



ТУРИСТИК КОРХОНАЛАР ХАРАЖАТЛАРИ САМАРАДОРЛИГИ ЎЗГАРИШИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР ТАҲЛИЛИ

Зарина Ташкенбаева

*PhD, Тошкент Молия институти Бухгалтерия
ҳисоби кафедраси доценти,
Тошкент, Ўзбекистон. Email: zarina_tashkenbaeva@mail.ru
ORCID: 0000-0002-7763-0073*

ANALYSIS OF COST EFFICIENCY AND THE FACTORS AFFECTING ITS CHANGE IN THE TOURISM COMPANIES

Zarina Tashkenbayeva

*PhD, associate professor, Department of Accounting,
Tashkent Financial Institute, Tashkent, Uzbekistan.
Email: zarina_tashkenbaeva@mail.ru
ORCID: 0000-0002-7763-0073*

JEL Classification: M4, M40

Аннотация: Жамиятда, унинг бир бўлаги бўлган корхоналарда содир бўладиган корхонада содир бўладиган иқтисодий жараёнлар ўз-ўзидан амалга ошмайди, балки улар маълум омиллар таъсирида рўй беради. Шу туфайли корхона ишини яхшилаш учун унинг натижасига қандай омиллар ижобий, қайсилари салбий таъсир қилганлигини билиш лозим. Бу ижобий омилларни кучайтириши, салбий таъсир этувчи омилларни бартараф қилиши имконини беради. Шу туфайли иқтисодий таҳлил жараёнида омилли таҳлил усулларидан фойдаланиш учун унинг табиати, мазмунини ўрганишни тақозо қилади. Ҳозирги пайтда иқтисодий таҳлил фани фан сифатида йилдан-йилга такомиллашиб бормоқда. Мазкур фаннинг умумий масалалари билан кўпгина мамлакатимиз ва хорижлик олимлар шугулланиб келмоқдалар.

Аммо туризм соҳаси хўжалик фаолияти таҳлили билан олимлар жуда кам шугулланган ва мос равишда адабиётлар ҳам кам ёритилган.

Туризм соҳаси иқтисодиётнинг мураккаб соҳаларидан бири сифатида чуқур таҳлил қилишни тақозо қилади. Чунки, бошқа соҳаларга нисбатан туризмнинг мураккаблиги шундаки, ҳар сафар янги туристларнинг таширифи соҳада банд бўлган ходимлардан жуда катта маҳоратни талаб қилади. Туристлар турли мамлакатлардан, турли миллат вакиллари, турли ёшдаги ва турли менталитетга эга бўлган кишилардан иборат бўлади. Уларнинг ҳаммасининг кўнглини топиб, ўзларига яраша, уларни қаноатлантирадиган хизматлар кўрсатилишини тақозо қилади. Бу эса, ўз навбатида мазкур мураккаб соҳани изчил ўрганиб, уларнинг ривожланиши ва самарадорлигининг ошишига таъсир этувчи омилларни ҳам аниқлаб боришни тақозо қилади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, мақолада туризм корхоналарда харажатлар самарадорлиги ва унинг ўзгаришига таъсир қилувчи омиллар таҳлили масалалари кўриб чиқилган. Олиб борилган тадқиқотлар асосида туризм корхоналари фаолияти самарадорлигини ифодаловчи



кўрсаткичлар тизими, уларнинг таснифи, аниқланиши ва таҳлил қилиши йўлларини такомиллаштириши, туризм соҳасида бошқарув ҳисоби ва таҳлилини такомиллаштириши йўналишида туризм корхоналари томонидан кўрсатиладиган хизматлар сифати ва самарадорлигини ҳамда самарадорлик кўрсаткичларига таъсир этувчи бошқа бир гуруҳ омиллар таъсирини ҳисоблаш йўлларини ишлаб чиқиши ва мазкур кўрсаткичларни яхшилаш бўйича ички имкониятларни аниқлаб, бошқарув қарорларини қабул қилиши тартибини ишлаб чиқишга қаратилган.

Abstract: In society, the economic processes occurring at an enterprise, which is a part of the society, do not occur spontaneously, but under the influence of certain factors. Therefore, to improve the performance of the enterprise, it is necessary to know which factors are positive and which are negative. This will enhance the positive factors while eliminating the negative influencing factors. Therefore, in order to use the methods of factor analysis in the process of economic analysis, it is necessary to study its nature and content. At present, the science of economic analysis is being improved every year. Many local and foreign scientists are engaged in general issues of this science.

However, the analysis of economic activities in the field of tourism, scientists were engaged in a lesser extent and, accordingly, the literature is covered to a lesser extent.

The tourism sector, as one of the most complex sectors of the economy, requires in-

Кириш. Туризм соҳаси халқаро ижтимоий-иқтисодий, маданий ва маънавий алоқаларни мустаҳкамлашга ўзини ҳиссасини қўшиб, жаҳонда жадал

depth analysis. Because the complexity of tourism compared to other industries lies in the fact that each visit of new tourists requires great skill from the personnel employed in this field. Tourists come from different countries, different nationalities, people of different ages and different mentalities. It requires to satisfy them all and the provision of services that meet their needs. And this, in turn, requires a systematic study of this sector and the identification of factors influencing their development and efficiency.

Based on the above, in this article are reviewed the issues of analysis of cost efficiency and the factors affecting its change in the tourism companies. Based on the conducted researches is elaborated the system of indicators expressing the performance efficiency of tourism companies, their classification, improvement of their identification and analyzing methods, management accounting in the tourism, and the ways of improvement of its analysis, as well as the quality and efficiency of services provided by the tourism companies, and the development of methods for calculation of the effect of the group of factors affecting the efficiency indicators of them, moreover, by determining the internal opportunities on improvement of these indicators, and development of the procedure for decision making of the management.

Калим сўзлар: туризм, таҳлил, омиллар, қарор қабул қилиши, самарадорлик, рентабеллик.

Keywords: tourism, analysis, factors, decisions making, effectiveness, profitability.

ривожланаётган ва юқори даромад келтирувчи соҳалардан бири бўлиб ҳисобланади. Бутун жаҳон туризм ташкилотининг маълумотларига кўра

сўнгги йилларда, "мазкур соҳанинг дунё ЯИМдаги улуши ўртача 10 фоизни ташкил қилган ва жаҳон иқтисодиётининг асосий экспорт саноатига айланиб бормоқда. Охириги 40 йил давомида туристлар сони деярли 20 баробарга, туризмдан даромад 60 мартаба ошиб, халқаро туризмдан тушган тушумлар 400 миллиард доллардан ортиқ суммани ташкил этмоқда. Туризм соҳаси 192 миллиондан ортиқ ходимларни иш билан таъминлаб келмоқда, бу эса, ўз навбатида дунё аҳолисининг 8 фоизини ташкил қилади" [1].

Ҳозирги кунда мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантириш ҳамда уни замонавий даражага олиб чиқадиган кадрларни тайёрлаш, туризм фаолият соҳасига оид норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш, туризм корхоналарида ишлаб чиқариш харажатлари ҳамда турмаҳсулот таннархини камайтириш муҳим вазифаларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Туризм корхоналари фаолиятида иқтисодий эркинликнинг таъминланиши соғлом рақобат муҳитини шакллантиради. Бу учун эса туризм корхоналарида давлат буюртмаси, уни бошқаришда ва назорат қилишда давлатнинг аралашуви камроқ бўлиши лозим. Бу борада кўпгина ишлар қилинмоқда. Жуда кўп тадбирларни тартибга солувчи меъёрий ҳужжатлар, тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг эркинлигини кафолатловчи бир қанча қонунлар қабул қилинди. Мазкур масала мамлакатни ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган бешта устувор йўналишини ўзида мужассам этган Ҳаракатлар стратегиясида қатъий белгилаб қўйилган ва унинг бажарилишини таъминлашга қаратилган иқтисодиётни эркинлаштириш ва рақобат

муҳитини такомиллаштириш юзасидан бир қанча фармон ва қарорлар қабул қилинди.[2]

Туризм соҳасининг охириги пайтларда фаол ривожланиши, туризм корхоналарида бошқарув ҳисоби ва бошқарув таҳлилининг услубий ва ташкилий асосларини ишлаб чиқиш муаммосини бугунги кунда долзарб масалага айлантирди.

Бугунги кунда жаҳонда иқтисодий механизм бўлиб ҳисобланган бухгалтерия ҳисобига қаратилган тадқиқотларга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Тадқиқотларда асосий эътибор хўжалик юритувчи субъектлар бухгалтерия ҳисобини такомиллаштиришга қаратилганлиги билан аҳамият касб этади. Бирок, туризм соҳасининг ўзига хос хусусиятларини инобатга оладиган бошқарув ҳисоби ва таҳлили етарли даражада тадқиқ қилинмаган. Бугунги кунда туристик корхоналарда бошқарув ҳисобини шакллантириш объектив заруратга айланди. Биринчидан, ички ва ташқи ҳисобот талабларига жавоб бериши учун харажатлар ҳақида зарур маълумотларнинг тўпланиши лозим бўлади. Иккинчидан, қарор қабул қилиш учун раҳбарларни тегишли ахборот билан таъминлаш зарурати ҳам пайдо бўлади. Учинчидан, режалаштириш, мониторинг ва туристик корхоналарнинг молиявий-иқтисодий кўрсаткичлари бўйича зарур маълумотларни тўплаш ва тегишли тарзда тақдим этиши зарурати тақозо қилинади. Бу эса ўз навбатида, тақдим қилинадиган маълумотларни бошқарув ҳисоби орқали тўплаш ва бошқарув таҳлили орқали таҳлил қилиш заруриятини юзага чиқармоқда.[3]

Ҳар қандай жараён, шу жумладан туристик хизматларни кўрсатиш жараёнида ҳам моддий, молиявий ва

мехнат ресурсларидан фойдаланилади. Ушбу ресурсларнинг ишлатилиши, ўз навбатида маълум миқдорда харажатларни талаб қилади. Харажатларнинг ҳажми қанчалик оптимал эканлигини билиш учун унинг миқдорини таққослаш (режа билан, ўтган йилги миқдор билан, меъёрда кўрсатилган ҳажм билан, бошқа корхоналар харажатлари билан, тармоқнинг ўртача кўрсаткичлари билан ва ҳ.к.) лозим бўлади.[4]

Мунозара. Жамиятда, унинг бир бўлаги бўлган корхоналарда содир бўладиган корхонада содир бўладиган иқтисодий жараёнлар ўз-ўзидан амалга ошмайди, балки улар маълум омиллар таъсирида рўй беради. Шу туфайли корхона ишини яхшилаш учун унинг натижасига қандай омиллар ижобий, қайсилари салбий таъсир қилганлигини билиш лозим. Бу ижобий омилларни кучайтириш, салбий таъсир этувчи омилларни бартараф қилиш имконини беради. Шу туфайли иқтисодий таҳлил жараёнида омилли таҳлил усулларидан фойдаланиш учун унинг табиати, мазмунини ўрганишни тақозо қилади.

Мамлакатимиз таниқли иқтисодчи олими М.Қ.Пардаев таъкидлашича: “Омилли таҳлил деганда, натижа кўрсаткичининг ўзгаришига таъсир қилувчи турли омилларнинг таъсирини иқтисодий таҳлилнинг анъанавий, математик ва бошқа усуллар орқали аниқлаш йўллари тушунилади”. [5]

Ш.А.Тожибоева фикрича, омилли таҳлил усули молиявий натижалар таҳлилида қўлланиладиган асосий усул ҳисобланади. Чунки омилли таҳлил усули молиявий натижа кўрсаткичининг ўзгаришига таъсир қилувчи ҳар бир омилларни ҳисоб-китоб қилишда фойдаланилади. [6]

Л.А. Панкова фикрига кўра, таҳлилнинг ушбу тури тадқиқотчиларга бир вақтнинг ўзида иккита вазифани, яъни, ўрганилаётган объект ўлчовларини ҳам ихчам тарзда, ҳам бир вақтнинг ўзида ҳар томонлама таҳлил қилиб бериш имконини беради. [7]

Шуни эътироф этиш керак-ки, омилларнинг натижа ўзгаришига таъсири фақат иқтисодий таҳлилда аниқланади. Демак, омиллар таъсирини ўрганиш ва аниқлаш шу фаннинг предметини ташкил қилар экан.

Ҳозирги пайтда иқтисодий таҳлил фани фан сифатида йилдан-йилга такомиллашиб бормоқда. Мазкур фаннинг умумий масалалари билан И.Т.Абдукаримов, Л.Г. Абдукаримова, В.В. Смагина, Э.А.Маркарьян, Г.П.Герасименко, С.Э.Маркарьян, М.Қ.Пардаев, Б.А.Ҳасанов, А.В.Вахабов, Ж.И.Исроилов, Б.И.Исроилов, М.Э.Пулатов, Ў.Т.Эшбоев, Б.И.Махсудов, Д.А.Зулунова, А.Х.Шоалимов, Ш.А.Тожибаева, Ф.А.Сафаров, О.М.Пардаев, А.Н.Холикулов, М.Рахимов, Л.Е.Романова, Л.В.Давыдова, Г.В.Коршунова каби мамлакатимиз ва хорижлик олимлар шуғулланиб келмоқдалар.

Аммо туризм соҳаси хўжалик фаолияти таҳлили билан олимлар жуда кам шуғулланган ва мос равишда адабиётлар ҳам кам ёритилган.

Албатта, туризм тармоқларида самарадорлик ва унинг ўзгаришига таъсир қилувчи омиллар деярли тадқиқ қилинмаган ва юқорида номлари зикр қилинган олимлар адабиётларида ҳам мазкур масала ўз аксини топмаган. Бирок, туризм соҳаси иқтисодиётнинг мураккаб соҳаларидан бири сифатида чуқур таҳлил қилишни тақозо қилади. Чунки, бошқа соҳаларга нисбатан

туризмнинг мураккаблиги шундаки, ҳар сафар янги туристларнинг ташири соҳада банд бўлган ходимлардан жуда катта маҳоратни талаб қилади. Туристлар турли мамлакатлардан, турли миллат вакиллари, турли ёшдаги ва турли менталитетга эга бўлган кишилардан иборат бўлади. Уларнинг ҳаммасининг кўнглини топиб, ўзларига яраша, уларни қаноатлантирадиган хизматлар кўрсатилишини тақозо қилади. Бу эса, ўз навбатида мазкур мураккаб соҳани изчил ўрганиб, уларнинг ривожланиши ва самарадорлигининг ошишига таъсир этувчи омилларни ҳам аниқлаб боришни тақозо қилади.[8]

Материал ва Метод. Мақолада назарий ва амалий ўрганиш, тизимли ёндашув, гуруҳлаш, таққослама таҳлил, кузатув, статистик таҳлил, омилли таҳлил қилиш усулларида самарали фойдаланилган. Олиб борилган тадқиқотлар асосида туризм корхоналари фаолияти самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими, уларнинг таснифи, аниқланиш ва таҳлил қилиш йўллари тақомиллаштириш, туризм соҳасида бошқарув ҳисоби ва таҳлилини тақомиллаштириш йўналишида туризм корхоналари томонидан кўрсатиладиган хизматлар сифати ва самарадорлигини ҳамда самарадорлик кўрсаткичларига таъсир этувчи бошқа бир гуруҳ омиллар таъсирини ҳисоблаш йўллари ишлаб чиқиш ва мазкур кўрсаткичларни яхшилаш бўйича ички имкониятларни аниқлаб, бошқарув қарорларини қабул қилиш тартибини ишлаб чиқишга қаратилган.

Натижалар. Маълумки тадбиркорлар фойда орттириши учун иккита йўлдан бирини танлаши лозим. Биринчиси, харажатларни камайтириш йўли билан эришилса, иккинчиси

даромадларни кўпайтириш манбаларини ишга солишдан иборатдир. Айрим ҳоллардагина бир вақтнинг ўзида даромадларни кўпайтириш билан бирга харажатларни камайтиришга эришилади.

Тадқиқотларимиз шуни кўрсатдики, туризм тармоқларида ҳам харажатлар самарадорлиги бир қанча кўрсаткичлар билан ифодаланади. Буларга:

- харажатларнинг натижавийлиги;
- харажатларнинг даромадлилиги;
- харажатларнинг рентабеллиги кўрсаткичларини киритиш мумкин.

Буларнинг ҳар бирини алоҳида-алоҳида таҳлил қилиш мумкин. Биз бугунги кун талабидан келиб чиқиб, асосий эътиборни харажатлар рентабеллигини ифодаловчи кўрсаткичга қаратдик. Ушбу кўрсаткич ўзгаришига бир қанча омиллар таъсир қилар экан. Буларга қуйидагилар қиради:

- туристик фирмалар рентабеллик коэффиценти (K);
- 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми (T);
- 1 та ходимга тўғри келадиган туристлар сони (P);
- харажатларнинг ходимлар билан таъминланганлиги (S).

Ушбу омилларнинг харажатлар самарадорлигига, яъни рентабеллигига таъсир этувчи омиллар билан боғлиқлигини аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$Q = K * T * P * S ; \quad (1)$$

Формуладан кўриниб турибдики, корхонанинг харажатлар рентабеллиги даражасига тўртта омил таъсир қилар экан. Таҳлил жараёнида, ушбу омилларни ҳисобга олиб, тегишли хулоса чиқариш

учун ушбу омилларнинг ҳар бирининг натижа ўзгаришига таъсирини аниқлашни тақозо қилади.

Энг аввало, ушбу кўрсаткичнинг, яъни харажатлар рентабеллигининг мутлақ фарқи аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta Q = (K_x * T_x * P_x * S_x) - (K_p * T_p * P_p * S_p); (2)$$

Энди унинг индекс усулини қўллаб нисбий фарқини ҳам аниқлаб олишни тақозо қилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\frac{(K_x * T_x * P_x * S_x)}{(K_p * T_p * P_p * S_p)} = IQk (3)$$

Ушбу ўзгаришнинг қайси омил эвазига содир бўлганлигини аниқлаш учун нисбий ва мутлақ миқдорларни аниқлаш йўллари ишлаб чиқишни тақозо қилади. Бунинг учун иқтисодий таҳлилда кенг қўлланилиб келинаётган индекс усулидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз.

Натижа ўзгаришига биринчи омил, яъни туристик фирмаларда харажатлар рентабеллиги коэффицентининг ўзгариши (ΔQk) қанчага ва қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини биринчи омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($K_x * T_p * P_p * S_p$) ва ундан натижанинг режадаги миқдори ($K_p * T_p * P_p * S_p$) айрилади. Буни қуйидаги формула орқали аниқлаш тавсия қилинади:

$$\frac{(K_x * T_p * P_p * S_p)}{(K_p * T_p * P_p * S_p)} = IQk (4)$$

Мазкур омилнинг мутлақ фарқини аниқлаш учун суръатидан маҳражини айриб ташлаш кифоя:

$$\Delta Qs = (K_x * T_p * P_p * S_p) - (K_p * T_p * P_p * S_p); (5)$$

Корхоналар харажатлар рентабеллиги коэффицентининг ўзгаришига иккинчи омил, яъни 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми қанчага ва қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини бошланғич иккита омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($K_x * T_x * P_p * S_p$) ва ундан натижанинг битта омил билан қайта ҳисобланган миқдори ($K_x * T_p * P_p * S_p$) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\frac{(K_x * T_x * P_p * S_p)}{(K_x * T_p * P_p * S_p)} = IQt (6)$$

Ушбу ҳолатда ҳам мазкур омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун суръатида келтирилган рақамдан маҳражини айриб ташлаш кифоя. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta Qs = (K_x * T_x * P_p * S_p) - (K_x * T_p * P_p * S_p); (7)$$

Туристтик фирмалар харажатлар рентабеллиги коэффицентининг ўзгаришига учинчи омил, яъни 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми қанчага ва қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини иккита омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($K_x * T_x * P_x * S_p$) ва ундан натижанинг иккинчи омил билан қайта ҳисобланган миқдори ($K_x * T_x * P_p * S_p$) айрилади. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\frac{(K_x * T_x * P_x * S_p)}{(K_x * T_x * P_p * S_p)} = IQp (8)$$

Мазкур ҳолатда ҳам ушбу омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун суръатида келтирилган рақамдан маҳражини айриб ташлаш кифоя. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta Q_s = (K_x * T_x * P_x * S_p) - (K_x * T_x * P_p * S_p); \quad (9)$$

Таҳлил қилинаётган туристик фирмалар харажатлар рентабеллиги коэффицентининг ўзгаришига тўртинчи омил, яъни харажатларнинг ходимлар билан таъминланганлиги қанчага ва қай тарзда таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини тўртта омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($K_x * T_x * P_x * S_x$) ва ундан натижанинг учта омил билан қайта ҳисобланган миқдори ($K_x * T_x * P_x * S_p$) айрилади. Буни ҳисоблаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\frac{(K_x * T_x * P_x * S_x)}{(K_x * T_x * P_x * S_p)} = IQ_s \quad (10)$$

Шу тарика тўртинчи омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун суръатида келтирилган рақамдан махражини айриб ташлаш кифоя бўлади. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta Q_s = (K_x * T_x * P_x * S_x) - (K_x * T_x * P_p * S_p); \quad (11)$$

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарқига тенг. Буни

нисбий ва мутлақ миқдорда ҳам аниқлаш мумкин.

$$\text{Нисбий миқдорда: } IQ = IQ_k * IQ_t * IQ_p * IQ_s$$

$$\text{Мутлақ миқдорда: } \Delta Q = \Delta Q_k \pm \Delta Q_t \pm \Delta Q_p \pm \Delta Q_s$$

Харажатлар самарадорлигига, яъни рентабеллигига таъсир этувчи омилларни амалий маълумотларни қўллаб аниқлаш учун энг аввало, бир қанча кўрсаткичларни (сотилган туристик маҳсулот ҳажми, соф фойда, турфирма томонидан хизмат қилинган туристлар сони, туристик фирмада банд бўлган ходимлар сони, турфирманинг харажатлари) ҳисоблаш ва таҳлил қилиш зарур бўлади. Ушбу кўрсаткичлар иштирокида юқорида келтирилган омилларни (туристик фирмалар рентабеллик коэффицентини, 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми, 1 та ходимга тўғри келадиган туристлар сони, харажатларнинг ходимлар билан таъминланганлиги) аниқлаш мумкин бўлади. Буларга қуйидаги кўрсаткичларни киритиш мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

“Asia Tour” туристик корхонаси харажатлар самарадорлигига таъсир этувчи омилларни аниқлаш учун зарур бўлган кўрсаткичларнинг 2020-2021 йиллардаги ҳисоб-китоби¹

| Т/р | Кўрсаткичлар | 2020 йил | 2021 йил | Фарқи (+,-) | Ўсиш суръати, % |
|-----|---|----------|----------|-------------|-----------------|
| 1. | Сотилган туристик маҳсулот ҳажми, млн сўм | 1 214 | 1 840 | +626 | 151,56 |
| 2. | Соф фойда, млн. сўм. | 268 | 520 | +252 | 194,03 |
| 3. | Турфирма томонидан хизмат қилинган туристлар сони, киши | 640 | 1 210 | +570 | 189,06 |
| 4. | Туристлик фирмада банд бўлган ходимлар сони, киши | 6 | 9 | +3 | 150,0 |

¹ “Asia Tour” туристик корхонаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди

| | | | | | |
|-----|--|---------|---------|---------|--------|
| 5. | Турфирманинг харажатлари, млн. сўм | 1 060 | 1 560 | +500 | 147,17 |
| 6. | Туристтик фирмалар рентабеллик коэффициенти (2к/1к) | 0,2207 | 0,2826 | +0,0619 | 128,05 |
| 7. | 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми, млн.сўм. (1к/3к) | 1, 8969 | 1, 5207 | - 376 | 80,2 |
| 8. | 1 та ходимга тўғри келадиган туристлар сони, киши (3к/4к) | 106,67 | 134,44 | +27,77 | 126,0 |
| 9. | Харажатларнинг ходимлар билан таъминланганлиги, киши (4к/5к) | 0,00566 | 0,00577 | +0,0001 | 101,2 |
| 10. | Харажатлар рентабеллиги, % (2к/5к) | 25,283 | 33,333 | +8,050 | 131,8 |

Мазкур жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мазкур субъектда харажатлар рентабеллиги 2021 йилда 2020 йилга нисбатан 8,050% га ошган ёки 131,8 %га ўсган. Чунки шу йилда фойда кўрсаткичи сотилган маҳсулотга нисбатан анча тез ўсган. Сотилган хизматлар ҳажми 151,6 % ўсган бир пайтда фойданинг миқдори 194,0 %га ошган. Фойда суммасининг сотилган маҳсулотга нисбатан жадаллик коэффициенти 1,28 ни (194,0/151,6) ташкил қилади. Турфирма томонидан хизмат қилинган туристлар сони ҳам 570 кишига ошган. Ушбу кўрсаткичнинг ўсиш суръати 189,1 %ни ташкил қилган. Айнан туристлар сонининг кескин ўсиши

сотилган хизматлар ҳажмининг ва фойданинг кўпайишига олиб келди. Шунингдек, туристик фирмада банд бўлган ходимлар сони ҳам 3 кишига ёки ўтган йилга нисбатан 1,5 баробарга ўсган. Бу мос равишда турфирманинг харажатларининг ҳам ошириб кетишига олиб келган. Ушбу кўрсаткич таҳлил қилинаётган даврда 500 млн сўмга ошган ва мос равишда 147,1 %га кўпайган. Юқоридаги кўрсаткичларнинг ҳолати тўртта таъсир қилувчи омилларнинг шу ҳолатда шаклланишига олиб келган. Энди ҳар бир омилнинг харажатлар самарадорлигига таъсирини ҳисоблаш учун қуйидаги жадвални тавсия қиламиз (2-жадвал).

2-жадвал

“Asia Tour” туристик корхонасининг харажатлари самарадорлигига таъсир этувчи омилларнинг 2020-2021 йиллардаги таъсирини аниқлаш ҳисоб-китоби²

| Т/р | Кўрсаткичлар | 2020йил | 2021 йил | Занжирли алмаштиришлар | | | |
|-----|---|---------|----------|------------------------|---------|---------|---------|
| | | | | 1 қх | 2 қх | 3 қх | 4 қх |
| 1. | Туристтик фирмалар рентабеллик коэффициенти | 0,2207 | 0,2826 | 0,2826 | 0,2826 | 0,2826 | 0,2826 |
| 2. | 1 та туристга тўғри келадиган туристик | 1, 8969 | 1, 5207 | 1, 8969 | 1, 5207 | 1, 5207 | 1, 5207 |

² “Asia Tour” туристик корхонаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди

| | | | | | | | |
|----|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | хизматлар ҳажми, млн.сўм. | | | | | | |
| 3. | 1 та ходимга тўғри келадиган туристлар сони, киши | 106,67 | 134,44 | 106,67 | 106,67 | 134,44 | 134,44 |
| 4. | Харажатларнинг ходимлар билан таъминланганлиги, киши | 0,00566 | 0,00577 | 0,00566 | 0,00566 | 0,00566 | 0,00577 |
| 5. | Харажатлар рентабеллиги, % (1қ*2қ*3қ*4қ) | 25,283 | 33,333 | 32,365 | 25,922 | 32,700 | 33,333 |

Мазкур жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, харажатлар рентабеллигининг 2021 йилда 2020 йилга нисбатан 8,050 %га ошганлиги ёки 131,8 %га ўзгаришига тўртта омиллар таъсир қилмоқда. Буларнинг таъсирини юқоридаги иқтисодий таҳлилнинг интеграл усулидан фойдаланган ҳолда аниқлаш мумкин. Бунинг учун қуйидаги ҳисоб-китобларни амалга оширамиз.

1. Натижа ўзгаришига биринчи омил, яъни туристик фирмалар рентабеллик коэффициентининг ўзгариши ($IQk = 1,318$) қанчага ва қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини биринчи омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади (**32,365**) ва ундан натижанинг режадаги миқдори (**25,283**) айрилади. Буни юқоридаги формула орқали аниқлашни тавсия қилинади:

$$\frac{(32,365)}{(25,283)} = 1,2801$$

Мазкур омилнинг мутлақ фарқини аниқлаш учун (ΔQk) суръатидан маҳражини айириб, қуйидагини аниқладик:

$$+7,082 = (32,365) - (25,283);$$

2. Корхоналар рентабеллик коэффициентининг ўзгаришига иккинчи омил, яъни 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми қанчага ва қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини бошлангич иккита омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади (25,922) ва ундан натижанинг битта омил билан қайта ҳисобланган миқдори (32,365) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\frac{(25,922)}{(32,365)} = 0,8009$$

Ушбу ҳолатда ҳам мазкур омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун суръатида келтирилган рақамдан маҳражини айириб ташлаб, қуйидаги натижага эришдик:

$$-6,443 = (25,922) - (32,365);$$

3. Туристик фирмалар рентабеллик коэффициентининг ўзгаришига учинчи омил, яъни 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми қанчага ва қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини олдинги иккита омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади (32,700) ва ундан натижанинг биринчи омил билан қайта



ҳисобланган миқдори (25,922) айрилади. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\frac{(32,700)}{(25,922)} = 1,2615$$

Мазкур ҳолатда ҳам ушбу омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун суръатида келтирилган рақамдан маҳражини айириб ташлаб, қуйидаги натижага эришдик:

$$+6,778 = (32,700) - (25,922);$$

4. Таҳлил қилинаётган туристик фирмалар рентабеллик коэффициентининг ўзгаришига тўртинчи омил, яъни харажатларнинг ходимлар билан таъминланганлиги қанчага ва қай тарзда таъсир қилганлигини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини тўртта омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади (33,333), бу кўрсаткич одатда натижанинг ҳақиқий миқдори билан бир хил бўлади ва ундан натижанинг учта олдинги омил билан қайта ҳисобланган миқдори (32,700) айрилади. Буни ҳисоблаш учун юқорида келтирилган қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\frac{(33,333)}{(32,700)} = 1,0194$$

Шу тариқа тўртинчи омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун суръатида келтирилган рақамдан маҳражини айириб ташлаб, қуйидаги натижага эришдик:

$$+0,633 = (33,333) - (32,700);$$

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарқига тенг. Буни нисбий ва мутлақ миқдорда ҳам аниқлаш мумкин.

$$\text{Нисбий миқдорда: } 1,318 = 1,2801 * 0,8009 * 1,2615 * 1,0194$$

$$\text{Мутлақ миқдорда: } +8,050 = +7,082 - 6,443 + 6,778 + 0,633$$

Хулоса. Мазкур омилли таҳлил натижаси ушбу корхона менежерларига тегишли бошқарув қарорларини қабул қилишни, бунинг учун эса, тегишли чоратадбирларни ишлаб чиқишни тақозо қилади. Бунинг учун қуйидагиларни тавсия қиламиз:

1. Харажатлар рентабеллигига туристик фирмалар рентабеллик коэффициенти ижобий таъсир қилган. Яъни +7,08 ни ташкил қилган. Мазкур омилнинг ҳолатини шундай ушлаб туриш учун хизматлар ҳажмини ошириб бориш эвазига соф фойданинг кўпайишига алоҳида аҳамият бериб борилиши лозим.

2. 1 та туристга тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми -6,446 ни ташкил қилди. Натижага ушбу омилнинг таъсири салбий бўлган. Амалиётда туристларнинг келиши камаймаган, аммо уларга хизмат қилиб, кўпроқ хизмат ҳақини олишга эришиш лозим бўлади. Агар ушбу омил салбий таъсир қилмаганда эди, харажатлар рентабеллик даражаси ҳозиргидек, 33,33 % эмас, балки 39,8 %ни (33,33+6,45) ташкил қилган бўларди. Кейинги йилда асосий эътиборни туристларга кўрсатиладиган хизматлар ҳажмини оширишга қаратиш лозим бўлади.

3. Натижанинг яхши бўлишига 1 та ходимга тўғри келадиган туристлар сонининг кўпайиши ижобий таъсир кўрсатган. Яъни +6,778 ни ташкил қилган. Келажакда ушбу омилнинг таъсирини шу тарзда сақлаб қолиш учун туристлар сонини муттасил кўпайтириб бориш лозим бўлади.

4. Харажатлар рентабеллигига харажатларнинг ходимлар билан таъминланганлиги ҳам ижобий таъсир қилган. Яъни +0,633 ни ташкил қилган. Ушбу омилнинг таъсирини шу тарзда сақлаб қолиш учун хизматлар ҳажмига мос равишда ходимлар сонини

кўпайтириб боришга тўғри келади. Турфирмалар менежерлари хизматлар ҳажмини кўпайтириш эвазига ходимларни ишга қабул қилиши ва бунда хизматлар ҳажми 10 %га ошса, ходимлар сонини 5,0 %га ошириш мақсадга мувофиқ бўлади.

5. Юқоридаги тўртта омилнинг таъсирида шаклланган натижа кўрсаткичининг 8,050 га ошганлиги, қуйидагилар эвазига содир бўлган: (+7,082-6,443+6,778+0,633).

Харажатлар рентабеллиги туристик фирмаларда моддий, молиявий

ва меҳнат ресурсларидан қай даражада самарали фойдаланилаётганлигидан, туристик хизматларнинг ҳажмининг ошиб бораётганлигидан, туристлар оқимининг кўпаяётганлиги кабилардан далолат беради. Шу туфайли ҳар бир туристик фирмалар харажатлар рентабеллигини муттасил ошириб бориш чора-тадбирларини кўриб боришлари лозим. Чунки, ушбу кўрсаткич маълум даражада туристик фирмаларнинг рақобатбардошлигини ҳам таъминланаётганлигидан далолат беради.

Фойдаланилган адабиётлар

1. <https://www.unwto.org/>. - World Tourism Organization UNWTO rasmiy sayti.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi 4947- son Farmoni "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar Strategiyasi". Lex.uz
3. Козырева Т.В. Управленческий учёт в туризме. Финансы и статистика. Москва, 2011. стр.5
4. Nguyen Thi Minh Phuong, Nguyen Van Song, Tran Xuan Quang. Factors Affecting Community-Based Tourism Development and Environmental Protection. Journal of Environmental Protection > Vol.11 No.2, February 2020.
5. Pardayev M.Q. Iqtisodiy tahlil nazariyasi. Darslik. "Zarafshon"-2001y. 66-bet.
6. Tojiboyeva Sh.A. Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobot auditida tahliliy amallardan foydalanish. Maqola. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy electron jurnali. № 2, mart-aprel, 2019 y.
7. Панкова Л.А. Организация экспертиз и анализ экспортной информации. М., 2004. стр.59
8. Pardayev M.Q. va boshqalar. Xizmat ko'rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. T: - "Iqtisod-moliya", 2008. 96-bet.