის კონსულტანტებზე.
- კვლევის თანახმად, საწარმოთა ჩართულობა ადამიანისეული კაპიტალის განვითარებაში არის ძალზედ შეზღუდული, რაზეც მეტყველებს ის ფაქტი, რომ საწარმოთა მხოლოდ 5%-ს (409 საწარმო) ჰყავს დასაქმებული, რომლებსაც

ბოლო 12 თვის განმავლობაში სხვადასხვა სახის ტრენინგში აქვს მონაწილეობა მიღებული.

- საწარმოთა 43% ფლობს ინფორმაციას ჯანდაცვისა და შრომის სამინისტროს სახელმწიფო იმ პროგრამის შესახებ, რომლის მიზანია სამუშაოს მაძიებელთა დასაქმების ხელშეწყობა.
- საწარმოების მხოლოდ 16%-ს (1378 საწარმო) აქვს თანამშრომელთა განათლებისა და გადამზადების სტრატეგია. რაც შეეხება, თანამშრომელთა მოტივაციას, უმრავლეს შემთხვევაში საწარმოები არ იყენებენ რაიმე მექანიზმს (53,5%) და საწარმოები შემოიფარგლებიან მაღლობის გამოცხადებითა (20,9%) და ფულადი ჯილდოს მიცემით (17,8%). ამასთან, საწარმოთა მხოლოდ 4.5%-მა დაასახელა დაწინაურება, ხოლო 2.2%-მა ფასიანი საჩუქრის მიცემა.
- გამოკითხული საწარმოების მხოლოდ 25%-ს ჰყავს პროფესიული განათლების მქონე ადამიანი დასაქმებული (11,919 ადამიანი).
- პროფესიული განათლების მქონე ყველზე მეტი დასაქმებულია ტრანსპორტის სექტორში (38%), რაც შეეხება განთავსებასა და საკვებით მომსახურებას აქ თითქმის თანაბრად არიან გადანაწილებულნი (30.5%).
- გამოკითხული საწარმოების მხოლოდ 4% (321 საწარმო) თანამშრომლობს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან.
- პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების დონე საწარმოთა 30%-ის მიერ შეფასდა დადებითად, 38%-მა შეაფასა საშუალოდ და მხოლოდ 4% აფასებს უარყოფითად.
- გამოკითხული საწარმოების 23% სრულიად ენდობა პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებაში მიღებულ ცოდნას, თითქმის ნახევარი (46%) მეტნაკლებად ენდობა, 28% უჭირს პასუხის გაცემა, ხოლო 3% არ ენდობა.
- საწარმოების უმრავლესობას (44%) სახელმწიფოს მიერ ინვესტიციების ჩადება პრიორიტეტულად მიაჩნია პროფესიულ განათლებაში.

- საწარმოების 50% იყენებს ადგილობრივ საქონელს, 18% იყენებს როგორც საქონელს, ასევე მომსახურებას, საწარმოების 20%-მა განაცხადა, რომ იყენებს მხოლოდ ადგილობრივ მომსახურებას. იმ საწარმოთა წილმა, რომლებიც მთლიანად დამოკიდებულები არიან იმპორტულ საქონელსა და მომსახურებაზე და არ იყენებენ ადგილობრივ საქონელს და მომსახურებას 12% შეადგინა.
- საწარმოთა მიერ ადგილობრივი საქონლისა და მომსახურების ნაწილობრივ მოხმარების უმთავრეს მიზეზს წარმოადგენს საქართველოს ბაზარზე მათი შეზღუდული რაოდენობით არსებობა (40%), საქონლის მაღალი ფასი (38%) და ის, რომ საქონელი/ მომსახურება არის დაბალი ხარისხის (18%).
- საწარმოთა მიერ ადგილობრივი საქონლისა და მომსახურების არ მოხმარების მიზეზებს შორის ყველაზე დიდი წილი (35.8%) ადგილობრივი საქონლისა და მომსახურების სიძვირეს მიეკუთვნა.