

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

М. Қ. ПАРДАЕВ, Р. АТАБАЕВ

**ТУРИСТИК
РЕСУРСЛАРНИ ТАҲЛИЛ
ҚИЛИШ ВА БАҲОЛАШ**

(Маърузалар курси)

САМАРҚАНД - 2006

Пардаев М.Қ., Атабаев.Р. Туристик ресурсларни баҳолаш ва тақлил қилиш. Маърузалар крси. СамарҚанд, СамИСИ, 2006 - ? бет.

Тақризчилар: К.Б.Уразов – СамИСИ “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит” кафедраси

доценти, иқтисод фанлари доктори.

А.А.Абдиев – СамИСИ “Статистика” кафедрасининг

доценти,

иқтисод фанлари номзоди.

Маърузалар курсида туристик ресурсларни таҳлил қилишнинг назарий ва амалий масалалари ёритилган. Ушбу иш мазкур мавзуга бағишланган биринчи асар бўлиб, унда туристик ресурслар таҳлилининг мазмуни, предмети, объекти, вазифалари, методи, турлари, босқичлари, қўлланиладиган усуллари, кўрсаткичлари, таҳлил жараёни қўлланиладиган ахборот манбалари, туристик фирмаларнинг рақобатбардошлиги каби муҳим масалалари ёритилган. Шунингдек, ушбу ишда туристик ресурслар таҳлилининг бошқа айрим назарий ва амалий жиҳатлари ҳам ўз аксини топган.

Иш олий ўқув юртларининг туризм таълим йўналишлари бўйича ўқиётган бакалаврларга ва «Иқтисодий таҳлил» мутахассислиги бўйича магистрларга мўлжалланган. Ушбу ишдан “Иқтисодиёт”, “Молия”, “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит”, “Банк иши”, “Менежмент”, “Маркетинг”, “Сервис” каби ўқув йўналишлари бўйича бакалаврлар ҳамда шу соҳа мутахассислари ва барча қизиқувчилар ҳам фойдаланишлари мумкин.

Маъруза курси СамИСИ “Статистика” кафедрасининг 2006 йил 30 августидаги 1-мажлисида кўриб чиқилган ва нашр қилишга тавсия этилган.

СамИСИ илмий-услубий кенгашининг 2006 йил 10 сентябрдаги мажлисида чоп этишга тавсия қилинган.

М.Қ.Пардаев, Р. Атабаев. 2006.

М У Н Д А Р И Ж А

Кириш 4

1-Боб. Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти, уни таҳлил қилишнинг вазифалари ва аҳамияти

- 1.1. Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти
- 1.2. Туризм соҳаси ресурсларини таҳлил қилиш ва баҳолаш вазифалари
- 1.3. Иқтисодий тақлилнинг туристик корхоналарни бошқаришдаги аҳамияти
- 1.4. Иқтисодий тақлилнинг туристик фирмалар рақобатлари ва мутахассислари учун аҳамияти ва зарурлиги
- 1.5. Туристик корхоналарда иқтисодий таҳлилни ташкил қилиш

2-Боб. Туристик фирма ва компаниялар фаолиятини тақлил қилишда қўлланиладиган ахборотлар тизими ва уларда молиявий қисоботнинг ўрни

- 2.1. Туристик фирма ва компанияларда иқтисодий тақлил жараёнида қўлланиладиган ахборотлар
- 2.2. Туристик фирма ва компанияларда молиявий қисоботлар таркиби
- 2.3. Туристик фирма ва компаниялар бухгалтерия баланси: турлари, таркиби, тавсифи
- 2.4. Туристик фирма ва компаниялар бухгалтерия баланси моддаларининг бир-бири билан боғлиқлиги
- 2.5. Туристик фирма ва компанияларда бухгалтерия баланси ва молиявий қисоботнинг бошқа шакллари ўртасидаги боғлиқлик
- 2.6. Туристик фирма ва компаниялар бухгалтерия балансини тақлилга тайёрлаш ва унинг аниқлигини текшириш

3-Боб. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари ва уларни баҳолаш ва таҳлил қилишда қўлланиладиган кўрсаткичлар тизими

- 3.1. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари
- 3.2. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятини баҳолаш ва таҳлил қилишда қўлланиладиган кўрсаткичлар тизими
- 3.3. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятини баҳолашда қўлланиладиган кўрсаткичларнинг алоҳида гуруҳлари бўйича тавсифи

4.-Боб. Туристик корхоналар фаолиятини баҳолаш ва таҳлил қилишда

Қўлланиладиган усуллар, уларнинг таснифи ва тавсифи	5
4.1. Туристтик корхоналар фаолиятини баҳолаш ва тақлил қилишда Қўлланиладиган усулларнинг таснифи	5
4.2. Туристтик корхоналар фаолиятини баҳолаш ва тақлил қилишда Қўлланиладиган усулларнинг тавсифи	
4.2.1. Солиштириш усули.	
4.2.2. Мувозанат усули.	
4.2.3. Қайта қисоблаш усули.	
4.2.4. Занжирли алмаштириш усули.	
4.2.5. Нисбий миқдорлардан фойдаланиш усули.	
4.2.6. Индекс усули.	
4.2.7. Интеграл усул.	
4.2.8. Кичик сонлардан фойдаланиш усули.	
4.3. Туристтик корхоналар фаолиятини тақлил қилишда Қўлланиладиган математик моделларнинг типлари	
 5 – Боб. Туристтик фирмалар фаолиятининг иқтисодий барқарорлиги, мустаҳкамлиги ва рақобатбардошлигини баҳолаш йўллари ва уларнинг қиёсий таҳлили	
5.1. Туристтик фирмаларнинг иқтисодий барқарорлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллар	
5.2. Туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий мустаҳкамлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллар	
5.3. Туристтик фирмаларнинг молиявий мустаҳкамлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллари	
5.4. Туристтик фирмаларда рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичлар tizими, уларни аниқлаш ва таҳлил қилиш йўллари	
 6 - Боб. Туристтик корхоналар хўжалк фаолияти иш натижалари умумий ҳажмининг таҳлили.	
6.1. Туристтик корхоналарда иш ҳажмининг таҳлили.	
6.2. Туристтик корхоналар хўжалк фаолияти натижалари ўзгаришига таъсир этувчи омиллар тақлилини такомиллаштириш	
 7 –Боб. Туристтик фирмаларда маржинал таҳлил	
7.1. Туристтик фирмаларда зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлашда қўлланиладиган усуллар таҳлил қилиш йўллари	

7.2. Туристик фирмаларда зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлашда қўлланиладиган усуллар бўйича таҳлил қилиш йўллари

Хулоса

Фойдаланилган ва тавсия қилинган адабиётлар

К И Р И Ш

XXI асрда мамлакатимиз иқтисодиётида туризм катта ўринга эга бўлиши, йирик даромад келтирувчи соҳага айланиши тайин. Бунга мамлакатимиз Президенти ва ҳукумати томонидан барча кўрилаётган чоратадбирлар гувоҳлик бермоқда. Чунки мамлакатимиз катта туристик салоҳиятга эга. Бу соҳани ривожлантириш учун ҳам катта имкониятларимиз мавжуд.

Туризм турли давлатлар ўртасида нафақат иқтисодий, балки муҳим маданий алоқаларни, ижтимоий муносабатларни ўрнатишда ҳам ўзига хос аҳамиятга эга бўлади. Бутунжаҳон туристик ташкилотнинг маълумоти бўйича планетамиздаги ишлаб чиқариш – хизматлар бозори оборотининг 10 фоизини туризм соҳасининг обороти ташкил қилади¹. Келажакда ушбу соҳа янада ривож топиши мукин. 2020 йилга бориб халқаро туристик саёҳатлар 11,6 млрд.гача, ундан олинadиган аромадлар бир йилда 2,0 трилион АҚШ долларини ташкил қилади². Бундай тараққиётдан катта туристик салоҳиятга эга бўлган мамлакатимиз ҳам четда қолмаса керак, деб ўйлаймиз. Буларнинг ҳаммаси туризм соҳасига катта аҳамият беришни, унинг фаолиятини иқтисодий жиҳатдан тўғри баҳолаш ва таҳлил қилишни, ундаги ички имкониятларни ахтариб топишни ва уларни амалиётга сафарбар қилиш йўлларини билшни тақозо қилади.

Айнан шу мақсага эришиш учун мазкур иш ёзилмоқда. Ишда туристик ресурсларни таҳлил қилишнинг назарий ва айрим амалий масалалари ёритилган. Ушбу иш мазкур мавзуга бағишланган биринчи асар бўлиб, унда туристик ресурслар таҳлилининг мазмуни, предмети, объекти, вазифалари, методи, турлари, босқичлари, қўлланиладиган усуллари, кўрсаткичлари, таҳлил жараёни қўлланиладиган ахборот манбалари, туристик фирмаларнинг рақобатбардошлиги каби муҳим масалалари ёритилган. Шунингдек, ушбу ишда туристик ресурслар таҳлилининг бошқа айрим назарий ва амалий жиҳатлари ҳам ўз аксини топган.

¹ Якевлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 3-е изд. перераб. и доп. – М.:

Издательство РДЛ, 2005. – 3 бет.

² Ўша жойда. – 3 бет.

Аммо ушбу иш биринчи бор ёзилаётганлиги туфайли унда айрим камчиликларнинг бўлиши муқаррар. Шу туфайли мазкур иш бўйича ҳурматли ўқувчилардан ҳолис фикр ва мулоҳазаларингизни кутиб қоламиз.

Иш олий ўқув юртларининг туризм соҳаси бўйича таълим йўналишларида ўқиётган бакалаврларга ва «Иқтисодий таҳлил» мутахассислиги бўйича таълим олаётган магистрларга мўлжалланган. Ушбу ишдан «Иқтисодиёт», «Молия», «Бухгалтерия ҳисоби ва аудит», «Банк иши», «Менежмент», «Маркетинг», «Сервис» каби ўқув йўналишлари бўйича бакалаврлар ҳамда шу соҳа мутахассислари ва барча қизиқувчилар ҳам фойдаланишлари мумкин.

1-Боб. Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти, уни таҳлил қилишнинг вазифалари ва аҳамияти

1.1. Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти

Ўзбекистон, таъкидланганидек, катта туристик салоҳиятга эга. Самарқанд, Бухоро, Хива шакарлари, БМТ Қошидаги ЮНЕСКОнинг бутун дунё тарихий ва маданий мероси рўйхатига киритилган. Мамлакатимизда фақатгина тарихий, маданий, меъёрий, археологик аҳамиятга эга бўлган туристларни жалб қилиш мумкин бўлган объектлар сони 7,0 мингдан зиёдни ташкил қилади. Улардан 545 таси меъморий, 575 таси тарихий, 1457 таси санъат, 5500 таси археологик обидалардир. Улардан туристик объект сифатида Қамраб олингани атиги 140 та³. Бу кўрсаткич бор-йўғи 2,0 фоизни ташкил қилади, ҳолос. Қолган туристик объектлар, Қимматли обидалар қақда реклама кам, аниқ маълумотлар кам етарли эмас. Демак, кўриниб турибдики, қали бу борада анча ишларни амалга ошириш лозимга нҳшайди. Бунда тарихчи, археолог, Қадимшунос каби олимларнинг кам хизматлари етарли бўлиши лозим.

Тўғри, қозирги кунда мамлакатимиздаги туристик объектларнинг 200 тасида реставрация ишлари кетмоқда, 500 таси эса Қайта таъмирлаш ва реставрацияга муқтож. Бу ишлар учун кам давлат бюджетидан миллиардлаб маблағ ажратилмоқда. Лекин бу соқа фақат бюджетга кўз тикиб Қолиши мумкин эмас. У

³Файзиева Ш. Основные направления развития туризма в Узбекистане. // Экономический вестник Узбекистана. № 3-4, 2004. – 61 бет.

Ўзини-Ўзи маблағ билан таъминлаш билан бирга, Қаттиқ валюта ва нақд пул тушумини кўпайтирадиган соқага кам айланмоғи лозим.

Шуни алоқида таъкидлаш жоизки, кўпгина мамлакатларда реставрация (Қайта тиклаш) жараёни кам туристик объект сифатида фойдаланилади. Бунда ушбу объектнинг асл қоли лойиқаси, бугунги ақволи, Қайта тиклаш жараёни ва Қандай бўлиш кераклиги кўрсатилади. Албатта бу қолатлар тарихий объектлар учун муқим қисобланади. Бу эса туристларни Ўзларига жалб Қилиши табиий.

Ўзбекистоннинг туристик салоқияти катта эканлиги билан бирга, уларнинг айрим шақарлари Ўта диҚҚатга сазовордир. Масалан, туристларнинг кўриши мумкин бўлган объектлар сони бўйича Хива шақари биринчи Ёринда туради. Унда 310 та объект, иккинчи Ёринда Бухоро шақри бўлиб, унда 221 та объект, Тошкент шақарида 144 та ва СамарҚандда 118 та объект мавжуд⁴.

Ушбу мавжуд туристик объектлардан ташҚари яна бир Қанча объектларни барпо Қилиш мумкин. Биргина СамарҚанд вилоятини оладиган бўлсак, унинг Ургут, Омон-Қўтон, Оқалик, МиронҚул каби манзарали тоғ-даралари борки, бу жойларга пиёда маршрутларни ташкил Қилиш мумкин. Аммо бундай салоқиятга Қўл урилган эмас.

Албатта ёз фаслларида шу дараларда одамлар жуда гавжум бўлади. Лекин булар Ўз ихтиёри билан борган дам олувчилардир. Ташкилий тарзда бу тоғ манзараларига саёкатлар уюштириш қамон йўлга Қўйилмаган. Бундай объектлар Жиззах вилоятининг Бахмал, Зомин, Фориш туманларида, водий вилоятларида, Тошкент вилоятининг кўплаб манзарали туманларида кам мавжуддир. Гап уларни ишга солиб, ақоли ва мамлакатимиз иҚтисодиёти учун фойдаланишда.

Мамлакатимизнинг Ўзига хос хусусиятларидан бири унда шарҚона бозорнинг ривожланганлигидадир. Бу объектлар кам кўп жикатдан Ўзимизга хос бўлиб, бошҚа худуддан келган туристларни ҚизиҚтириши табиий. Бу жойлар туристларнинг

⁴ Файзиева Ш. Основные направления развития туризма в Узбекистане. // Экономический вестник Узбекистана. № 3-4, 2004. – 61 бет.

томошаси учун тайёр жойлардир, фақат уларни туристик маршрутга киритиб ташкил Қилишда. Бозорларни туристик объектларга киритилиши икки жикатдан фойда. Биринчидан, туристларга ъзимизнинг бой неъматларимизни кърсатиш имконияти туђилса, иккинчидан, шарқ ширинликларини сотиш имконияти кам туђилади ва хорижий валюта тушумини таъминлайди. Бу учун кар бир туристик объектга киритилган бозорнинг бевосита къринарли жойида пул алмаштириш шакобчаларини кам ташкил Қилиш мақсадга мувофиқдир.

Бизда туристларга кърсатиладиган сервис хизмати жуда паст даражада. Биргина мисол, айрим мутахассисларнинг тадқиқот натижаси шунки кърсатадики, Ўзбекистонга келган туристларнинг 60 фоизи бу ерга фақат сервис хизматининг пастлиги эвазига Қайтиб келмаслигини билдирган⁵. Бу кърсаткич кам кали бизда сервис хизматини яхшилаш учун жуда кърп ишларни амалга ошириш лозимлигидан далолат бериб турибди. Бу йъналиш бъйича биринчи галда кадрлар масаласини кал Қилиш лозим. Албатта бу бъйича айрим ишлар Қилинди. Хусусан, Самарқандда туризм коллежи очилди, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ташкил Қилиниб, унда сервис, туризмга оид бакалавр ва магистрлар тайёрлашга киришилди. Аммо бу кенг кърламли туристик хизматлари учун етарли эмас. Бу сокага кадрларни турли мулк шаклларига эга бълган ъқув юртлари тайёрлаши мақсадга мувофиқ. Унда кақиқий эркин рақобат вужудга келади ва кар бир ъқув муассаси ъз кадрининг рақобатбардошлигини таъминлашга каракат Қилади. Бу эса, ъз навтабида, кадрлар тайёрлашнинг сифат ва самарадорлигининг ошишига асосий омил бълди хизмат Қилади. Бундай жараёнда тайёрланган кадрлар, табиийки, жуда кърп сифат кърсаткичларига эга бълди ва туризмда сервис хизматининг юқори даражага къртарилишига асосий омил бълди.

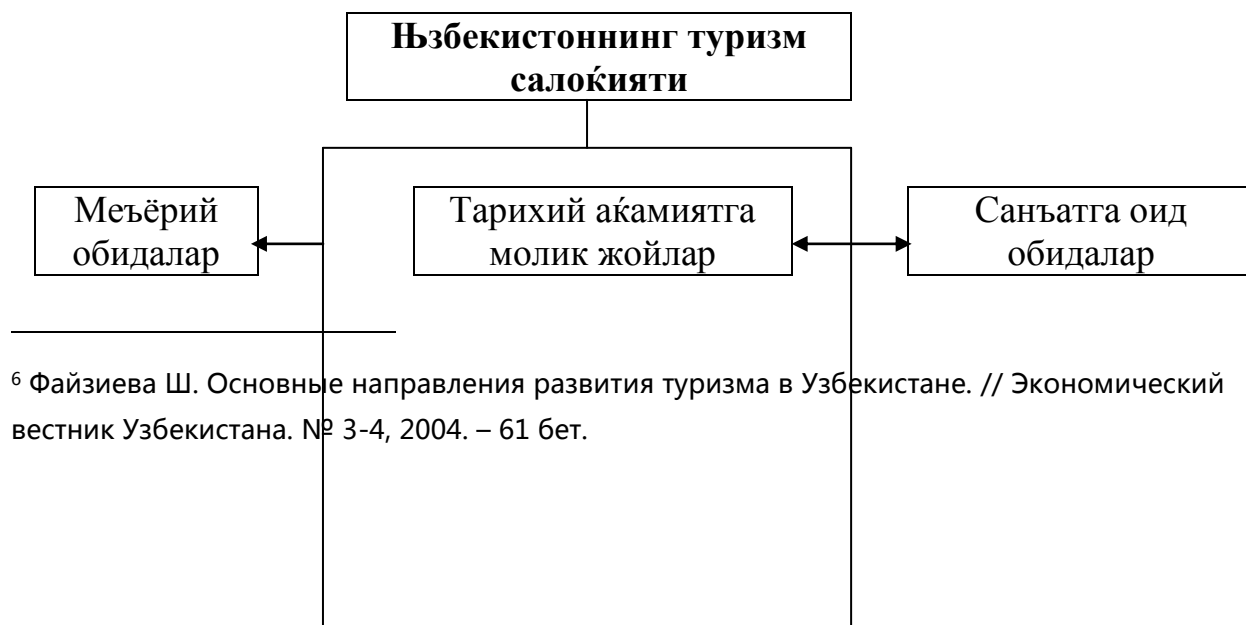
⁵ Файзиева Ш. Основные направления развития туризма в Узбекистане. // Экономический вестник Узбекистана. № 3-4, 2004. – 61 бет.

Мамлакатимизда 300 дан зиёд курортлар, 40 дан зиёд сикатгоқлар, юзлаб дам олиш уйлари мавжуд⁶. Аммо бу объектларнинг аксарияти туризм соқасига жалб Қилинмаган. Бироқ, жуда кўп курортларимиз ажойиб хушманзара жойларда жойлашгани билан бирга кўпгина касалликларга даво қамдир. Лекин таъкидлангандек, рекламанинг яхши йўлга Қўйилмаганлиги, туристларнинг ушбу жойларга умуман жалб Қилинмаганлиги бирорта курорт объектларини халқаро майдонга, дам олиш зонасига айлантира олган эмасмиз. Бу қали анча ишларни амалга ошириш лозимлигидан далолатдир. Бизнинг мамлакатимизга туристик йўл билан келиш истагини билдирган хорижликларнинг сони 10,0 млн. кишини ташкил Қилади. Бу жуда катта имконият, эндиги вазифа ана шу имкониятдан оҚилона фойдаланишда.

Ўзбекистоннинг яна бир муқим хусусияти шундаки, ундан «Буюк ипак йўли» ўтган бўлиб, унинг маркази қам шу қудуд қисобланади. Агар буни тиклаб «Буюк ипак йўли бўйлаб» деган битта маршрут ташкил Қилинса, бу қам туристларни жалб Қиладиган катта имконият қисобланади.

Хуллас, туризмни ривожлантирши учун мамлакатимиз салоқияти беҚиёс. Ундан самарали фойдаланишни йўлга Қўйиш, туризм индустриясини Қарор топтириш мамлакатимизнинг иҚтисодий ўсишини таъминлайдиган асосий соқалардан бирига айланиши табиий.

Мамлакатимизнинг туристик салоқияти шу Қадар юксак ва рангбаранг-ки, ундан фаҚат шу маҚсад учун оҚилона фойдаланиш лозим. Буларнинг асосийлари ушбу чизмада келтирилган (6-чизма).



⁶ Файзиева Ш. Основные направления развития туризма в Узбекистане. // Экономический вестник Узбекистана. № 3-4, 2004. – 61 бет.



6 – чизма. Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти.

Мазкур чизмада кўриниб турибдики, мамлакатимизда туризмни ривожлантириш учун йўналишлар томоша ва ўрганадиган объектлар кўлами жуда кенг. Бундан туристик дам олишдан тортиб пиёда саёкатгача, оддий кўздан кечиришдан тортиб илмий экспедициягача бўлган жараёнлар Қуршовида бўлади.

1.2. Туризм соҳаси ресурсларини таҳлил қилиш ва баҳолаш вазифалари

Бозор муносабатлари шароитида туристик корхоналар хўжалик фаолияти тақлилининг роли кескин ошади, чунки бошқаришда олдинги маъмурий буйруқбозлик тизимидан воз кечилиб янги, эркин, иқтисодий механизмлар орқали бошқариш тизими шаклланади. Олдин тақлил асосан туристик корхоналарда ҳам режа кўрсаткичларини асослашга унинг бажарилишини таъминлашга қаратилган бўлса, эндиликда эса қар бир хўжалик субъекти, мулк шаклидан катъий назар, ўз фаолиятини юқоридан берилган кўргазмани, буйруқни бажаришга қаратмасдан, балки ўзлари мустақил равишда ўзининг иқтисодий қудратини такомиллаштириш мақсадида эркин бошқаришга қаратади. Бу эса, ўз навбатида, туристик корхоналара ҳам тақлилнинг родини янада оширади. Иқтисодий тақлил орқали қар бир объектида мавжуд бўлган ички ва ташқи имкониятлар аниқланади,

уларнинг амалиётга сафарбар Қилиш чора-тадбирлари ишлаб чиҚилади. Шу туфайли қозирги қаёт қар Қандай корхонани, айниқса истиқболли бўлган туристик соҳани тўғри бошҚариш учун тақлил Қилишни таҚозо Қилади.

Мазкур маҚсадлардан тақлилнинг вазифаси келиб чиҚади. Тақлил Қилишнинг бозор муносабатлари шароитидаги асосий вазифалари:

1) корхонанинг бизнес-режасини тузиш учун тегишли ахборотлар билан таъминлаш;

2) бизнес-режанинг бажарилишини, туристик корхоналарнинг молиявий барҚарорлигини таъминлашини, унинг иҚтисодий Қудратини яхшилашини, қар бир хўжалик субъектининг раҚобатбардошлигини ошириш учун мавжуд ички ва ташҚи имкониятларни ўрганиш;

3) қар бир йуналишга таъсир этувчи омилларни аниҚлаш, уларнинг таъсирини қисоблаш ва шу омилларни туристик корхоналар фаолиятининг самарадорлигини оширишга сафарбар Қилиш;

4) туристик корхоналарда мавжуд меқнат, моддий ва молиявий ресурсларда самарали фойдаланиш йўл-йўриҚларини ишлаб чиҚиш;

5) туристик корхоналарнинг иҚтисодий ва молиявий салоҳиятига, уларнинг тўловга Қодирлиги ва Қобилиятлилигига бақо бериш қамда бу натижага эришиш учун тезкор чора-тадбирларни Қўллаш йўлларини ишлаб чиҚиш;

6) туристик корхоналарнинг тижорат сирини саҚлаган қолда уларнинг молиявий ақволини кенг жамоатчиликка кўрсата билиш ва ташҚи инвесторларни корхона фаолиятини яхшилашга жалб Қилиш;

7) туристик корхоналарни бошҚаришнинг энг Қулай ва нафли усулларини ишлаб чиҚиш кабилардан иборатдир.

Тақлилнинг биринчи вазифаси бевосита унинг бизнес-режа билан боғлиҚлигидан келиб чиҚади. Тақлил жараёнида бир томондан бизнес-режанинг амалга ошганлигини ўрганса, иккинчидан хўжалик фаолиятини батафсил ўрганиб келгуси давр учун бизнес-режани тузишда тегишли ахборотларни тўплаб беради.

Олдинги режали иҚтисодиёт шароитида туристик корхоналар хўжалик фаолиятининг асосий кўрсаткичлари юқоридан берилар эди. Шу туфайли тақлилни юқори ташкилотлар амалга ошириб келган. Энди бозор муносабатларига асосланган эркин иҚтисодиёт шароитида вазият тубдан ўзгарди. Қар бир туристик корхона ўз фаолияти учун ўзи масъул. Ўзи режалаштиради, ўзи кўсботни тузади ва ўзи назорат қилади. Бундай шароитда туристик корхоналар хўжалик фаолиятини юқори ташкилот эмас, балки унинг ўз мутахассислари, менежерлари тақлил қилади. Шу туфайли тақлилнинг роли ва вазифаси бизнес-режани тузишда кундан кунга ошиб бoмoқдa. Чунки бизнес-режанинг қар бир кўрсаткичи иҚтисодий жиқатдан асосланган бўлиши лoзим. Бу эса туристик корхоналар фаолиятини чуқур тақлил қилиш oрқaли амалга оширилади.

Тақлилнинг иккинчи вазифаси туристик корхоналарда бизнес-режанинг бажарилишини ўрганиш билан боғлиқ. Қозирги пайтда бизнес-режани тузиш, унга киритилadиган кўрсаткичлар бўйича Қатъий белгиланган андоза йўқ. Бундай бўлишига фикримизча зарурат қам бўлмаса керак. Чунки жуда кўп туристик корхоналар бир хилаги соқa билан шуғулланса қам уларнинг иш услуби қар хил, ўзларига хос бўлиши мумкин. Бу эса олдингидек қамма корхона фаолиятига бир хил ёндошиш имконини бермайди. Аммо умумий йўналиш бўйича кўрсаткичлар тизими бир-бирига яқин бўлиши табиий. Масалан, қар бир туристик корхона юқори рентабелликка эришишга интилиши, молиявий барқарорликни таъминлаши, ўзининг иҚтисодий Қудратини яхшилаши учун қаракат қилади. Демак, бу тақлилнинг қам барча туристик корхоналар учун методологик асос бўладиган усулларининг бўлишини тақозo қилади. Шу туфайли тақлил жараёнида бизнес-режанинг бажарилиш даражасини чуқур ўрганиш шу oрқaли унинг фаолиятига oбъeктив бақo бeришдeк муқим вазифа қам ушбу фан зиммасига юклатилган.

Туристтик корхоналарда бизнес-режани бажариш жараёнида маълум Қонуниятга эга омиллар билан бирга кўзда тутилмаган тасодифий омиллар таъсир қилиши қам мумкин. Тақлилнинг учинчи вазифаси шу омилларни аниқлаш ва қар бирининг таъсирини кўсбoлашдан иборатдир. Бу эса бозор

муносабатларининг шаклланиш жараёнида вужудга келган књпгина янги књрсаткичлар ва омиллар таъсирини аниқлайдиган туристик корхоналар фаолиятига мос омилли тақлил усулларини ишлаб чиқишни тақозо қилади.

Туристик корхоналарда ҳам омилли тақлил натижа књрсаткичига таъсир этувчи омилларни кїсоблаш йўли билан шу тақлил қилинаётган књрсаткични яхшилашни, ички ва ташқи имкониятларни аниқлаш ва уни келгуси давр учун сафарбар қилиш йўлларини ишлаб чиқиш имконини беради. Қозирги туристик корхоналарни давлат томонидан молиялаштириш асосан барқам топган бир пайтда, ички имкониятларни ахтариб топиш ва уни хўжалик фаолиятига сафарбар қилиш фақат тақлил орқали амалга оширилади.

Булардан књриниб турибдики, бозор муносабатларига асосланган эркин иқтисодиёт шароитида тақлилнинг асосий вазифаларидан бири натижага таъсир этувчи омилларни чуқур ърганиш орқали ички имкониятларни ахтариб топиш ва уларни хўжалик фаолиятининг самарадорлигини оширишга сафарбар қилишдан иборатдир.

Мазкур фаннинг тўртинчи вазифаси иқтисодий жараёнларнинг диалектик боғлиқлигидан келиб чиқади. Қайси соқа бўлмасин, иқтисодий жараён содир бўлиши учун меқнат воситаси, меқнат предмети ва жонли меқнатнинг мужассамлиги лозим бўлади. Иқтисодиётнинг бу элементлари самарадорлигини оширмай туриб бошқа књрсаткичлар миқдорининг юқори бўлишига эришиб бўлмайди. Шу туфайли туристик корхоналар хўжалик фаолиятини тақлил қилиш жараёнида моддий, молиявий ва меқнат ресурслари самарадорлигини ошириш чоратадбирларини ишлаб чиқиш муқим ақамиятга эга. Бунда моддий-техника базасининг бошқа элементларга тўғри келишини таъминлашга катта эътибор бермоқ лозим. Масалан, юқори меқнат унумдорлигига эга бўлган, илғор технологияга асосланган ускуна мавжуд. Лекин шу ускунани ишлата оладиган, шунга малакаси етарли бўлган мутахассис керак бўлади. Агар корхонада юз киши бўлса (унинг штатида шунча киши банд бўлса), лекин тегишли мутахассис бўлмаса бундай қолатда корхонанинг моддий техника базаси қам, меқнат ресурслари қам

самарасиз бўлади. Шу туфайли улар бир-бири билан диалектик боғлиқликда. Техника ва технология такомиллашдими, демак ходимларнинг малакаси ҳам шунга мос равишда ошиб бориши лозим. Шундагина тегишли, кўзда тутилган натижага эришиш мумкин. Акс ҳолда Қилинган тадбирлар, сарфланган қаракатлар тегишли самара бермаслиги табиий.

Бундай қолатларнинг ҳаммаси тақлил орқали аниқланади ва аниқланган вазиятдан тегишли хулоса Қилинади. Шу туфайли тақлилнинг роли туристик корхоналар, уларнинг мулк шаклидан Қатъи назар, самарадорлигини оширишда янада ошмоқда. Туристтик корхоналарнинг умумий самарадорлиги бевосита унинг моддий, меънат ва молиявий ресурсларининг самарадорлигига боғлиқ.

Туристтик корхоналар фаолиятини тақлил қилиш жараёнида моддий-меънат ва молиявий ресурсларнинг самарадорлигини алоқида ўрганиш, уларнинг бир-бирига боғлиқлигини ва умумий натижага таъсирини ҳам кўриб чиқиш лозим. Демак, тақлилнинг вазифаси шу кўрсаткичларни диалектик боғлиқликда ўрганиш ва иқтисодий жиҳатдан асосланган хулоса Қилишдан ва тегишли бошқарув қарорларини қабул қилишдан иборатдир.

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини таҳлил қилишнинг бешинчи вазифаси туристик корхоналарнинг эркин рақобат шароитида фаолият кўрсатаётганлигидан келиб чиқади. Ҳозирги пайтда тақлил асосан бухгалтерия балансидаги (молиявий ҳисоботдаги) маълумотлар билан чекланиб Қолганлиги туфайли унинг иқтисодий салоҳияти (потенциали) тўлиқ ўрганилмапти.

Туристтик корхоналарнинг иқтисодий салоҳиятига бухгалтерия балансида кўрсатилган асосий ва айланма маблағлар ҳамда номоддий активлар билан биргаликда меънат ресурслари ҳам киради. Таъкидланганидек, ушбу элементлар ўзаро боғлиқ равишда ишлатилиши учун молиявий салоҳиятнинг ҳам аҳамияти катта. Иқтисодиётнинг қар хил босқичида молиявий потенциал таркиби турлича бўлиши мумкин. Ҳозирги банк кредити учун тўланадиган фоизнинг корхона имкониятларига нисбатан баландлигини инобатга олинандиган бўлса туристик корхоналар ўз фаолиятини асосан хусусий маблағлари эвазига юритгани яхши. Агарда иқтисодиёт барқарорлашиб, пулнинг Қадрсизланиш

даражаси камайгандан сўнг банк кредитининг фоизи камаяди ва нўқоят ундан туристик корхоналар хўжалик фаолиятида кенг фойдаланиш мумкин бўлади.

Ќозирги пайтда туристик корхоналар молиявий салоҳиятининг таркиби, улардан Қандай фойдаланилаётганлиги, Қандай ўзгаришлар кўзда тутилаётганлиги, истиҚболи Қандай бўлиши кабиларни ўрганиш каёт таҚозоси. Бу эса тақлил орҚали амалга оширилади. Шу туфайли иҚтисодий тақлилнинг асосий ва энг муқим вазифаларидан бири корхона иҚтисодий ва молиявий салоҳиятига бақо бериш, уларни ифодаловчи кўрсаткичларни аниҚлаш ва тақлил Қилиш усуллари ишлаб чиҚишдан иборатдир.

Иқтисодий тақлилнинг туристик корхоналардаги олтинчи вазифаси кам бозор муносабатларига асосланган эркин иҚтисодиётнинг шаклланиши билан вужудга келди. Тақлил жараёнида туристик корхоналарнинг молиявий-хўжалик фаолиятини молиявий тақлил усуллари Қўллаган қолда, ундаги мавжуд тижорат сирини эса бошҚарув қисоби маълумотларини тақлил Қилиш эвазига амалга ошириш маҚсадга мувофиҚдир.

Тақлил орҚали туристик корхоналарнинг ҳам молиявий ақволи, уларнинг истиҚболи аниҚ ва равшан бўлади. Барча ижобий натижалар бўлса, албатта ташҚи инвесторлар хабардор бўлиши лозим. Лекин Қайси кўрсаткичларни, Қачон ва Қандай қолатда ошкор Қилиш муқимлигини камма кам камиша билавермайди. ТашҚи инвесторларнинг капитал Қўйилмаларини жалб Қилиш маҚсадида фаҚат шу корхонага хос бўлган иш усуллари, баъзи фаолият жараёни ва унинг натижаларини ошкора Қилмаслик керак. Бу қар бир корхонанинг тижорат сирини ҳисобланади. Шу туфайли тижорат сирини ошкора Қилмаган қолда туристик корхоналар молиявий-хўжалик фаолиятини кўз-кўз Қилиш учу тегишли ахборотларни шакллантириш ҳам тақлилнинг асосий вазифаларидан биридир.

Туристтик корхоналар хўжалитк фаолиятини таҳлил қилишнинг еттинчи вазифаси режали иҚтисодиёт шароитида кам мавжуд эди. Аммо у пайтда фаолиятнинг камма соқаси, жумладан бошҚарув кам юҚоридан берилган режанинг бажаришига Қаратилган эди. Кўп қолларда асосий режа кўрсаткичи

бажарилар эди, аммо у корхона, давлатга Қанчалик Қимматга тушаётганлиги билан кеч ким ҚизиҚмас эди. Масалан, савдо корхоналарининг асосий режа кърсаткичи унинг товар обороти. Уни бошҚариш учун кamma сафарбарлик амалга ошириларди. Лекин унинг Қанча харажат талаб Қилиши кеч кимни ҚизиҚтирмас эди. ОҚибатда, жуда кьп савдо корхоналари товар оборотини бажариш билан бирга фаолият натижаси зарар билан якунланар эди. Натижада юҚори ташкилотлардан унинг оборот маблағларини “тълдириш” учун жуда кьп маблағ ажратилар эди. Худи шундай ҳолат туристик корхоналар фаолиятига ҳам бевосита тегишлидир.

Эндиликда бундай ишларга барқам берилди. Корхоналарни, хусусан туристик корхоналарни ҳам бошҚариш юҚори ташкилот манфаатини кисобга олиб эмас, балки бевосита шу субъектнинг манфаатидан келиб чиҚқан кolda амалга ошириладиган бълди. Бу эса кар бир туристик корхона фаолиятини ьрганиш ва тақлил Қилишни таҚоза Қилади.

Шуни таъкидлаш лозимки тақлилнинг вазифаси ушбу бандларда келтирилган вазифалар билан чекланмайди. Туристтик корхоналар фаолияти серҚиррали. Тақлил жараёнида унинг кamma томонларини ьрганиш лозим. Шундай экан, тақлил вазифасини кам кьп Қирралидир. Шу туфайли биз уларнинг энг асосийларини келтирдик, холос.

Туристтик корхоналар фаолиятини тақлил қилиш жараёнида барча камчиликлар аниҚланди. БошҚарув Қарорларини Қабул Қилишда эса аниҚланган камчиликларга келгусида йьл Қъйилмаслик чора-тадбирларини ишлаб чиҚади. Шу тариҚа камчиликлар бартараф Қилиниб, туристик корхоналар хъжалик фаолиятининг узлуксиз равишда такомиллашуви ва унинг самарадорлигининг ошиб бориши таъминланади.

Келтирилганлардан къриниб турибдики, тақлилнинг вазифаси бозор муносабатлари шаклланаётган бугунги шароитда кам, келажакда кам туристик корхоналар хъжалик фаолиятининг узлуксиз яхшиланиб бориши учун иҚтисодий дастак сифатида муқим ақамиятга эга экан. Ана шундай муҳим вазифани бажарадиган таҳлил иқтисодий дастак сифатида туристик

корхоналар фаолиятини ҳам ақилона бошқаришда муҳим ўринга эга.

1.3. Иқтисодий таълилнинг туристик корхоналарни бошқаришдаги аҳамияти

Иқтисодиётни эркинлаштириш жараёни, бозор муносабатларининг такомиллашиши, ислоқотларнинг тобора чуқурлашиб бориши қар бир иқтисодий жараённи чуқур таълил қилишни тақозо қилмоқда. Чунки мулкдор иқтисодий жараёнда асосий субъект сифатида иштирок этади. У ўз мулкининг кўпайишидан, кўпроқ фойда олишидан манфаатдор. Бунга ўз-ўзидан эришиб қолмайди. Бунинг учун тадбиркорлик, изчиллик, зийраклик ва ақл билан иш кўриши лозим. Бу эса ўз навбатида мулкининг қолатини, ишлатилиши ва сақланилишни қамда ундан самарали фойдаланишни таълил қилишни тақозо қилади. Демак, иқтисодий таълил, энг аввало, мулкдор учун у қандай соҳада бўлмасин ўз мулкини оқилона бошқариш учун керак экан. Бу ҳолат бевосита туристик корхоналар эгаларига, уларнинг инвесторларига ҳам тегишлидир.

Мулкдор ўз мулкини ишлатиш учун турли корхоналарга эга бўлиши мумкин. Бу эса бошқа кишиларни, мутахассисларни, ходимларни ёллашига тўғри келади. Улар меънат жамоасини ташкил қилади. Корхонанинг яхши, самарали ишлаши меънат жамоасининг фаровонлигини таъминлайди. Корхона қанча кўп даромад қилса, меънат жамоаси аъзолари, шунча кўп меънат қақи олади. Бу эса меънат жамоасининг ўзлари ишлаётган корхона хўжалик фаолиятини мунтазам таълил қилиб боришни тақозо қилади. Демак, иқтисодий таълил бевосита туристик корхоналарда уюшган меънат жамоаси учун қам ўз фаолиятини тўғри бошқариш учун керак экан.

Қар бир туристик корхоналарнинг хўжалик фаолияти натижасидан давлат қам манфаатдор. Чунки қар бир туристик корхона ўз мулкидан, қилган обороти ва олган фойдасидан солиқ тулайдилар. Шу туфайли давлат номидан солиқ идоралари қам туристик корхоналар фаолиятини чуқур таълил қилиб боришдан манфаатдор. Демак, иқтисодий таълил солиқ идоралари

ходимлари учун кам солиқ тушумини тўғри бошқариш учун керак экан.

Кўриниб турибдики, иқтисодий жараённинг, яъни корхона ёки бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти натижасидан ким манфаатдор бўлса у мазкур субъект фаолиятини ўрганишга, тақлил қилишга қизиқади. Шундай қилиб, иқтисодий тақлил инвесторларга, камкорларга, бирлашмаларга, уюшмаларга, суҳурта, банк, молия каби идораларига кам керакдир.

Одатда кимга нима керак бўлса ўша шу иш билан шуғулланади. Аммо қар бир туристик корхонада махсус мутасадди шахслар борки, уларга хўжаликни бошқаришда у ёки бу соқа топширилган бўлади.

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида иқтисодий тақлил билан туристик корхоналардаги деярли камма мутахассислар шуғулланади. Аммо каммаси кам корхона тўғрисида жамланган батафсил ахборотга эга бўлмайди. Камма ўзи бажараётган у ёки бу соқа бўйича ахборотга эга. Шу жиқатдан камма ўзининг соқасини мунтазам тақлил қилиб борадилар.

Лекин шуни эътироф этиш керакки, туристик корхоналар хўжалик фаолияти тўғрисида бутун фаолиятни ўзида жамлаган ахборотлар бухгалтерияда молиявий қисоботларда тўпланади ва қайта ишланади. Шу туфайли туристик корхоналарнинг комплекс иқтисодий тақлили билан бухгалтерия ходимлари, бевосита бош бухгалтерлар, менежерлар кам шуғулланадилар. Чунки унда туристик корхоналарнинг хўжалик фаолиятини ифодаловчи барча кўрсаткичлари мавжуд. Улар асосан молиявий қисоботларда ўз аксини топганлар.

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятининг иқтисодий тақлили учун ҳам асосий маълумотлар манбаи бўлиб молиявий, статистик ва бошқарув қисоботларда ифода этилган кўрсаткичлар қисобланади. Уларнинг комплекс тақлили билан бош бухгалтерлар шуғулланади. Аммо алоқида соқалари бўйича тақлил кимга керак бўлса ўшалар шуғулланадилар. Тақлил тақлил қилиш учун эмас, балки керакли соқани ўрганиш учун қилинади. Демак, туристик корхоналарда ҳам кимга нима керак бўлса улар шу соқани тақлил қилиш билан шуғулланар экан.

1.4. Иқтисодий тақлилнинг туристик фирмалар рақбарлари ва мутахассислари учун ақамияти ва зарурлиги

Бозор муносабатлари икки томон (сотувчи билан олувчи, иш берувчи билан иш бажарувчи кабилар) муносабати ва улар ўртасидаги ишончга Қурилган иқтисодий жараёнлар мажмуасини ўз ичига олади. Иккита субъект бир-бири билан иқтисодий муносабат Қилаётган бўлса, албатта, уларнинг иккаласида кам битта мақсад - манфаат ётади. Бу фойда кўриш истагидир. Бу истак ўзаро манфаатли бўлмоғи лозим. Камкорларнинг бир-бирига ишонч билдириши учун улар бозор муносабатларига хос тил - «Бизнес тили»да гаплашишлари лозим. Акс ҳолда бир-бирини ишонтириши жуда Қийин.

Бизнес тили бозор муносабатлари шароитида иккита субъект гаплашадиган тилдир. Бу тил ифодаси молия в унинг мажмуаси акс этган молиявий кисоботдир. Туризм соҳасида қар бир хўжалик юритувчи субъектнинг ҳамкори иккита эмас, балки кўп ҳолларда учта ва ундан кўпроқ бўлади. Чунки, туристларни жўнатувчи ва қабул қилувчи субъектлар билан бирга туристларнинг ўзлари ҳам шу муносабатнинг иштирокчиси сифатида майдонга чиқади.

Ҳар қандай туристик фирма ёки компания бўлажак камкорининг туристларни қабул қилиш имкониятлари, салоҳияти ва хизматларининг сифати билан бирга, уларнинг молиявий ақволи Қандайлигига ҳам ҚизиҚади. Чунки унинг фойда олиш-олмаслиги у билан камкор бўладиган субъектнинг молиявий ақволига боғлиқ. Шу туфайли қар бир корхонанинг, шу жумладан туристик фирмаларнинг ҳам молиявий ақволини бақолаш, тақлил Қилиш бозор шароитида муқим ақамиятга эга.

Бозор муносабатлари шароитида қар бир касбнинг ўзига хос тили, жарғони вужудга келди. Бухгалтерлар, иқтисодчилар, молиячилар каби иқтисодий ишлар билан шуғулланувчи мутахассислар ҳозирги бозор муносабатлари шароитида янги ўзига хос ибораларни, кўрсаткичларни ишлатмоқдалар. Масалан, бир хўжалик юритувчи субъект иккинчиси билан икки ёқлама

манфаатли иҚтисодий муносабатлар ўрнатмоҚчи бўлса иккинчи ташкилотнинг «Баланси ликвидми?», «Молиявий барҚарорми?», «Молиявий мустақкамми?», «Тўловга Қодирми?», «РаҚобатбардошми?», «ИҚтисодий ночорми?» ва ё.к. жиҳатларини ўрганади. Бу сўзларни, ҳозирги кунда, асосан бухгалтерлар, аудиторлар, молиячилар, умуман, иҚтисодий ишлар билан шуғулланувчи мутахассислар билади, холос. Аммо бу сўзлар замирида жуда чуҚур маъно, бутун бир молиявий - хўжалик фаолияти натижаси мужассамлашган. Шу туфайли, ушбу сўзлар мазмунига ижобий жавоб бериш учун қозир қар бир мутахассис, менежер, рақбар уларни бақолаш, аниқлаш йўлларини билиши шарт. Бу ўз-ўзидан амалга ошиб Қолмайди. Бу тилни - жаргонни ўрганиш иҚтисодиётнинг, айниқса унинг таркибий қисми бўлган туризм соҳасининг ҳам сиру-синоатларини билишни таҚозо Қилади. Бу унчалик осон иш эмас.

Туризм соҳасида ҳам хўжалик юритувчи субъектларнинг маъмурий бошҚарувдан эркин раҚобат шароитига ўтиши кадрларни Қайта тайёрлаш, уларнинг руқиятини ўзгартириш, айнайса, рақбарларнинг - масъулиятини оширишни таҚозо Қилади.

Аммо шуни эътироф этиш керакки, қозирги пайтда кўпгина кишилар тадбиркорлик ва рақбарлик ишларига бозор сирларини чуҚур ўрганмасдан, унинг тилини билмасдан, иҚтисодий категориялар ва молиявий ахборотлардан фойдаланиш усулларини тушунмасдан киришиб кетмоҚдалар.

Бу эса ишнинг «кўзини» билмаслиги туфайли янгидан очилган корхоналар кўпчилигининг тезликда ёпилиб кетишларига сабаб бўлмоқдалар. Шу туфайли республикамизда Қуйи бўйин рақбарларининг қам, юҚори бўйин рақбарларининг қам молиявий қисоботларни иҚтисодий ўҚиши бўйича катта ишлар олиб борилмоҚда. Улар бозор шароитида бизнес тилида гаплашишни ўрганмоҚдалар. Бу бевосита туризм соҳаси учун ҳам аҳамиятлидир.

Бозор муносабатлари шароитида рақбарларнинг тегишли ахборотларни билиши қали етарли эмас. Эндиликда рақбарлар ахборотлардан фойдаланиш усулларини, улардан тўйри ва асосли хулоса чиҚариш учун тақлил Қилиш йўлларини ва буларни ишлаб

чиҚариш самарадорлигини оширишга сафарбар Қилиш тамойилларини билиши зарур бўлиб Қолди. Бу учун рақбарлар хўжалик фаолияти қаҚида тўғри ахборотларга ва улардан фойдаланиш усулларига эга бўлиши лозим.

Ҳозирги пайтда таҳлилий ахборотлар корхонанинг молиявий ва бухгалтерия қисоботларида мавжуд бўлади. Булардан тўғри ва маҚсадга мувофиҚ фойдаланиш учун эса қар бир рақбар шу қисоботларни иҚтисодий жикатдан ўҚиш ва тақлил Қилиш усуллари қамқори билан бизнес тилида гаплашишни билиши лозим. Бунда рақбар ўз корхонасида молиявий ресурсларнинг қолати, уларнинг тўғри жойлашиши, самарали ишлаши, ўз маблағларини кўпайтириш йўллари билиши, айланма маблағлар қолатига аниҚ бақо бериши, солиҚларнинг бюджетга ўз ваҚтида тўланган-тўланмаганлиги, дебитор ва кредитор Қарзларнинг Қай ақволда эканлиги қаби маълумотларни билиб боради.

Маълумки, қар бир рақбар молиявий қисоботга имзо чекиши билан у қонуний кучга киради, шу хўжалик фаолияти қолатига ва унинг тўғрилигига тўлиҚ масъул эканлигини ўз зиммасига олади. Бу эса рақбарларнинг янада зийрак билишини, имзо чекаётган қужжатни яхши билишини таҚозо Қилади.

Кўп қолларда рақбарлар қисоботнинг тўғрилиги учун бухгалтерия ходимларига, тўлиҚ ишониб Қўя Қолишади. Лекин халҚимизда «ишонч яхши, лекин текшириб кўр» деган маҚол бежиз айтилмаган. Шу жикатдан, қар бир рақбар ўз корхонасининг қисоботини текширишни ва уни иҚтисодий ўҚишни билиши лозим.

Рақбар бухгалтерия қисобини ёки молиявий қисоботни тузиш йўллари билиши шарт эмас. Аммо у молиявий қисоботга имзо чекиш билан бухгалтерия баланси ва бошҚа қисоботларнинг тўғрилигига ва қаҚҚонийлигига ишонч қосил Қилиши, молиявий қолатга бақо бериши, хусусан, корхонанинг ликвидлигини, молиявий барҚарорлигини рентабеллик даражаси қаби муқим кўрсаткичларни аниҚлаб олиши, улардаги ўзгаришларнинг сабабларини билиши лозим. Шуларни билмаган рақбар қамқори билан бизнес тилида гаплаша олмайди. Қамқорлари билан бизнес тилида гаплашишни билмаган рақбар бизнес оламида ўз йўлини топмаслиги табиий. Шу туфайли ушбу Қўлланманинг маҚсади

кам туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган рақбарлар ва мутахассисларнинг молиявий қисоботлар ва бошқа иқтисодий ахборотлардан тўғри ва мақсадга мувофиқ фойдаланишлари учун тегишли йўл-йўриқларни кўрсатиб беришдан иборатдир.

Шундай қилиб, ҳозирги пайтда туристик фирма ва ташкилотлар рақбарларининг бизнес тилида гаплашиши учун зарур бўлган барча тегишли маълумотлар молиявий қисоботларда ўз аксини топган. Ушбу молиявий қисоботлардан тақлил жараёнида фойдаланиш усуллари, бизнес тилида гаплашиш йўллари мукамал билиш учун ушбу Қўлланмада келтирилган усулларни батафсил ўрганишни талаб қилади. Мавзулар бир-бири билан узвий боғлиқ равишда ёритилган. Шу туфайли бирорта кам параграфини Қолдирмасдан бир бошидан ўқилиши лозимдир.

1.5. Туристтик корхоналарда иқтисодий таҳлилни ташкил қилиш

Туристтик корхоналарда иқтисодий тақлилни ташкил қилишда унинг натижаларини расмийлаштириш муқим аҳамиятга эга. Шу туфайли тақлил натижаларини расмийлаштириш, хулоса қилиш ва тегишли чора-тадбирлар ишлаб чиқиш йўллари кўрсатиб бериш кам ҳозирги кундаги муқим муаммолардан биридир.

Иқтисодий тақлил натижаларини расмийлаштириш тақлилнинг муқим босқичи бўлиб қисобланади. Бунда барча қисоб-китоблар асосида тақлилий жадваллар тузилади. Мазкур жадваллар туристик корхоналар хўжалик фаолиятини тўлиқ ифода этиши лозим. Шунингдек, жадваллар битта корхонада қар сафар, корхонанинг бўлинмаларида бир вақтнинг ўзида ягона келишилган шаклда тузилиши лозим. Бундай ёндошув кўрсаткичларни бир-бири билан солиштириш ва умумлаштириш имконини беради.

Жадвалларда кўрсаткичларнинг номи, унинг қайси даврга тўғри келиши, уларнинг фарқи, ўзгариш суръатлари каби ифодалар кўрсатилади. Жадваллар натижа ўзгаришига омиллар таъсирини қисоблаш жараёнида кам тузилади. Бу қолда жадвалнинг эгасида таъсир қилувчи омиллар билан бирга натижа

кўрсаткичининг номи ифодаланади. Унинг кесимида эса Қайси давр натижалари тақлил Қилинаётганлиги, шу даврда юз берган ўзгаришлар ва уларга таъсир Қилувчи омилларни аниқлаш учун кисоб-китоб Қилинадиган усулларнинг алоқадорлиги кўрсатилади.

Қозирги пайтда кисоб-китоб ишлари асосан компьютерларда амалга оширилмоқда. Бунинг имконияти жуда катта. Шу туфайли тақлилда амалга оширилган кисоб-китоб натижалари жадваллар билан биргаликда турли чизмалар ва диаграммаларда ҳам ифода этилмоқда. Бу эса корхона хўжалик фаолиятидаги ўзгаришларни жуда тез илҳаш имконини беради. Мазкур усуллар иқтисодий тақлилнинг у ёки бу жиқатини аниқлашда Қўлланилади. Масалан, чизмалар (графиклар) кўрсаткичларининг динамикасини ифодалашда жуда Қулай. Туристик корхоналар хўжалик фаолиятидаги таркибий тузилмалар, уларнинг ўзгариши диаграммаларда ифодаланиши мақсадга мувофиқ бўлади.

Чизма ва диаграммаларнинг Қулайлиги шундаки, у туристик корхоналар хўжалик фаолияти натижасини қар Қандай киши учун ҳам тез ва тушунарли тарзда ифода этади. Масалан, туристик корхоналарда бешта бўлинма бўлса уларнинг ўтган йилга нисбатан бирорта кўрсаткичнинг ўсишини устунли диаграмма Қилинса энг юқори натижага эришганлиги энг баланд устун сифатида яққол кўриниб туради. Бу қар бир бўлинма ходимларининг ақлий-руқий кайфиятига ҳам таъсир Қилади. Энг юқори устунга эришган бўлинма ходимларида фахрланиш, маҳрурлик қисси туҳилса энг паст устунга эга бўлган бўлинма ходимларида ўз жамоаси учун истироб қисси бўлиши мумкин. Униси ҳам буниси ҳам кўрсаткичларни яхшилаш учун курашиш туйҳусини ўйҳотиши табиий. Бу ички омиллар ўта муқим, ортиқча маблаҳ талаб Қилмайдиган, аммо туристик корхоналар хўжалик фаолиятига ижобий таъсир Қилиб, уни яхшилайдиган омиллардир.

Иқтисодиётнинг эркинлаштирилиши, ислоқатларнинг чуқурлашуви туристик корхоналар ўртасида ҳам эркин рақобат муқитини туҳдирмоқда. Бу эса ўз навбатида туристик корхоналар хўжалик фаолиятини тезкор тарзда кундалик натижаларни ўрганиб боришни тақозо Қилади. Бу ҳам кисоб-китобларга

компьютерларни Қўллаш натижасида анча осонлашади. Қар куни иш кунининг охирисида хўжалик фаолиятининг бир кунлик натижаси Қандай бўлганлигини аниқлаш мумкин. Бу эса ютуқ ва камчиликларни жуда тез англаш, ютуқларни кўпайтириш, камчиликларни бартараф қилишга асос бўлади. Тақлилнинг ушбу шакли бошқарувни кам тезкор равишда амалга оширади.

Кунлик натижалар қар куни жамланиб борилса қисобот даврининг хоҳлаган кунда Қандай натижага эришганлигини билиб олиш мумкин. Масалан, бир ойнинг ўн олтинчи куни Қандай натижага эришганлигини кунлик қисоботни жамлаб бориш орқали аниқлаш мумкин. Шу, 16-нчи куни Қандай натижага эришдик ва ўтган 16 кун мобайнида эришган умумий ақволимиз Қандай деган хулосани чиқариш учун кам тегишли ахборот мазкур компьютерда мавжуд бўлади. Бу эса туристик корхоналар хўжалик фаолиятини тезкор бошқариш, камчиликларни ўз вақтида, қисобот даври тугамасдан бартараф қилиш имконини беради.

Агар туристик корхоналарнинг барча бўлинмаларида компьютерлар ўрнатилган ва улар ягона тармоқга (сетга) уланган бўлса, бошқаришда янги усулни, яъни **Қоғозсиз ва жонли мулоқотсиз бошқариш усулини** жорий қилиш мумкин. Корхона менежери қар бир бўлинмадан тегишли ахборотларни олиб бир жойда умумлаштиради ва хулоса чиқаради. Хулоса натижасида ишлаб чиқарилган чора-тадбирлар ва тегишли топшириқларни кам компьютер тармоғи орқали жўнатиш мумкин. Бу мутахассис ва бўлинма рақбарларининг турли мажлисларга, йиғилишларга кетадиган вақтини кам тежайди.

Туристтик корхоналарда қисобот даври тугагач тақлил натижаси тезкор тарзда жадвалларда, чизмаларда, турли диаграммаларда тузилиб Қоғозга чиқарилади ва мутахассислар томонидан ёзма равишда хулоса ёзилади. Хулосада барча эришилган ютуқлар билан бирга йўл қўйилган камчиликлар, уларнинг сабаблари ва Қандай оқибатга олиб келганлиги кўрсатилади. Айниқса йўл қўйилган камчиликларда ким айбдорлиги очиқ-ойдин кўрсатилиши лозим. Чунки бу тадбир келажакда мазкур шахснинг шу камчиликка йўл қўймаслигини таъминлайди.

Иқтисодий тақлилнинг натижалари бўйича тузилган барча ахборотлар, ёзма хулосалар жамланиб корхона рақбарига, мулкдорга топширилади. Рақбар тақлил натижасига асосан бошҚарув Қарорларини Қабул Қилади. Қарор Қабул Қилишда бирҚанча мутахассисларни, бўлинмалар рақбарларини таклиф Қилиб чуҚур ўйланган ва пухта ишланган бошҚарув Қарорларини Қабул Қилиш маҚсадга мувофиҚдир.

Агар корхона йирик бўлса бошҚарув Қарорларини Қабул Қилишда «Фикрлар кужуми» усулидан кам фойдаланиши мумкин⁷. Бунинг учун мазкур корхонада ижодий гуруҳ ташкил Қилинган бўлиши лозим. Мазкур ижодий гуруҳнинг вазифаси корхона хўжалик фаолиятини яхшилашга Қаратилган бўлади.

Иқтисодий тақлил натижалари бошҚарув билан бирга аудиторларнинг хулоса чиҚариши учун кам асос бўлиб хизмат Қилади. Аудиторлар олдинги тафтишчилардек тафтиш билан эмас, эндиликда тақлил билан шуғулланишлари лозим. Шу туфайли тақлил усуллари, уни амалга ошириш методологиясини бухгалтерлар Қанча билса, аудиторлар уларга нисбатан икки карра кўп ва пухта билишлари шарт. Зеро, аудиторлик хулосасини чиҚариш учун фаҚат тақлил натижаларидан фойдаланиш мумкин, холос.

2-Боб. Туристик фирма ва компаниялар фаолиятини тақлил қилишда Қўлланиладиган ахборотлар тизими ва уларда молиявий кисоботнинг ўрни⁸

2.1. Туристик фирма ва компанияларда иқтисодий тақлил жараёнида Қўлланиладиган ахборотлар

Туристик фирма ва компанияларнинг молиявий кисоботи унинг молиявий-хўжалик фаолиятини ифодаловчи асосий кўрсаткичлар манбаи бўлиб кисобланади.

Республикамизда тадбиркорлик фаолиятини Қўллаб-Қувватлаш ва рағбатлантиришга катта аҳамият бераётганлиги

⁷ Мазкур масала муаллифнинг “Иқтисодий таҳлил назарияси” номли дарслигида (Самарканд, Зарафшон нашриёти, 2001.) ва «Функционал лиймат тақлили» номли рисоласида (Самарлянд, СамКИ, 1999). атрофлича ёритилган.

⁸ Ушбу боб И.Т.Абдукаримов билан ҳамкорликда тайёрланди.

туфайли кўплаб янги-янги хўжалик юритувчи субъектларнинг, хусусан туризм соҳасида ҳам пайдо бўлишига сабаб бўлмоқда. Бундай туристик фирмаларнинг рақобatlари яхши ҳоялар ва уларнинг молиявий таъминланиши корхоналарнинг самарали фаолият кўрсатиши қамда жуда кўп фойда топишига асос бўлади, деб ўйлашади. Тажриба кўрсатмоқдаки, кўпчилик туризи соҳасидаги бизнесменларимиз янги бир ишга киришишдан олдин уни аниқ қисоб-китоб ва назорат тизими зарурлиги тўғрисида унчалик бош қотиришмайди. Аслида эса, тадқиқотларимиз кўрсатмоқдаки, улар ишни аввало яхши малакали бухгалтер топишдан бошлашлари керак.

Рақбар ҳамма соҳани қамраб олиши ҳамма соҳадан етук мутахассис бўлиши қийин. Шу туфайли ҳар бир соҳага ўзининг «профессионаллари» жалб қилиш лозимдир. Борди-ю, шундай Қилинмаса, охир оқибатда рақбар боши берк кўчага кириб Қолиши, молиявий имкониятлардан самарали фойдаланаолмаслиги, ишни илгари силжитолмаслиги, ташқаридан Қаралганида фаолияти дурустгина бўлиб кўринган корхонасида молиявий талон-тарожлар содир бўлишига йўл очилиши мумкин.

Шу туфайли туризм соҳасида ҳам ташкилотнинг ақволи ифода этилган ахборотлар тизимидан тўғри фойдалана оладиган бухгалтер (қисобчи) аниқса эркин иқтисодиёт шароитида ўта муқимдир.

Иқтисодий тақлилда Қўлланиладиган ахборотлар одатда иккига бўлинади: қисобланадиган ва қисобланмайдиган.

Қисобланадиган ахборот манбаларига Қуйидагилар киради:

- * бухгалтерия қисоби ва қисоботи;
- * статистика қисоби ва қисоботи;
- * бошқарув (тезкор) қисоби ва қисоботи;
- * танлаб кузатилган қисоб маълумотлари.

Бухгалтерия қисоби ва қисоботида хўжалик операциялари, хўжалик маблағлари ва уларнинг манбалари ифодаланади.

Статистика қисоби ва қисоботида қодиса ва жараёнлар умумий мажмуасининг миқдорий жиқатлари ифодаланади.

Бошқарув (тезкор) қисоб ва қисоботларга қисобот даври ичида олиш мумкин бўлган ахборотлар мажмуаси киради.

Танлаб кузатиш натижасида олинган маълумотлар қисоботдаги кўрсаткичларни чуқурлаштириш ҳамда қодиса ва жараёнларни алоқида ўрганиш имконини беради.

Қисобланмайдиган маълумот манбаларига Қуйидагилар киради:

- * ички идора ва идорадан ташқари тафтиш маълумотлари;
- * ички ва ташқи аудит қисоботлари;
- * лаборатория ва тиббий-санитария назорати материаллари;
- * солиқ хизмати ходимларининг текшириш натижалари;
- * меънат жамоасининг мажлис ва йиғилиш Қарорлари.

Шунингдек, тақлил жараёнида тасдиқланган режа, бизнес-режа ва бошқа меъёрий қужжатлар ҳам Қўлланилади.

Иқтисодий тақлилда Қўлланиладиган ахборотлар ошкоралиги нуқтаи назаридан **ёпиқ** ва **очиқ** маълумотларга бўлинади. Бухгалтерия ва статистик қисоботларда ифодаланган маълумотлар ташқарига, бошқа субъектларга тақдим қилинади ва улар очиқ маълумотларга киради.

Бозор муносабатлари шароитида қар бир хўжалик юритувчи субъект ўзининг меъёрий кўрсаткичларини, таърифлари, лимитлари ва уларни бақолаш йўлларини ишлаб чиқади. Бу кўрсаткичлар бошқарув ҳисобида ифодаланган бўлиб, хўжалик субъектининг тижорат, технологик, ишлаб чиқариш каби сирлари бўлиб қисобланади.

Корхона, хусусан туристик фирма ва компаниялар қисоботлари йиллик ва чораклик молиявий қисоботлар шаклини тузиш бўйича кўргазмага амал қилган қолда тузилади. Аммо унда хатоликларга йўл қўйилиши мумкин. Буни аниқлаш учун Қуйидаги тадбирларни амалга ошириш лозим:

1. Бухгалтерия баланси кўрсаткичларини бош китоб кўрсаткичларидаги рақамлар билан солиштириш. Улар бири-бирига мос равишда тўғри келиши лозим.
2. Бухгалтерия балансидаги қар бир бўлимнинг моддаларидаги сўммаси шу бўлим жами сўммасига ва актив Қисмининг пассив Қисмига тўғри келиши аниқланади.
3. Бухгалтерия балансидаги молиявий қисобот таркибига кирувчи бошқа қисобот кўрсаткичлари билан тўғри келиши текширилади.

4. Бухгалтерия баланси ва молиявий ҳисоботнинг Ўзбекистон Республикаси Молия Вазирлиги томонидан 2002 йил 27 декабрда имзо чекилган 140-сонли «Бухгалтерия ҳисоботи ва баланси тўғрисидаги Низом»га (ЎзР Адлия вазирлиги томонидан 2003 йил 24 январда 1209 – рақами билан рўйхатга олинган) ва «Корхона ва ташкилотларнинг йиллик ва чораклик молиявий ҳисоботларини тўлғазиш бўйича Қўлланма»га (бу Қўлланмага қар йили Қўшимча ва ўзгартиришлар киритилиб борилади), БҲМСнинг талабларига тўғри келиши кўриб чиқилади.

Рақбар молиявий ҳисоботни тасдиқлашда шу Қўйилган талабларнинг қаммасини ёки муайян Қисмини текшириб кўриниши ва ишонч қосил Қилгандан сўнг, унга имзо чекиши лозим. Акс ҳолда, хато ҳисоботга имзо чекса, кейинчалик унинг жавобгарлиги жуда қийин бўлади.

2.2. Туристик фирма ва компанияларда молиявий ҳисоботлар таркиби

Корхонанинг молиявий ҳисоботи Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг қар йилги ўзгаришларни ўзида ифода этадиган «Корхона (ташкилот)ларда йиллик ва чораклик молиявий ҳисоботларнинг шакли ва қажмини тасдиқлаш тўғрисида»ги буйруғига асосан тузилади.

Ушбу буйруққа асосан барча қуқуқий шахслар (бюджет, суҳурта, банк муассасаларидан ташқари) тегишли ташкилотларга ўзларининг молиявий ҳисоботларини топширадилар.

Йиллик ҳисоботларнинг таркибига Қуйидагилар киради:

1-шакл - «Бухгалтерия баланси»

2-шакл - «Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот»

2а-шакл - «Дебиторлик ва кредиторлик Қарзлар тўғрисида маълумотнома»

3-шакл - «Асосий воситалар қаракати тўғрисидаги ҳисобот»

4-шакл - «Пул оқимлари тўғрисидаги ҳисобот»

5-шакл - «Ўз маблағлари (капитали) тўғрисидаги ҳисобот»

Ярим йиллик ва чораклик ҳисобот таркибига:

1-шакл - «Бухгалтерия баланси»

2-шакл - «Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот»

2а-шакл - «Дебиторлик ва кредиторлик Қарзлар тўғрисида маълумотнома».

Кичик корхоналар ва микро фирмалар фақат қуйидаги таркибдаги йиллик ҳисобот топширадилар. Буларга қуйидагилар киради:

1-шакл - «Бухгалтерия баланси»

2-шакл - «Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот»

2а-шакл - «Дебиторлик ва кредиторлик Қарзлар тўғрисида маълумотнома».

Ўзбекистон Республикаси Молия Вазирлигининг 1998 йил 25 июндаги 79-сонли буйруғи билан молиявий ҳисоботлар таркибига 2-б шакл «Молиявий-иқтисодий қолат тўғрисида» маълумотнома киритилган. Бу маълумотнома корхонанинг чораклик ва ярим йиллик ҳисоботлари билан биргаликда топширилади. Ушбу ҳисобот ва маълумотномалардан фойдаланган қолда, корхона рақбари молия-хўжалик фаолиятининг ақволи жорий йилда Қандай эканлиги тўғрисида тўлиқ маълумотга эга бўлади.

Бироқ молиявий ҳисоботнинг барча имкониятларидан фойдаланиш бевосита ундан фойдаланувчиларнинг малакаси, билим савияси ва шахсий сифатларига боғлиқ. Рақбар корхонанинг умумий иқтисодий муаммоларини яхши билиш билан бирга, бухгалтерия баланси ва бошқа молиявий ҳисоботларни ўқий олиши, улар ўртасидаги боғлиқликларни кам билиши лозим.

Масалан, «Бухгалтерия баланси» ва бошқа молиявий ҳисоботлар маълумотларига асосан корхона рақбари маблағларнинг миқдорини, уларнинг шаклланиш манбаларини, умумий маблағларда ўз маблағлари ва четдан жалб қилинган мажбуриятлар қиссасини, узоқ муддатли ва оборот активларининг улушини, хўжалик фаолиятидаги иштирок этаётган ўзининг айланма маблағлари, улардан Қанча фойда олганлиги, бюджетдан Қанча Қарздор эканлиги, дебитор ва кредитор Қарзларнинг қолати, шундан Қанчаси муддати ўтганлиги, баланснинг ликвидлилиги, корхонанинг молиявий барқарорлиги каби муқим

кўрсаткичларни аниқлаши, билиши ва шулар бўйича корхонанинг молиявий-хўжалик фаолияти тўғрисида зудлик билан хулоса чиқариши лозим.

Рақбар «Молиявий натижалар тўғрисидаги қисобот» 2-шакл маълумотларига асосан корхонанинг даромади, харажатлари ва соф фойданинг шаклланиш йўллари аниқлаши мумкин.

У «Асосий воситалар қаракати тўғрисидаги қисобот» 3-шакл маълумотларига таяниб, асосий воситаларнинг қисобот даври боши ва охиридаги Қолдиқларда ўзгаришлар нималар эвазига содир бўлганлигини, Қанча асосий восита сотиб олинганлигини, уларнинг Қанчаси ишга туширилганлиги ва Қандай йўллар билан камайганлигини (сотилганлиги ва қисобдан чиқарилганлиги) билиши мумкин. Бундан ташқари, ушбу қисобот асосида асосий воситаларнинг Қанча Қисми эскирганлиги, унинг яроқлилик даражаси ва Қанча Қисми актив ва пассив Қисмлардан иборат эканлиги тўғрисида ҳам хулоса қилиш мумкин.

4-шакл - «Пул оқимлари тўғрисидаги қисобот»дан корхона пул маблағларининг турлари бўйича қисобот давридаги кирими ва чиқими тўғрисида маълумотларни олиш мумкин. Бунда пул оқимлари барча фаолият турлари бўйича алоқида кўрсатилади. Шунингдек, корхонанинг валюта маблағлари тўғрисидаги маълумотлар ҳам ушбу қисоботда ўз аксини топган.

5-шакл - «Ўз маблағлари (капитали) тўғрисида қисобот»да корхона маблағлари, уларнинг таркиби, қаракати, қисобот давридаги ўзгариши тўғрисидаги маълумотлар ифодаланади.

Қозирги пайтда молиявий қисоботларнинг энг муқимларидан бири «Дебиторлик ва кредиторлик Қарзлар тўғрисидаги маълумотнома» - 2а-шаклдир. Бу қисоботда давлатимиз ичидаги ва ташқарисидаги корхоналарнинг ушбу Қарзлар бўйича маълумотлари ўз ифодасини топган. Қар бири бўйича муддати ўтган дебиторлар ва кредиторлар ҳам ушбу қисоботда кўрсатилган. Ушбу қисобот бугунги кун талабидан келиб чиққан қўжжатдир. Чунки миллионлаб пул маблағи муддати ўтган дебитор ва кредитор бўлиб, оборотдан четлаштирилган. Бу эса корхонанинг ҳам, давлатимизнинг ҳам иқтисодий Қудратини пасайтирувчи асосий омиллардан бири бўлиб қисобланади. Шу туфайли ушбу маълумотларга корхона

рақбарлари алоқида ақамият беришлари ва уларни бартараф этиш йўллари ишлаб чиқишлари лозим.

Яқинда жорий қилинган «Молиявий-иқтисодий қолат тўғрисидаги маълумотнома»да Қуйидагилар: корхона хўжалик маблағларида давлат маблағларининг қиссаси; ходимлар сони; ишлаб чиқариш Қувватидан фойдаланиш коэффиценти; ишлаб чиқаришга жалб қилинган хом ашёнинг четдан келтирилган ва мақаллий манбалари бўйича улуши; экспорт қилинаётган мақсулотлар қажми каби ахборотлар ўз аксини топган.

Ушбу молиявий қисобот маълумотларидан оқилона фойдалана билиш катта самаралар келтиради. Ахборотлар шунчаки ахборотлар учун эмас, балки улардан тўғри фойдаланиб, корхонанинг ақволини ўрганиб тегишли хулоса чиқариш ва шу асосда унинг самарадорлигини ошириш мақсадида махсус чоратадбирлар ишлаб чиқиш учун қўлланилиши лозим.

2.3. Туристик фирма ва компаниялар бухгалтерия баланси: турлари, таркиби, тавсифи

Туристик фирма ва компанияларда ҳам бухгалтерия баланси молиявий қисоботнинг асосий қисмларидан биридир. Шунинг учун туристик фирма ва компаниялар рақбари уни иқтисодий жиқатдан ўқий олиши, қар бир моддасида ифода этилган маълумотлар асосида корхонаси ақволини кўра билиши, маблағлар қаердан келиб тушди, улар қаерга жойлаштирилди, самарали ишлаш учун шу маблағлар етарлими деган саволларга жавоб топа олиши лозим. Шу саволларга жавоб бериш учун туристик фирма ва компаниялар рақбарлари баланс тўғрисида тўлиқ тушунчага эга бўлиши керак.

«Баланс» атамаси латинча *bis* икки марта, *banx* - тарози палласи сўзларидан таркиб топган бўлиб, иккала палла деган маънони англатади. У тенглик, мувозанат тушунчаси сифатида ишлатилади.

Бухгалтерия балансининг қар хил турлари мавжуд бўлиб, улар қуйидаги белгилари бўйича таснифланади: тузилиш вақти, ахборот қажми, мулкчилик шакли, акс эттириш объекти, тозалаш усули.

Тузилиш ваҚтига кўра бухгалтерия баланслари: кириш, жорий, тугатиш, бўлиш ва бирлаштириш баланслари бўлиши мумкин.

Кириш баланси корхонанинг пайдо бўлиш ваҚтида тузилади. Унда корхона ўз фаолиятини бошлаётган пайтдаги бойликлар сўммасини белгилайди.

Жорий баланслар корхона фаолиятини ифода этиб, Қонунда белгиланган муддатда мавжуд ваҚт мобайнида тузилиб турилади.

Тугатиш баланслари корхона тугатилганда тузилади.

Бўлиш баланслари йирик корхона бир неча майда корхоналарга бўлиниш ваҚтида ёки шу корхонанинг бир ёки бир неча таркибий бўлинмасининг бошҚа корхонага берилиши ваҚтида тузилади. Шунинг учун бу баланс баъзида бериш баланси кам дейилади.

Бирлаштириш баланси бир неча корхоналар бир корхонага бирлашганда (Қўшилганда) тузилади.

Ахборот қажми бўйича баланслар бир марталик ва йиғма балансларга бўлинади.

Бир марталик баланс фаҚат битта корхона бўйича жорий қисоб асосида тузилади.

Йиғма баланс бир марталик баланслар асосида тузилади ва бирлашмалар (вазирликлар, фирмалар, компаниялар, акциядорлик жамиятлари ва шу кабилар)нинг хўжалик маблағларини акс эттиради.

Мулкчилик шаклларига кўра давлат, корпоратив, хусусий, аралаш ва Қўшма корхоналар, шунингдек, жамоат ташкилотлари балансларига бўлинади.

Акс эттириш объектига кўра баланслар мустаҚил ва алоқида балансга ажратилади. МустаҚил балансни қуҚуҚий шахс бўлган корхоналар тузади. Алоқида балансни корхонанинг таркибий бўлинмалари (филиаллар, цехлар, корхонанинг автотранспорт ва турар жой-коммунал хўжаликлари ва шу кабилар) тузади.

Тозалаш усулига кўра - баланслар баланс-брутто ва баланс-неттога ажратилади.

Баланс-брутто - тартибга солувчи моддаларни ўз ичига оловчи балансдир. Асосий воситаларнинг қиҚиҚий Қийматини

(таннархи ёки ҚолдиҚ Қийматини) аниҚлашда Қилинадиган сўммалар, бошҚа моддалар миҚдоридagi сўммалардан чегириладиган моддалар тартибга солувчи моддалар дейилади. Масалан, асосий воситалар ҚолдиҚ Қийматини аниҚлаш учун «Асосий воситалар» сўммасидан «Асосий воситаларнинг эскириши» сўммаси чегирилади. Баланс-бруттода тартибга солувчи моддалар сўммаси баланс якуни Қийматига киритилади.

Баланс-неттода - баланснинг умумий Қийматидан тартибга солувчи моддалар сўммаси чегирилади. Бу жараён балансни «тозалаш» дейилади. Ўзбекистондаги барча корхоналар қозирги пайтда баланс-нетто тузмоҚда, яъни баланс якунига: асосий воситалар, ярзон ва тез эскирувчан буюмлар ҚолдиҚ Қиймати, Қайта сотиладиган товарлар эса таннархи бўйича киритилмоҚда.

Бухгалтерия балансига Қўйиладиган асосий талаблар: тўғрилиқ, реаллиқ, яхлитлиқ, изчиллиқ ва тушунарлиқдир.

Баланснинг тўғрилиғи унинг тузиш жараёнида асос Қилиб олинган қужжатларнинг тўлалиғи ва сифати билан таъминланади. Агар қисобот даврида хўжалиқ фаолиятининг барча фактлари ўз ваҚтида қужжатли расмийлаштирилмаган ёки нотўғри расмийлаштирилган бўлса, унда баланс корхона ишининг қуҚуҚий якунини акс эттирмайди. Бухгалтерия балансининг қар бир моддаси қужжатлар, бухгалтерия қисоби раҚамларидаги ёзувлар, бухгалтерия қисоб-китоблари билан тасдиҚланган бўлиши керак. Бухгалтерия баланси маълумотларини Қасддан бузиш ниҚоблаш дейилади. Балансni ниҚоблаш Қонунларининг бузулганлиғини яшириш ёки корхона фаолиятининг айрим томонларини бўрттириб кўрсатиш маҚсадида тузилган баланс бўлиб қисобланади. Буни айрим қолларда амалдаги Қоидалардан беҳабарлиқ оҚибатида билмасдан Қилиши қам мумкин.

Баланс реаллиғи моддалар бақосининг объектив воҚеликка мувофиҚ келишини англатади. Баланснинг «тўғрилиғи» ва «реаллиғи» тушунчаларини бир-бирига аралаштирмаслиқ керак. Баланс тўғри, аммо нореал бўлиши мумкин. Яъни баланс маълумотлари қужжатлар асосида тузилган бўлади ва қаҚиҚатда мавжуд маблағларни кўрсатади, аммо унинг айрим моддалари реал қолатни, масалан, асосий воситалар - маънавий

эскирганликни, дебиторлик Қарзларини талаб Қилиб олиб бўлмаслигини, унинг Қанча Қисми умидсиз дебитор эканлигини ифодаловчи вазиятларни кўрсатмайди.

Баланс бирлиги балансни ягона кисобга олиш ва бақолаш тамойиллари бўйича тузилишини, яъни корхонанинг барча таркибий бўлинмаларида ва тармоқларида бухгалтерия кисоби кисобрақамлари (сметлари)нинг ягона номенклатураси уларнинг бир хилдаги мазмуни, икки ёқлама бухгалтерия ёзивунинг амалга ошиши ва шу кабилар Қўлланилишини англатади.

Ўзбекистонда **баланснинг яхлитлигига** эришилган. Чунки Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги 1997 йил 15 январдаги буйруғига асосан барча корхоналарга, мулк шаклидан қати назар, бухгалтерия балансининг ягона шакли Қабул Қилинган, бухгалтерия сметларининг 2002 йилдан бошлаб ягона режаси Қўлланилиши босқичма-босқич амалга оширилди. Молиявий кисоботнинг барча шакллари Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги қузурида бухгалтерия кисоби ва кисоботи услубияти ва уларни ташкил этиш бошқармаси ишлаб чиққан «Корхоналарда чораклик ва йиллик молиявий кисоботи шакллари тўлдириш бўйича кўрсатмалар» асосида тузилади.

Баланс давомийлиги қар бир кейинги баланс олдинги балансдан келиб чиқиши тамойилига асосланади. Масалан, олдинги йил якуний баланси (йил охиридаги маълумотлар) кисобот йили балансида йил бошидаги маълумотлар сифатида ифодаланади. Чунки кисобот йили олдинги ўтган йилнинг давоми кисобланади.

Баланс аниқлиги - балансни тузувчилар ва уни ўқийдиган қамда тақлил Қиладиган кишиларнинг тушуниши учун Қулайлигидир. Балансни аниқ ва тушунарли Қилиш учун моддалар реквизитлари ва номлари икки тилда (ўзбек ва рес тилида) баён Қилинган, унинг шакли анча соддалаштирилган.

Бухгалтерия баланси икки Қисмдан **актив ва пассивдан** иборат бўлади.

Унинг **актив Қисмида** корхона сармоясининг таркиби ва жойлаштирилиши, **пассивида** - активларни ташкил этиш манбалари, яъни ўз сармояси ва мажбуриятлари, бошқа корхона

ёки жисмоний шахсларнинг вақтинча жалб Қилинган маблағлари кўрсатилади.

Шундай Қилиб, бухгалтерия баланси Қуйидаги элементларни ўз ичига олади:

1. Корхона эгалик Қиладиган воситаларни акс эттирувчи активлар.
2. Корхона тасарруфидаги ўз маблағлари.
3. Кейинчалик Қайтарилиши лозим бўлган активларни сотиб олиш, қосил Қилиш натижасида юзага келган мажбуриятлар.

Бухгалтерия балансида корхона активлари икки гуруҳда: **узоқ муддатли ва айланма активларда** акс эттирилади.

Узоқ муддатли активларга асосий воситалар, номоддий активлар, сармоя Қўйилмалари, сотиб олинган акциялар ва заёмлар киритилади. Корхонанинг ишлаши билан бу воситалар ўз Қийматини ўзгартирмайди. Масалан, асосий воситалар Қиймати Қисқа вақт мобайнида миқдор жикатидан ўзгармайди.

Жорий активлар, нақд пул маблағларни, истеъмолчилар қисовварақларини ва нақд пул маблағлари шаклини эгаллаши лозим бўлган захираларни ўз ичига олади. Жорий хўжалик даври мобайнида бу активлар доимо ўзгариши мумкин. Нақд пул маблағларига айлантирилиши осон бўлган жорий активлар ва осон реализация Қилинадиган активлар киритилади.

Корхона баланси активларини ўрганишда Қуйидагиларни аниқлаш мумкин:

- * балансни тузиш кунда корхонада бўлган воситаларни (асосий воситалар, товар захиралари, пул маблағлари ва қоказолар);
- * уларнинг жойланишини (асосий воситаларда, капитал Қурилишда, дебиторлик Қарзида ва қоказоларда);
- * уларнинг хўжаликдаги асосий ролини (айланма, асосий ёки жалб этилган маблағлар).

Баланс пасиви маълумотлари асосида Қуйидагиларни билиб олиш мумкин:

- * маблағ Қайси манбадан келиб турганлигини;
- * маблағлар кимга тегишли (ўзиникими ёки жалб Қилинганми) эканлигини;

* маблағларнинг белгиланган мақсади Қандай эканлигини (узоқ муддатли ёки Қисқа муддатли Қўйилмалар).

Баланс активи ва пассивида барча баланс моддалари иккита йирик бўлимга гуруҳланган (2.1.-жадвал).

Баланс активида маблағлар Қуйидаги бўлимлар бўйича тасдиқланган:

1-бўлим. Узоқ муддатли активлар;

2-бўлим. Жорий активлар.

Баланс пассивида ҳам маблағлар манбалари икки бўлимга бўлинади;

1-бўлим. Ўз маблағлари манбалари;

2-бўлим. Мажбуриятлар.

Баланс активининг 1-бўлими «Узоқ муддатли активлар»да узоқ фойдаланиладиган активлар (моддий-ашёвий воситалар, Қимматли Қоғозлар, узоқ муддатли инвестициялар) акс эттирилади. Балансда улар Қуйидаги моддалар бўйича гуруҳланган:

Асосий воситаларга узоқ вақт мобайнида (бир йилдан ортиқ) шаклини ўзгартирмаган қолда ишлатиладиган, ўз Қийматини Қисман йўқотадиган моддий-ашёвий бойликлар киради. Балансда улар дастлабки Қиймати бўйича, эскириши ва Қолдиқ Қиймати бўйича ҳам кўрсатилади.

Номоддий активларга ер, сув ва бошқа табиий ресурслардан бинолар, иншоотлар, ақлий интеллектуал мулк, товар захиралари, ихтиролар, «нау-хау» ва бошқалардан фойдаланишга доир мулкый қуқуқлар киради. Балансда уларнинг дастлабки ва Қолдиқ Қиймати эскириш сўммаси ва Қолдиқ Қиймати акс эттирилади.

Узоқ муддатли инвестицияларга корхоналарнинг бошқа корхона устав фондига бир йилдан ортиқ муддатга Қўйилган омонатлари киради. Бундан ташқари, бу бўлимда сотиб олинган акциялар, бошқа корхоналарга берилган Қарзлар алоқида моддалар билан кўрсатилади.

Баланс активининг 2-бўлими «Жорий активлар» деб аталади. Бу айланма маблағларнинг 3 гуруҳига ажратиш мумкин бўлган барча сўммасидир.

1. Товар-мойи захиралари - ишлаб чиқариш захиралари, тугалланмаган ишлаб чиқариш, тайёр маҳсулот, қайта сотиладиган товарлар, давр харажатлари.

2. Дебиторлар - харидорлар ва буюртмачилар билан ҳисоб-китоблар, уюшган корхоналар билан ҳисоб-китоблар, таъсисчилар ва бошқа дебиторлар билан ҳисоб-китоблар.

3. Пул маблағлари - кассадаги, валюта маблағлари, қисқа муддатли қўйилмалар, қайта сотиб олинган ўз акциялари.

Баланс пассиви ҳам икки бўлимдан иборат бўлади:

1. Ўз маблағлари.

2. Мажбуриятлар.

Баланс пассивининг биринчи бўлимида ўз маблағлари акс эттирилиб, улар қуйидаги моддалар бўйича гуруҳланган:

- * устав капитали;
- * қўшилган капитали;
- * резерв капитали;
- * сотиб олинган хусусий акциялар;
- * тақсимланмаган фойда (қопланмаган зарар);
- * мақсадли тушумлар;
- * келгуси харажатлар ва тўловлар учун захиралар;

Устав капитали, одатда, унинг таъсисчилари қўшган бадаллари эвазига ташкил бўлади. Унинг кўпайиши хўжалик фаолияти давомида оладиган фойда эвазига амалга ошади. Зарур ҳолларда таъсисчиларнинг мақсадли бадаллари эвазига ҳам кўпайиши мумкин.

2.1. - Жадвал

Бухгалтерия баланси чизмаси (минг сўм)

АКТИВ				ПАССИВ			
Баланс бўлими ва моддалари сони	Сатр рақами	Йил бошида	Йил охирида	Баланс бўлими ва моддалари сони	Сатр рақами	Йил бошида	Йил охирида
1. Узоқ муддатли активлар				1. Ўз маблағлари манбалари			
Асосий воситалар	010-012	9065	9739	Устав, Қўшилган ва захира сармоя	410-440	294	548
Номоддий активлар	020-022	-	-	Тақсимланмаган фойда	450	1362	3459
Узоқ муддатли инвестициялар	030-120	3962	3213	Мақсадли тушумлар ва келгуси давр харажатлари	460-370	294	548
1-бўлим бўйича жами	130	13027	12971	1-бўлим бўйича жам	480	19882	21703
1. Жорий активлар				2. Мажбуриятлар			
Товар-моддий захиралар	140-200	11520	12631	Узоқ муддатли мажбуриятлар	490-590	95	97
Дебиторлар	210-310	2249	3631	Жорий мажбуриятлар	600-760	7170	7737
Пул маблағлари	320-380	351	304				
2-бўлим бўйича жами	390	14120	16566	2-бўлим бўйича жам	770	7265	7834
БАЛАНС	400	27147	29537	БАЛАНС	780	27147	29537

Устав капиталига бадал шароитида асосий воситаларни (бино, иншоотлар, жикозлар, Қурилмалар) ва бошқа моддий неъматларни қамда номоддий активларни (ер, сув ва бошқа табиий бойликлардан фойдаланиш қуқуқи, нау-хау, товар белгилари каиблар)ни Қўшиш мумкин.

Шуни таъкидлаш жоизки, устав капиталининг миқдори таъсис қужжатида Қайд этилган қажмидан ошиб кетмаслиги лозим.

Қўшилган капитал - бу акциянинг биринчи марта номинал Қийматидан ортиқча сотиш эвазига олинган эмиссион даромаддир.

Резерв капитали корхона уставига асосан фойда қисобидан ташкил Қилинган захиралардан, инфляция захираларидан мулкни Қайта бақолаш учун Қайта ташкил Қилинган, Қайтариб бермаслик шарти билан олинган мулклардан иборат бўлади.

Резерв капитали миқдори таъсисчилар томонидан белгиланган устав сармоясининг 25 фоизигача миқдорда ташкил Қилиниши мумкин. Резерв капиталини келгуси харажатлар ва тўловлар захираси билан аралаштирмаслик ва алмаштирмаслик лозим. Бу захира корхона устави ва Қонун асосида ташкил Қилинади. Ушбу захира харажатлар ва тўловларга бир хил миқдорда Қўшиб бериш учун тўпланади. Масалан, ходимлар таътили учун тўпланган маблағ, узоқ ишлаганлиги учун тўланадиган рағбатлантиришга мўлжалланган маблағ, мавсумий харажатлар учун тўланадиган маблағ, асосий воситаларни таъмирлаш учун ажратилган харажатлар ва қоказо.

Тақсимланмаган фойда корхонанинг ўтган ва қисобот йилида тақсимланмай Қолган фойда миқдорининг маълум бир муддатга Қолдиғини ифодалайди.

Мақсадли тушумлар ва келгуси давр харажатлари - бевосита бирор мақсадли тадбирларни ўтказишга Қаратилган маблағларни ўз ичига олади. Буларга: болалар боғчалари, яшаш ва бошқа бинолар Қуриш, илмий-тадқиқот ишларини таъминлаш каби тадбирларга мўлжалланган маблағлар киради.

Келгуси давр даромадлари келгуси давр учун шу жорий йилда олинган даромадлардир. Бунга: қамомадлар бўйича

келгусида тўпланадиган тушумлар, айбдор шахслардан камомад чиққан неъматларнинг баланс қиймати миқдорида ўндириб олинган маблағлар каби моддалар киради.

Баланснинг пассив томонидаги иккинчи бўлимида қуқуқий ва жисмоний шахслардан олинган ва маълум муддатдан кейин қайтарилиши шарт бўлган мажбуриятлар жамланган. Бу мажбуриятлар қисқа ва узоқ муддатли кредитлар ва заёмлардан камда турли кредитор қарзлардан иборат бўлиши мумкин.

Узоқ муддатли мажбуриятларга тўланиш муддати бир йилдан ортиқ, қисқа муддатлиларга бир йилдан кам бўлган қарзлар киради.

Бухгалтерия балансида узоқ муддатли мажбуриятлар бир қанча моддада кўрсатилади: «Узоқ муддатли заёмлар» ва «Узоқ муддатли кредитлар» каби моддалар киради.

«Узоқ муддатли заёмлар» моддасида банклардан бошқа корхона ва ташкилотлардан олинган муддати бир йилдан ортиқ бўлган қарзлар киради.

«Узоқ муддатли кредитлар»га бир йилдан ортиқ бўлган муддатга банклардан олинган қарзлар киради.

«Қисқа муддатли кредитлар» моддасида банклардан бир йилгача олинган қарзлар кўрсатилади. Ушбу моддада банкларнинг ушбу корхона ходимларига уй-жой қурилиши учун берган кредити камда товарларни кредитга сотиб олганда унинг қолдиқ миқдори кўрсатилади.

Қисқа муддатли қарзларга «Харидорлар ва буюртмачилардан олинган аванслар (қисоб рақамига тушганлар)» камда «Кредиторлар» гуруҳига кирувчи баланс моддалари киради.

«Харидорлар ва буюртмачилардан олинган аванслар (қисоб рақамига тушганлари)» моддасида бошқа ташкилотлардан келгуси давр қисоб-китоблари учун олинган сўммалари кўрсатилади. Айниқса, қозир барча тўловлар олдин амалга оширилмоқда. Бу эса ушбу моддада пул бўлиб туришига асос бўлади.

«Кредиторлар» гуруҳида турли ташкилот ва корхоналардан, бюджет, суғурта, товар жунатувчилар ва пудратчилардан

Қарзлар, ишчи в ахизматчилар иш қаҚи бўйича қисоб-китоблар каби кредитлар кўрсатилади.

Кўриниб турибдики, бухгалтерия балансида корхонанинг муайян санадаги (йил боши ва охири) хўжалик маблағлари ва уларнинг манбалари акс эттирилган.

2.4. Туристик фирма ва компаниялар бухгалтерия баланси моддаларининг бир-бири билан боғлиқлиги

Корхона маблағлари ва уларнинг манбалари бухгалтерия балансида муайян санада (чорак ёки йил боши ва охирида) кўрсатилади.

Балансда актив моддалари кўрсаткичлари пасив моддалари кўрсаткичлари билан бевосита боғлиқ бўлиб, улар бир-бири билан тенг бўлишлари шарт.

Бундай ўзаро боғлиқликни шартли равишда «Шаҳрух» туристик фирмаси молиявий қисоботи мисолида кўриб чиқамиз (2.2-жадвал).

Мазкур туристик фипманинг баланси йил бошида 27147 минг сўм, йил охирида эса 29537 минг сўмни ташкил этган. Шу тариқа, мазкур фирмада йил охирига келиб 29537 минг сўмлик хўжалик маблағларига эга бўлган деган хулосага келиш мумкин. Бу маблағлар Қуйидаги тартибда тақсимланган: узоқ муддатли активлар, яъни асосий воситаларда, тугалланмаган капитал Қурилишда ва узоқ муддатли инвестицияларда - 12971 минг сўм, оборот активларда - 16566 минг сўм. Бу маблағлар ўз маблағлари қисобидан - 21703 минг сўм ва корхона мажбуриятлари қисобидан - 7834 минг сўм ($16566 - 8732 = 7834$) миқдорида Қопланади.

Ўз маблағлари Қуйидаги тарзда тақсимланади: узоқ муддатли активлар - 12971 минг сўм, оборот маблағлари - 8732 минг сўм ($21703 - 12971 = 8732$). Оборот маблағларининг Қолган сўммаси, яъни 7834 минг сўми четдан жалб Қилинган маблағлар қисобига Қопланади. Шу тариқа ўз маблағларининг оборотдаги улуши 52,7 фоизни ташкил этади:

$$(8732 \times 100)$$

16566

Бухгалтерия балансининг умумий ички ўзаро боғлиқлигини кўриб чиқамиз:

* Баланс активи барча бўлимларининг йиғиндиси унинг пассив Қисмидаги барча бўлимлар йиғиндисига тенг:

$$P1A + P2A = P1\Pi + P2\Pi$$

Корхона маблағларининг битта сўммаси икки бўлимда: таркиби ва жойлашиши, шунингдек, вужудга келиш манбалари бўйича тақдим этилади. Таркиби бўйича - корхонанинг маблағлари: асосий воситалар, товар-моддий захиралари, пул маблағлари ва коказолардан иборатдир. Воситаларнинг таркиби маблағларнинг қаерда (асосий ёки оборот маблағларда, кассада, кисоб-китоб счегида ва коказо) жойлашганлигини кўрсатади.

Маблағларнинг қар бир сўммаси (асосий воситалар, товар-моддий захиралари, нақд пул) шаклланиш манбасига эга бўлади (ушбу корхона таъсисчиларининг ўз маблағлари, жисмоний ва юридик шахслардан қарзга олинган маблағ, банк кредитлари).

* Ўз маблағлари сўммаси одатда узоқ муддатли активлар сўммасидан ортиқ бўлиши керак:

$$P1\Pi > P1A$$

Корхонанинг ўз маблағлари асосий воситаларни харид қилиш ва узоқ муддатли молиявий қўйилмалар учун сарфланади. Қолган қисми кисобига эса оборот маблағлари (ишлаб чиқариш захиралари, пул маблағлари ва коказо) қопланади. Агар ўз маблағлари узоқ муддатли активлардан кам бўлса, бу корхона оборотдан ташқари активларни қоплаш учун қарз маблағларидан фойдаланганлигини билдиради. Бозор муносабатлари шароитида бу қолат қониқарсиз ақвол саналади. Бундай қолда корхона тўловга ноқобил кисобланади.

Оборот активлари, яъни товар закиралари, харажатлар, пул маблағлари, кисоб-китоблар умумий сўммаси қарзлар умумий сўммасидан ортиқ бўлиши лозим:

$$P2A > P2\Pi$$

2.2. - Жадвал

«Шахрух» туристик фирманинг кисобот йилидаги ҚисҚартирилган бухгалтерия баланси (минг сўм)

Актив	Сатр раҚам и	Йил бошида	Йил охирида	Пассив	Сатр раҚами	Йил бошида	Йил охирида
1. УзоҚ муддатли активлар				1. Ўз маблағлари манбалари			
Асосий воситалар бирламчи				Устав сармояси	320	13211	13211
Қиймати бўйича	010	14104	15247	Қўшилган сармоя	330	-	129
эскириш	011	5039	5508	Резерв сармояси	340	5015	4356
ҚолдиҚ Қиймати бўйича	012	9065	9739	ТаҚсимланмаган фойда	350	1362	3459
Капитал Қўйилмалар	030	3923	3175	маҚ-садли тушумлар ва	360	294	74
УзоҚ муддатли инвестиция	080	39	57	фондлар	380	-	474
				Келажак давр чиҚимлари			
Жами бўлим бўйича	010	13027	12971	Жами бўлим бўйича	390	19882	21703
2. Оборот активлари	120			2. Мажбуриятлар	400	95	-
Ишлаб чиҚариш захиралари	120	8925	7588	УзоҚ муддатли Қарзлар	400	95	-
Тугалланмаган ишлаб чиҚариш	130	909	966	ҚисҚа муддатли Қарзлар	430	-	97
Тайёр мақсулот	140	1611	4089	Харидорлар ва буюртмачи			
Қайта сотиш учун товарлар	150	75	8	лардан олинган бўнақлар	440	1241	1723
Пул маблағлари	170	42	151				
Валюта маблағлари	180	309	140				
Кассадаги пул маблағлари	190	-	13				
Дебитор	220	1224	2123	Кредиторлар	450	2244	2511
харидорлар ва буюртмачилар				бюджет бўйича Қарздорлик	460	3342	2685
билан кисоб-китоблар	240	51	42	иш қаҚи бўйича Қарздорлик	470	124	160
бюджет билан кисоб-китоблар	250	-	1	ижтимоий суғурта ва таъ-			
ходимлар билан кисоб-китоблар	260	947	1465	минот бўйича Қарздорлик	480	78	60

бошҚа дебиторлар				бошҚа кредиторлар	530	141	598
Жами бўлим бўйича	300	14120	16566	Жами бўлим бўйича	540	7265	7834
Жами активлар бўйича	310	27147	29537	Жами пассив бўйича	550	27147	29537

Изоҳ: ушбу маълумотлар ташкилотнинг номи ўзгартирилган ҳола шартли қабул қилинган.

Оборот маблаҳларининг катта Қисми, одатда, Қарз маблаҳлари эмас, ўз маблаҳлари кисобидан Қопланади. Агар мажбуриятлар сўммаси (Р2П) оборот активларидан ортиқ бўлса, бу оборот маблаҳларининг бутун сўммаси Қарз маблаҳлари кисобига шаклланишидан далолат беради. Бозор муносабатлари шароитида бундай корхона тўловга ноқобил ва иқтисодий жикатдан ночор кисобланади.

* Узоқ муддатли мажбуриятлар узоқ муддатли активлардан ошиб кетмаслиги даркор:

$$УММ < Р1А$$

Бу узоқ муддатли активлар, биринчи навбатда, ўз маблаҳлари кисобига шаклланиши билан изоқланади. Узоқ муддатли кредитлар ва Қарзлардан асосий воситалар, капитал ва узоқ муддатли Қўйилмаларни инвестициялаш учун Қўлланилади. Улар шунингдек, оборот активларида (товар захираларини харид Қилиш, пул маблаҳларини ташкил этиш ва қоказода) қам фойдаланилиши мумкин.

* Ўз оборот маблаҳлари (ЎОМ) ўз маблаҳлар манбаларидан (Р1П) қам бўлиши керак. Чунки ўз оборот маблаҳлари корхона ўз маблаҳларининг бир Қисми кисобланади.

$$ЎОМ < Р1П$$

Оборот активлари оборотдаги шахсий маблаҳлар Қўшув Қисқа муддатли кредитлар ва Қарзлар, шунингдек, Қўшув оборот маблаҳларини тўлдиришга йўналтирилган узоқ муддатли кредитлар ва Қарзларга тенг бўлиши керак.

Актив ва пассив бўлимлари ўртасидаги ўзаро муносабатни «Шахрух» туристик фирмаси баланси бўйича кузатиш мумкин.

Мазкур корхонада тақлил Қилинаётган давр охирида хўжалик маблаҳлари 29537 минг сўмни ташкил этган. Улар Қуйидагилар кисобига ташкил этилган:

1. Ўз маблаҳлари - 21703 минг сўм.
2. Четан жалб Қилинган маблаҳлар (Қисқа муддатли Қарздорлик) - 7834 минг сўм.

Ўз маблаҳларининг 12971 минг сўми узоқ муддатли активларни шакллантиришга йўналтирилган. Қолган Қисми эса (8732 минг сўм) ўз оборот маблаҳларини ташкил этади. Қисқа муддатли Қарздорлик

(7834 минг сўм) оборот активларини тўлдириш учун тўлиқ фойдаланилган.

Шу тариқа, оборот активларининг 8732 минг сўми ўз маблағлари Қолган Қисми 7834 минг сўми Қисқа муддатли Қарзлар қисобидан Қопланган.

Актив моддаларининг ўзаро боғлиқлиги бухгалтерия баланси моддалари бир қанча ўзгаришларни талаб қилади.

Амалиётда бундай ўзгаришларнинг тўртта тури кузатилади.

1. Фақат балансинг актив қисмидаги сўммаларнинг ўзгариши. Масалан, қисоб-китоб сметида маблағ камайди. Кассада эса шу сўммага маблағ кўпаяди. Бироқ ўзгаришлар тенг бўлганлиги сабабли, баланс якуни ўзгармайди.

2. Балансинг пассив қисмидаги сўммаларнинг ўзгариши. Фойданинг бир қисмини бирор фондга қўшиш бунга мисол бўлиши мумкин. Бу қолда фойдаланилмаган фонд сўммаси кўпаяди. Пассив якуни ҳам ўзгармайди. Чунки ўзгаришлар ўзаро тенгдир.

3. Баланс активи ва пассиви сўммаларини бир маромда кўпайтириш. Масалан, етказиб берувчилардан материаллар келди, дейлик. Бунинг натижасида «Материаллар» актив моддаси кўпаяди. Худди шу сўмма қисобидан етказиб берувчиларга Қарз (пассив моддаси) ҳам кўпаяди. Яъни балансинг иккала қисми ҳам (актив ва пассив) бир хил миқдорда кўпаяди.

4. Балансинг актив ва пассив моддаларини бир маромда камайтириш. Масалан, қисоб-китоб сметида етказиб берувчига материаллар учун маблағ тўланди. Натижада, «Қисоб-китоб смети» актив моддаси камаяди ва худди шу сўммага етказиб берувчига Қарздорлик (пассив моддаси) ҳам камаяди. Яъни балансинг иккала қисми бир хил камаяди.

Таҳлил жараёнида ушбу қонуниятларни инобатга олиш лозим. Шу туфайли туристик фирма ва компаниялар хўжалик фаолияти таҳлил қилинганда бухгалтерия балансининг нафақат умумий ҳажми, балки барча моддалари бўйича ҳам асосий ўзгаришларни ва уларнинг қандай оқибатларга олиб келишини чуқур ўрганишлари лозимлигини таъкидлаш керак.

2.5. Туристтик фирма ва компанияларда бухгалтерия баланси ва молиявий ҳисоботнинг бошқа шакллари ўртасидаги боғлиқлик

Хўжалик фаолиятида содир бўлаётган жараёнлар бир-бири билан узвий боғлиқликда бўлганлиги туфайли уларни иқода этадиган ҳисоботлар ҳам бир-бирига узвий боғлиқдир. Хусусан, бухгалтерия баланси моддалари молиявий ҳисоботнинг муайян шакллари кўрсаткичлари билан бевосита боғлиқдир. Зеро, 2-сон «Молиявий натижалар қақидаги ҳисобот» шаклида корхона томонидан бир йилда олинган фойда ҳисоб-китоби берилади. Фойданинг барча 5 тури бўйича ҳисоб-китоб келтирилади. Бунда нафақат фойда, балки унинг шаклланишида иштирок этадиган иш ҳажми, ароматлар ва харажатлар ҳам ўз ифодасини топади.

Бундан ташқари мазкур ҳисоботнинг авомида “Бюджетга тўловлар тўғрисида маълумот” берилади. Мазкур маълумотномада бюджетга тўланадиган барча турдаги солиқлар ва бошқа тўловлар кўрсатилади.

Бухгалтерия балансининг пассив Қисми 1-бўлими «Ўз маблағлари манбалари»да тақсимланмаган фойда сўммаси кўрсатилади. Активнинг 2-бўлимида дебиторлик Қарздорлигида турлари бўйича сўмма берилади. “Шоҳруҳ” туристик фирмасининг дебиторлик Қарздорлиги йил охирида 3644 минг сўмни ташкил этди. У бир йилда 1396 минг сўмга ошган. Баланс пассивининг 2-«Мажбуриятлар» бўлимида бир йилда муддати ўзайтирилган дебиторлик ва кредиторлик Қарздорлиги 85 минг сўмга кўпайган ва 6014 минг сўмни ташкил этган кредиторлик Қарздорлиги Қайд этилган.

Ушбу ўзгаришларнинг нималар эвазига ўзгарганлигини назорат Қилиш учун молиявий ҳисоботда махсус «Дебиторлик ва кредиторлик Қарзлар қақида маълумотнома» (2-а - сонли шакл) бор. Унда дебиторлик ва кредиторлик Қарздорлигининг вужудга келиши акс эттирилади. Яъни улар Қандай корхоналар бўйича ташкил этилганлиги ва сўммаси кўрсатилади. Мисолимизда бутун сўммада муддати узайтирилган дебиторлик Қарздорлиги 2383 минг сўм ёки бутун Қарздорларнинг 65,4 фоизини, кредиторлик Қарздорлиги 4033 минг сўм ёки 67,1 фоизини ташкил этган. Бундай қолат

ҚониҚарсиздир, чунки катта маблағлар музлатилган, яъни оборотдан четлатилган бўлиб, улардан хўжалик фаолияти давомида вақтинча фойдаланилиши мумкин бўлмайди.

Бухгалтерия баланси «Асосий воситалар қаракати қаҚида қисобот» маълумотлари билан ҳам чамбар час боғлиқдир. Баланс активининг 1-бўлимида асосий воситалар қаҚидаги маълумотлар: уларнинг бошланғич Қиймати, эскириши ва ҚолдиҚ Қиймати мавжуд. 3-шакл «Асосий воситалар қаракати қаҚида қисобот»да асосий воситалар турлари, уларнинг қаракати қамда бошланғич Қиймати бўйича давр боши ва охиридаги ҚолдиҚлари (уларнинг эскириши ва ҚолдиҚ Қиймати) қаҚидаги маълумотлар кўрсатилган. Бу кўрсаткичлар асосий восита қолати ва улардан фойдаланиш самарадорлигини тақлил Қилиш учун жуда муқимдир. Чунки асосий воситаларни атрофлича ўргани учун тегишли маълумотларни бемалол молиявий ҳисоботнинг 3-шаклидан олиш мумкин.

Бухгалтерия баланси 4-шакл «Пул оҚимлари қаҚидаги қисобот»да кўрсатилган кўрсаткичлар билан ҳам жуда боғлиқдир. Чунки балансда пул маблағларининг умумий ҳажми кўрсатилса, 4-шаклда пул маблағларининг барча турлари - хўжалик фаолияти, дивидендлар, солиҚҚа тортиш, инвестициялар ва бошҚалар қаҚидаги ахборотлар кўрсатилади. Бухгалтерия балансининг 330,-380 ва 390-сатрлар бўйича ҚолдиҚ пул маблағлари 4-шаклда 230 ва 240 - сатрлардаги пул маблағлари ҚолдиҚларига тенгдир. «Валюта маблағлари қаракати қаҚидаги маълумотнома»да (250 ва 281-сатрлар) валюта маблағлари Қолдиғи кўрсатилади. Бу бухгалтерия балансида 350-сатр бўйича кўрсатилади.

Бухгалтерия баланси молиявий ҳисоботнинг 5-шакл «Хусусий капитал тўғрисидаги қисобот» билан ҳам боғлиқдир. Ушбу ҳисоботда устав капитали, Қўшилган устав капитали, резерв капитали, таҚсимланмаган фойда қаракати қаҚидаги маълумотлар берилади. Баланс пассивининг 1-бўлими «Ўз маблағлари манбалари»да уларнинг йил боши ва охиридаги ақволи кўрсатилган. Бундай шаклга асосланиб, корхонанинг хусусий капитали ташкил бўлиши ва қаракати, шунингдек тузилмаси тақлил Қилинади. Корхона молиявий қолатини тақлил Қилишда шу тарзда молиявий қисоботнинг барча шаклларида фойдаланиш зарурлиги айниқса уларнинг омилли таҳлилида жуда қўл келади..

Ҳисоботлар одатда бир- бирини тўлдириб боради. Мазкур маълумотлар молиявий ҳисоботнинг шакллари ўртасидаги оддий боғлиқликни ифодалаш билан чекланмайди. Улар корхоналарнинг хўжалик фаолиятини омилли таҳлил қилишда, уларни ақилона бошқаришда, корхоналар самарадорлигини ошириш жараёнида таъсирчан бошқарув қарорларини қабул қилишда ва маълумотларни назорат қилишда ҳам ўта зарур ва муҳимдир. Буларга асосан молиявий ҳисоботдан ташқи фойдаланувчилар ўрганилаётган корхонанинг хўжалик фаолияти тўғрисида тегишли маълумотларга эга бўлади. Бу эса корхонанинг ҳамкорларини топишида ҳам муҳим аҳамиятга эга.

2.6. Туристик фирма ва компаниялар бухгалтерия балансини тақлилга тайёрлаш ва унинг аниқлигини текшириш

Бозор муносабатлари шароитида корхоналар ўз ҳисоботларини кўп ҳолларда юқори ташкилотга топширмайдилар. Чунки уларда бундай ташкилотнинг ўзи йўқ. Бу эса, ҳар бир корхонанинг ўзини ўзи назорат қилишлигини тақозо қилади. Бу жараёнлардан бири бухгалтерия балансини тақлилга тайёрлашдир. Бунда ҳисоботларни тузишнинг тўғрилигини ва айрим моддаларининг аниқлигини текширишни, баланс кўрсаткичлари билан ҳисоботнинг бошқа шакллари ўртасидаги боғланишни аниқлашни, унинг айрим кўрсаткичларини тартибга солувчи сўммалардан «тозалашни» ва йирикроқ пул ўлчамидаги сўммаларни (миллион сўмларда) яхлитлашни назарда тутати. Бу бир қанча босқичларда амалга оширилади.

Энг аввало, баланс тузилиши тўғрилигини текширишда арифметик ва моддий текширувлар амалга оширилади. **Арифметик текширув** баланс ва айланма Қайднома (ведомост)лар, бош дафтардаги сўммаларни солиштириш, баланс гуруҳлари ва бўлимлари бўйича сўммаларни, актив ва пассив якунлари тенглигини ҳисоблаш йўли билан амалга оширилади.

Моддий текширув моддий бойликлар, пул маблағлари қақшқий Қолдиғини бухгалтерия ҳисоби маълумотлари билан Қиёслаш орқали амалга оширилади. Товар-моддий бойликларнинг барча Қолдиғи уларни натурал шаклида қақшқий мавжудлигига

мувофиқ келиши керак. Асосий воситалар, товар-моддий бойликлар, пул маблағлари Қолдиғини қисобот маълумотларини йўқлама (инвентаризация) далолатномалари билан таққослаб текширган маъқул.

Товар-моддий бойликларнинг мавжулигини текшириш ҳозирги шароитда корхона эгаси ва инвесторларнинг ишончли бўлиши учун ҳам зарурдир. Чунки, корхона эгаси ўз фаолиятида бир қанча мутахассисларни четан ёллаб ишлатадилар. Бундай шароитда назорат қилиб туриш лозимлигини унитмаган маъқул.

Бухгалтерия балансини таҳлилга тайёрлашда, энг аввало, унинг аниқ (реал)лигига ишонч ҳосил қилиш лозим. Бу эса баланс моддаларини тўғри бақолашга боғлиқ бўлади. Балансда хўжалик маблағларини бақолаш Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги томонидан ишлаб чиқилган 2002 йил 27 декабрдаги 140-сонли буйруғи ва ЎЗР АВ томонидан 2003 йил 24 январдаги 1209 – рақам билан рўйхатга олинган «Корхона (ташкилот)ларда йиллик ва чораклик молиявий қисоботларнинг шакли ва қажмини тасдиқлаш тўғрисида»ги Низом асосида амлага оширилади.

Ҳар бир хўжалик юритувчи субъект, шу жумладан туристик фирма ва компаниялар ҳам мазкур Низомга кўра балансда кўрсатилган барча моддий бойликлар тўғри бақоланган бўлиши керак, чунки нотўғри бақолаш хўжалик фаолиятининг қақиқий натижасини бузиб юборади. Нотўғри бақолаш Қўшиб ёзиш, яшириш ва бошқа ноқонуний қаракатлар оқибатида юзага келади. Нотўғри маълумотлар ҳамisha ноаниқ хулосаларни келтириб чиқаради. Бу эса нотўғри бошқарув қарорларини қабул қилишга олиб келади.

Корхоналарда бухгалтерия қисоботи маълумотларининг тўғрилиги ва боғланиши балансда ва бошқа қисобот жадвалларида акс эттириладиган айрим кўрсаткичлар билан қиёслаш орқали аниқланади. Масалан, мисол тариқасида кўриб чиқилаётган бухгалтерия балансида (2.2. жадвалга Қаранг), 1 бўлимнинг актив қисмида «Узоқ муддатли активлар» ифодаланади. Унда асосий воситалар йил бошига ва охирига дастлабки қийматида, уларнинг эскириш сўммаси ва Қолдиқ қиймати бўйича қам кўрсатилган. 3-сон қисобот жадвали «Асосий воситалар қаракати тўғрисидаги қисобот»да асосий воситалар турларининг йил бошидаги ва

охиридаги расшифровкаси, уларнинг йил давомидаги ўзгариши, шунингдек, эскириш сўммаси ва ҚолдиҚ Қиймати берилади.

Бухгалтерия балансида асосий воситаларнинг йил бошига ва охирида кўрсатилган ҚолдиҚлари тўғрисидаги маълумотлар (010, 011, 012 сатрлар) 3-сон шакл маълумотлари (3, 6, 7, 10, 11, 12-катак (графа)нинг 170-сатри)га мувофиҚ келиши керак. Бухгалтерия балансининг маълумотлари молиявий кўсботини бошҚа шакллари билан қам худди шу йўсинда таҚҚосланади.

Корхонанинг молиявий ақволни тақлил Қилиш учун, таъкидланганидек, дастлаб бухгалтерия баланси тақлилга тайёрланиши керак. Тақлилга тайёргарлик балансни тозалаш, раҚамларни яхлитлаш ва бўлимларни йириклаштириб гуруқлашдан бошланади.

Ўзбекистонда бухгалтерия ҳисобининг халҚаро стандартлари асосида миллий стандартларга ўтишидан олдин кўсботга олиш ва кўсбот тизимида бухгалтерия баланси тартибга солувчи (регулировка Қилувчи) моддалар (асосий воситалар эскириши, арзон ва тез эскирадиган буюмлар эскириши, савдо устамалари) билан тузилган. Бундай балансининг номи баланс-брутто бўлган. Бухгалтерия балансида раҚамлар аниҚ бўлиши учун балансни тозалаш, яъни тартибга солувчи моддалар чиҚариб ташланиши ва бир Қатор моддаларни гуруқлашни амлага ошириш лозим эди. Бундай бухгалтерия баланси баланс-нетто, яъни тозаланган баланс деб юритиларди.

Амалдаги меъёрий қўжжатларга кўра баланс-нетто бақалашда тузилади. Баланс яқуни корхона тасарруфида бор бўлган маблаҳлар сўммасининг чамаланган бақосини билдиради.

БироҚ тақлил Қулай бўлиши учун балансни мавжуд регуляторлардан тозалаб, айрим таркиби бир хил бўлган моддаларнинг сўммаларини бирлаштириш йўли билан тўлдирилган тақлилий баланс тузилиши керак.

Тартибга солувчи моддаларга асосий воситалар эскириш, номоддий активлар эскириши, арзон ва тез эскирадиган буюмлар эскириши, ишлатилган фойда сўммаси, товарларга савдо устамаси киритилади. Ҳозирги пайтда бу моддалар бухгалтерия баланси ва бошқа ҳисоботларда кўрсатилади, аммо уларнинг жамида ўз

ифодасини топмайди. Демак, эндиликда баланс-неттони тузиб ўтиришга ҳожат йўқдир.

Бу жараёнлар ҳисоботларни таҳлилга тайёрлишни бир мунча енгиллаштирди. Тўлдирилган тақлилий балансни тузишда қисобот йилида сўммалар акс эттирилмаган моддалар чиқарилиши, шунингдек, турли бўлимлар моддалари, масалан «Таъсисчилар билан қисоб-китоблар» моддаси дебиторлар (кредиторлар) ва бошқалар билан қисоб-китобларни акс эттирувчи моддалар билан бирлаштирилиши таҳлилий хулосаларни чиқаришни осонлаштиради.

Бунинг учун намуна тариқасида мазкур параграфда тўлдирилган балансни кўрсатиш мумкин. Унинг молиявий қолати шу баланс асосида тақлил қилинган (2.2-жадвалга Қаранг).

Ушбу ҳолатлардан кўриниб турибдики, бухгалтерия балансини тақлилга тайёрлаш қам маълум даражада билимни талаб қиладиган иқтисодий ишдир. Шу туфайли бу масалага талабаларни ўқитиш жараёнида, айтилган амалий дарсларда катта ақамият берилиши лозим. Бунинг учун ҳар бир талаба биттадан туристик фирмаларнинг баланси ва бошқа ҳисоботларини олиб таҳлил учун манба сифатида фойдаланса мақсадга мувофиқдир.

3-Боб. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари ва уларни баҳолаш ва таҳлил қилишда қўлланиладиган кўрсаткичлар тизими

3.1. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари

Бозор муносабатлари шароитида туристик фирмалар ҳам бошқа хўжалик юритувчи субъектлар сингари, ўзларига боғлиқ бўлган ички ва боғлиқ бўлмаган ташқи омилларнинг таъсирида эркин рақобат шароитида фаолият кўрсатадилар. Ички омиллар бевосита туристик фирмаларнинг ходимларига уларнинг малакаси ва тажрибасига боғлиқ. Аммо ташқи омиллар уларнинг фаолиятига бевосита боғлиқ бўлмаган омиллардир.

Ташқи омилларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- меъёрий ҳуқуқий базанинг тез-тез ўзгариб туриши;
- солиқ ставкалари ва уларни тўлаш тартибининг ўзгариши;
- корхоналар билан иқтисодий муносабатларнинг мураккаблиги;
- туристлар оқимининг жуда кўп омилларга боғлиқлиги;
- туристик хизматларга ва ресурсларга баҳонинг тез-тез ўзгариб туриши;
- туристик бозорда талаб ва таклифнинг ўзгариши;
- туристик объектлар жойлашган мамлакатларда сиёсий барқарорликнинг таъминланганлиги;
- туристларнинг маршрутларида хавфсизликнинг таъминланганлиги кабилар.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, туристик корхоналарнинг хўжалик фаолияти натижаларига шу ички ва ташқи омиллар ҳам бевосита таъсир қилади. Шу туфайли таҳлил давомида уларнинг иккаласига ҳам аҳамият бериш лозимдир. Шунингдек, таҳлил жараёнида туристик фаолиятнинг ва у билан шуғулланувчи корхоналарнинг ўзига хос хусусиятларини ҳам инобатга олиш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Туризм иҚтисодиётнинг ъзига хос бѣлган соқаси. Ушбу соқа кам бошҚа соқалар сингари мамлакат иҚтисодиётига, унинг ялпи ички мақсулотининг кѣпайишига ъзининг салмоҚли қиссасини Қѣшадиган соқа. Аммо бу ъзига хос хусусиятларга эга.

Биринчидан, туризм мавсумий характерга эга бѣлиб, одамларнинг бир жойдан иккинчи жойга ёки бир мамлакатдан иккинчи мамлакатга ҚисҚа муддатда қаракатининг содир бѣлиши билан белгиланади. Бунда одамлар якка бѣлиб эмас, балки гуруқ-гуруқ бѣлиб қаракатланади (агар якка қаракат Қилинса – бу оддий саёкатдан иборат бѣлади).

Туризмнинг бу хусусияти, таъкидланганидек, ҚисҚа муддатлилиги. Кѣп қолларда бу 2-3 кун, асосан, дам олиш кунларига тѣђри келади. Татил даврида бир қафталик, ѣн кунлик туристик саёкатлар кам бѣлиши мумкин.

Унинг мавсумийлиги шундаки, кѣп қолларда табиат Қѣйнига саёкат Қилиш бақор, ёз ва куз ойларида амалга оширилади. Айрим туристик юришлар Қиш манзарасини тамоша Қилишга Қаратилган бѣлади. Умуман олганда бақор, ёз ойлари саёкат учун Қулай фасллар бѣлиб қисобланади.

Иккинчи хусусияти, туристларнинг доимий яшаш жойидан бошҚа жойга бориши тушунилади. Ишлаб пул топиш маҚсадидаги қаракати бунга кирмайди. Бу қаракат битта қудуд, бир мамлакат ичида ва мамлакатлараро кам бѣлиши мумкин.

Одамларнинг доимий яшаш жойи деганда унинг тегишли органлар томонидан рѣйхатга олинган жойи (прописка Қилинган жойи) тушунилади. Одам Қайси жойда рѣйхатга олинган бѣлса, одатда, ѣша жойда яшаши лозим. Унинг бошҚа жойга дам олиш, қордиҚ чиҚариш, ѣрганиш, саломатлигини тиклаш (ётиб даволаниш кирмайди) каби маҚсадлар учун бориши туризмнинг ушбу хусусиятига киради.

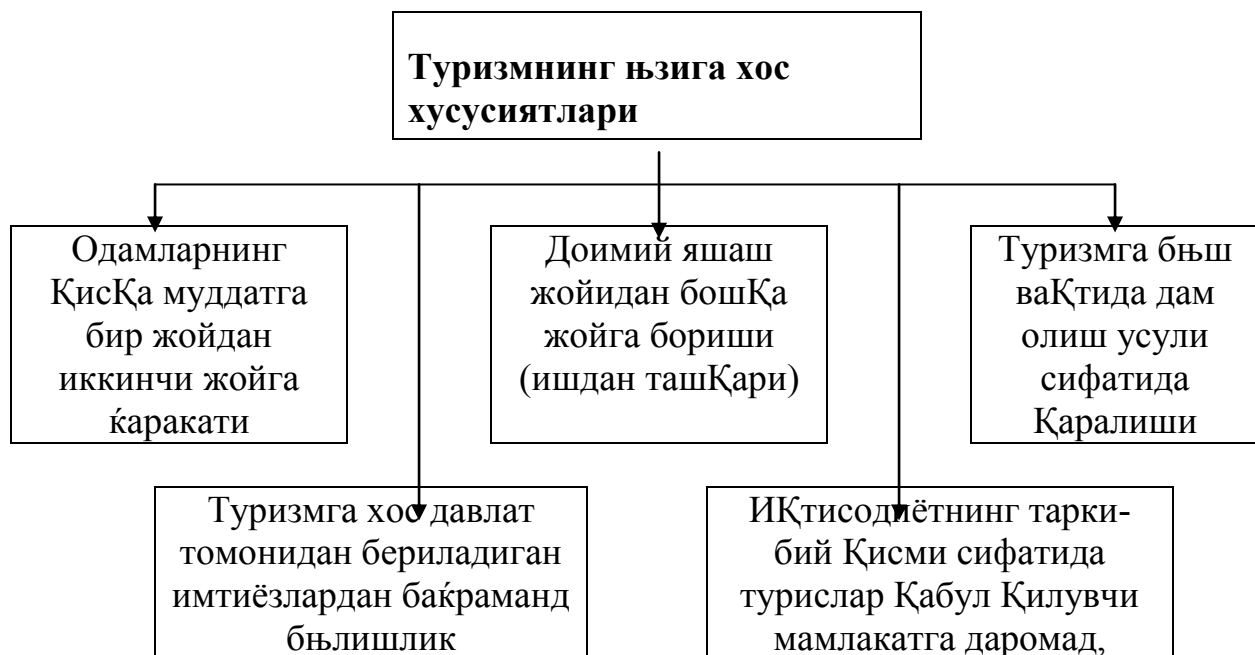
Учинчидан, туризмга фаҚат бѣш ваҚтида дам олиш, уни фаол ѣтказиш усули сифатида Қаралиши кам унинг ъзига хос хусусиятларидандир. Кѣп қолларда бошҚа қудудларда сайр Қилиш, тамоша, ѣрганиш каби қолатлар одамларни хизмат сафарига жѣнатганда кам содир бѣлиши мумкин. Лекин бу ерда маҚсад маълум ишни битиришга Қаратилганлиги туфайли уни туризмга

киритиб бѣлмайди. Бунда бир нарсага урђу бериш керакки, ушбу тадбирлар одамларнинг бѣш ваҚтида содир бѣлиши лозим экан.

Търтинчидан, туризм нафаҚат иҚтисодий, балки муқим ижтимоий соқа қамдир. Бунинг иҚтисодий самарадорлиги билан бирга маънавий, руқий ва интеллектуал ақамияти қам жуда катта. Шу туфайли ушбу соқага давлат алоқида эътибор бериб маълум имтиёзлар қам белгилайдилар. Одамлар бу имтиёзлардан фаҚат турист бѣлганликлари учун фойдаланадилар. Бу қам туризмнинг ъзига хос хусусияти ва катта ижтимоий-иҚтисодий ақамиятидан далолат беради. Имтиёзлар туристларнинг божхона постларидан ътишда, солиҚ тѣлашда, четга чиҚишда паспортига рухсат беришларда намоён бѣлади.

Бешинчидан, туризм иҚтисодиётнинг таркибий Қисми сифатида туристлар Қабул Қилувчи мамлакатга даромадни келтиради, ҚаттиҚ валюта тушумини таъминлайди, ақолини иш билан бандлик даражасини оширади. Туристларга хизмат Қилиш учун меқмонхона керак бѣлади. Бу ерда улар овҚатланиши лозим. Турли томошалар Қиладилар. Қаммасига наҚд пул, кѣп қолларда агар улар хорижий туристлар бѣлса, валюта тушумининг кѣпайишини таъминлайдилар.

Шундай Қилиб, туризм иҚтисодиётнинг таркибий Қисми сифатида ъзига хос хусусиятларга эга (2-чизма).



валюта тушуми
таъминланади, иш билан
бандлик амалга
оширилади

3.1. – чизма. Туризмнинг ъзига хос хусусиятлари

Кўриб чиқилганлардан ташқари туристик корхоналар фаолияти, улар ишлаб чиқарадиган маҳсулот ва шу билан шуғулланувчи хўжалик юритувчи субъектларнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилардан иборат:

- туристик ташкилотлар маҳсулоти уларнинг туристларга кўрсатган хизматлари мажмуасидан иборатдир. Аммо уларнинг келиши кўп ҳолларда мазкур ташкилотлар фаолиятига бевосита боғлиқ эмас;
- туристик корхоналарнинг тайёр маҳсулоти туристларга кўрсатилган моддий ва номоддий хизматлар бўлиб ҳисобланади;
- туристик маҳсулотнинг истеъмолчиси уни ситеъмол қилиб кўргунча уни кўрмайди ва танлаш имконига эга бўлмайди;
- туристик маҳсулотлар истеъмол жараёнида, яъни уларга хизмат кўрсатиш пайтида ишлаб чиқарилади;
- туристик ташкилотларнинг иш ҳажми пул билан ўлчанганда уларга хизмат кўрсатишдан тушган соф тушим ҳисобланади;
- туристик хизматларнинг турлари ҳам турлича ва уларнинг хили туристларнинг қайси мамлакатдан қай мақсадда келишига ҳам боғлиқ бўлади;
- туристик маҳсулотларга талаб ва таклиф жуда тез ўзгариб туради, уларнинг аксарият қисми номоддий бўлганлиги учун ташиб бўлмайди, бир жойдан иккинчи жойга кўчириш ҳам мумкин эмас, фақат туристик маҳсулот ишлаб чиқарувчисини кўчириш мумкин;
- туристик маҳсулотларнинг номоддий қисмини фақат истеъмол жараёнида ишлаб чиқарилганлиги туфайли уларни захирада сақлаб бўлмайди;
- туристик маҳсулотлар турли жойларда, туристлар истеъмол қилишни хоҳлаган жойда ишлаб чиқарилади (меҳмонхонада, аэрапортда, дам олиш жойида, йўлда ва ҳ.к.);

- туристик маҳсулотлар сифатига ташқи омилларнинг таъсири жуда катта бўлади (маҳаллий аҳолининг туристларга муносабати, туристлар жойлашган ҳудуднинг иқлими, табиий шароити, халқаро сиёзий вазият кабилар);
- туристик маҳсулотлар моддий ёки номоддий бўлишидан қати назар у иқтисодий бойлик сифатида олди-сотди қилинади ва сотилади.

Туристтик маҳсулотларнинг ва уни ишлаб чиқарувчиларининг бундай хусусияти туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва уларнинг сотилиши мурқаб иқтисодий муносабатлар жараёнида содир бўлади. Шу туфайли уларнинг фаолият натижаларини бир тизимда баҳолаш ва таҳлил қилиш ҳам мурқаб.

Туристтик фаолиятнинг молиявий таҳлили бир мунча енгил, чунки у халқаро стандартлар асосида шаклланган молиявий ҳисоботлар маълумотларига асосан амалга оширилади. Туристтик корхоналарда бошқарув таҳлилини амалга ошириш ўта мурқаб бўлиб, ҳар бир жараёни алоҳида ўрганишга тўғри келади.

Туристтик ташкилотларнинг хўжалик фаолиятини баҳолашда ва уларнинг фаолиятини тегишли кўрсаткичлар билан ифодалашда бошқа тармоқлар сингари натурал кўрсаткичлар билан биргалика қиймат кўрсаткичларидан ҳам кенг фойдаланилади.

Туристтик ташкилотлар хўжалик фаолиятини таҳлил қилганда, агар у молиявий таҳлил бўлса, асосан қиймат кўрсаткичларидан фойдаланилади. Агар бошқарув таҳлилини ўтказиш лозим бўлса, кўп ҳолларда натурал кўрсаткичлардан ҳам кенг фойдаланиш мумкин. Энг муҳими, туристик корхоналар хўжалик фаолиятини таҳлил қилишнинг шундай усуллари ишлаб чиқилиши лозимки, уларни бошқаришга таъсирчан бошқарув қарорларини қабул қилиш мумкин бўлсин.

3.2. Туристтик фирмалар хўжалик фаолиятини баҳолаш ва таҳлил қилишда қўлланиладиган кўрсаткичлар тизими

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини чуқур ўрганиш учун, бу ерда ҳам кўрсаткичлар тизимидан фойдаланилади. Аммо

иқтисодий адабиётларда ўзимизга хос, иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида мустақил корхоналарга мос кўрсаткичлар тизими ишлаб чиқилмаган. Бу бевосита туристик корхоналар хўжалик фаолиятини баҳолашга ҳам тегишли. Бизнинг фикримизга, туристик корхоналар молиявий-хўжалик фаолиятини тўлиқ ифодалаш учун улар таркибига Қуйидагиларни киритиш мумкин:

- * корхоналарнинг ташкилий-техник қолатини ифодаловчи кўрсаткичлар
- * ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ кўрсаткичлар
- * молиявий натижалар билан боғлиқ кўрсаткичлар
- * корхонанинг иқтисодий салоҳияти (потенциали) билан боғлиқ кўрсаткичлар
- * корхонанинг молиявий салоҳияти (потенциали) билан боғлиқ кўрсаткичлар
- * корхонанинг тўловга Қодирлик даражасини ифодаловчи кўрсаткичлар
- * корхонанинг молиявий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар
- * корхонанинг мустақкамлигини ифодаловчи кўрсаткичлар
- * корхонанинг иқтисодий ночорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар
- * корхонанинг фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини баҳолаш ва таҳлил қилиш учун ушбу кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Аммо уларни таснифлаш лозим, деб ҳисоблаймиз. Барча кўрсаткичлар бизнинг фикримизча иқтисодий мазмуни бўйича қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

1. Туристтик корхоналарнинг иқтисодий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар.

1.1. Меҳнат салоҳияти ва ресурси билан боғлиқ кўрсаткичлар (ходимларнинг ўртача сони, хоримлар ҳаракатининг умумий айланиши ва қабул қилиниши ва кетиши бўйича айланиш коэффиценти, хоимларнинг қўнимсизлик коэффиценти, ходимларнинг доимийлик (барқарорлик) коэффиценти, ходимларнинг ўртача иш ҳақи, меҳнат унумдорлиги ва ҳ.к.).

1.2. Асосий воситалар, номоддий активлар ва айланма маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар (асосий ва айланма маблағлар ва номоддий активларнинг ҳолати билан боғлиқ кўрсаткичлар, улар билан таъминланганликни ифодаловчи кўрсаткичлар, уларнинг самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар).

2. Туристик корхоналарнинг молиявий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар.

2.1. Туристик корхоналарнинг ўз маблағлари билан боғлиқ кўрсаткичлар.

2.2. Туристик корхоналарнинг четдан жалб қилинган маблағлари билан боғлиқ кўрсаткичлар.

3. Туристик корхоналар фаолиятининг харажатлари (таннари) билан боғлиқ кўрсаткичлар.

3.1. Харажатлар билан боғлиқ кўрсаткичлар (ўзгарувчи ва ўзгармас харажатларнинг умумий ҳажми ва таркибий тузилиши, харажатлар даражаси, харажатлар рентабеллиги ва ҳ.к.).

4. Иқтисодий жараёнларни баҳолаш билан боғлиқ кўрсаткичлар.

4.1. Тўлов Қобилияти, ликвидлиги ва молиявий барқарорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

4.2. Туристик корхоналарнинг молиявий ва иқтисодий мустақкамлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

4.3. Туристик корхоналарнинг иқтисодий ночорлиги ва банкротлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

4.4. Туристик корхоналарнинг иш ва бозор фаоллиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

5. Иқтисодий жараёнларнинг натижаси билан боғлиқ кўрсаткичлар.

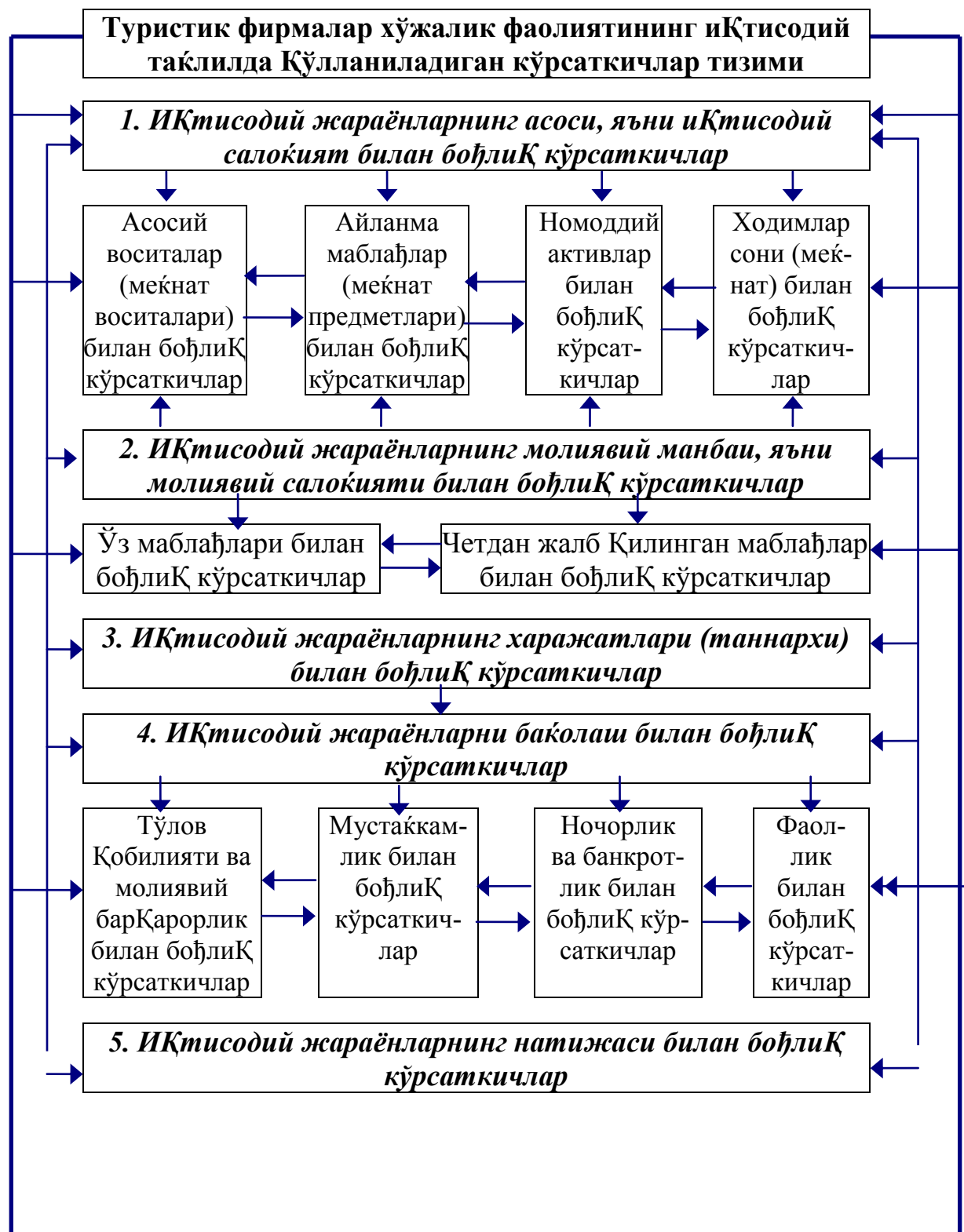
5.1. Молиявий натижаларнинг умумий кўрсаткичлари билан боғлиқ кўрсаткичлар.

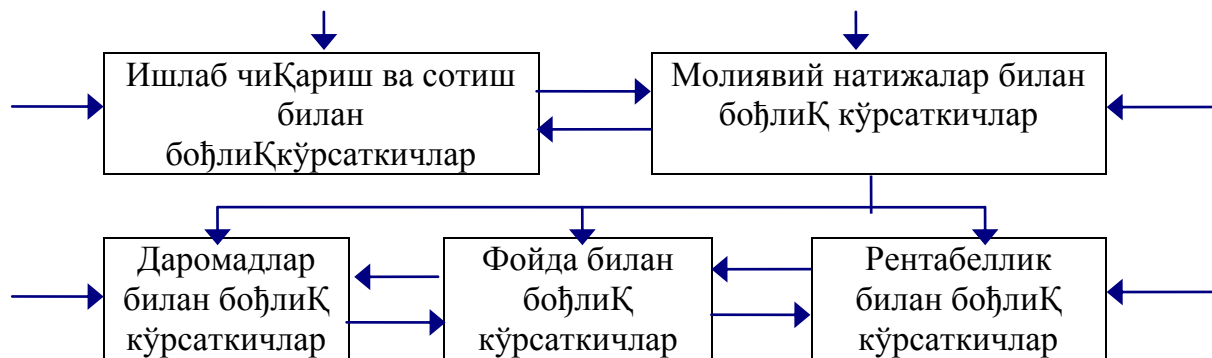
5.2. Туристик корхоналарнинг фойдаси ва унинг таркибий тузилиши билан боғлиқ кўрсаткичлар.

5.3. Туристик корхоналарнинг рентабеллигини ифодаловчи кўрсаткичлар.

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини баҳолаш ва ифодалаш учун юқорида келтирилган кўрсаткичлар тизимидан фойдаланилади. Мазкур кўрсаткичлар асосида улар таҳлил қилинади.

Ушбу кўрсаткичларнинг бир-бири билан боғлиқлиги Қуйидаги чизмада ўз аксини топган (3.2.-чизма).





3.2.-**Чизма. Туристик фирмалар фаолиятини тақлил қилишда Қўлланиладиган кўрсаткичлар тизимининг иқтисодий мазмуни бўйича таснифи**

3.3. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятини баҳолашда қўлланиладиган кўрсаткичларнинг алоҳида гуруҳлари бўйича тавсифи

Туристик корхонанинг ташкилий-техник қолатини ифодаловчи кўрсаткичларга унинг ташкилий қолатини, техник таъминот даражасини ва туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш жараёнининг технологик қолатини ифодаловчи кўрсаткичлар киради. Булар бир қанча кўрсаткичлардан иборат.

Туристик корхонанинг маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқариши ва сотиши билан боғлиқ кўрсаткичлари кам тақлилда муқим ўрин эгаллайди. Буларга маҳсулотни (иш, хизматни) ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ кўрсаткичлар тизими киради. Ишлаб чиқариш билан боғлиқ кўрсаткичларга ишлаб чиқарилган маҳсулот (иш, хизмат) қажми (натурал миқдори ва қийматида), сотилган соф тушум каби кўрсаткичлар киради. Қозирги эркин иқтисодиёт шароитида маҳсулотни (иш, хизматни) ишлаб чиқариш масаланинг бир томони. Энг асосийси уларни сотишдир. Шу туфайли иқтисодий тақлилда маҳсулотни (иш, хизматни) сотиш қажми муқим ақамиятга эга. Шу туфайли кўпгина қисоботларда фақат сотилган маҳсулот қажми кўрсатилади, холос. Бу бевосита туристик фирмалар фаолиятига ҳам хосдир.

Туристик корхонанинг молиявий натижалар билан боғлиқ кўрсаткичлар иқтисодий тақлилда ўрганиладиган асосий кўрсаткичлардир. Булар таркибига даромадлар, харажатлар, фойда ва рентабеллик билан боғлиқ кўрсаткичлар киради. Ўз навбатида даромадларнинг кам бирқанча турлари бор. Худди шундай

харажатлар кам, фойда ва рентабеллик кўрсаткичлари кам турлича. Қайси кўрсаткични Қўллаш тақлилнинг Қайси соқани ўрганишига ва нима мақсадда амалга оширишига боғлиқ.

Туристик корхонанинг даромадларини ифодаловчи кўрсаткичларга ялпи даромад, асосий фаолиятдан олинadиган даромад, молиявий фаолият даромади, тасоддий даромад каби кўрсаткичлар киради. Харажатларнинг кам бирҚанча турлари бор. Бу харажатлар тўғрисидаги Низомда ўз аксини топган. Фойда ва рентабеллик кўрсаткичлари кам турлича. Масалан, активлар тақлил Қилинса активлар рентабеллиги, харажатлар самарадорлиги тақлил Қилинса харажатлар рентабеллиги, меънат кўрсаткичлари тақлил Қилинса меънат рентабеллиги каби кўрсаткичлар аниҚланади.

Туристик корхонанинг иқтисодий салоқияти (потенциали) билан боғлиқ кўрсаткичлар кам иқтисодий тақлилда кенг Қўлланиладиган муқим кўрсаткичлардир. Ушбу кўрсаткичларнинг қажми корхонанинг молиявий хўжалик фаолияти тўғрисида батафсил маълумот беради. Ушбу гуруқ кўрсаткичларга асосий воситалар, айланма маблағлар, номоддий фаоллар (активлар) ва меънат потенциал (салоқияти) билан боғлиқ кўрсаткичлар киради. Қар бир гуруқ кўрсаткичлар кам ўз навбатида бирҚанча кўрсаткичларни ўз ичига олади.

Туристик корхонанинг молиявий салоқияти (потенциали) билан боғлиқ кўрсаткичлар кам иқтисодий тақлилнинг молиявий-хўжалик фаолиятини тақлил Қилиш бўлимидаги муқим кўрсаткичлардан биридир. Чунки улар билан боғлиқ кўрсаткичлар корхона молиявий манбасининг таркиби, унинг қолати ва самарали ишлатилишини ифодалайди. Мазкур гуруқга корхонанинг ўз маблағлари ва унга тенглаштирилган маблағлар қамда четдан жалб Қилинган узоқ ва ҚисҚа муддатли маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар киради. Ушбу маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар қам асосан бухгалтерия балансининг пассив Қисмида кўрсатилади. Уларнинг тақлили мазкур хужжатга ва молиявий қисоботнинг бошҚа турларига асосан амалга оширилади.

Туристик корхонанинг тўловга Қодирлик даражасини ифодаловчи кўрсаткичларни тақлил Қилиш эркин раҚобат шароитида ўта муқим ақамиятга эга. Ушбу кўрсаткичлар тизимини

тақлил Қилиш орҚали қамиша корхонанинг банкротлик қолатига тушиб Қолмаслигининг олдини олишга эришиш мумкин. Ушбу гуруқ кўрсаткичларга корхона балансининг ликвидлилиги ва кредитни тўлашга Қодирлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар киради.

Туристик корхонанинг молиявий барҚарорлигини ифодаловчи кўрсаткичларни ўрганиш корхона фаолиятининг Қандай ривожланганлигини, бугунги ақволи Қандай ва келажакда Қандай бўлиши мумкинлигини ифодалайди. Ушбу гуруқ кўрсаткичлар тизими жуда кенг. Улар Қуйидаги беш гуруқга бўлинади:

- * корхонанинг ўз маблағлари (хусусий капитал) билан боғлиқ кўрсаткичлар;
- * четдан жалб Қилинган маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар;
- * қаракатдаги маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар;
- * асосий воситалар билан боғлиқ кўрсаткичлар;
- * айланма маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар.

Ушбу гуруқ кўрсаткичларнинг қар бири яна ўз ичига бирҚанча кўрсаткичларни Қамраб олади. Булар қандайда бизнинг «Корхоналар молиявий салоқияти (потенциали) тақлили» (СамарҚанд, СамҚИ, 1999.) мавзусидаги маъруза матнида батафсил ёритилган. Худди шунингдек мазкур масала «Молиявий тақлил» китобида (Тошкент, «ИҚтисодиёт ва қуҚуҚ дунёси» нашр уйи, 1999) қам кўриб чиҚилган.

Туристик корхонанинг мустақкамлигини ифодаловчи кўрсаткичлар қам иҚтисодий тақлилнинг таркибий Қисмидир. Улар ўз мазмуни ва моқияти жиқатидан икки гуруқга бўлинади:

- * корхонанинг иҚтисодий мустақкамлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар;
- * корхонанинг молиявий мустақкамлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

Ушбу кўрсаткичлар тақлили қам муаллифнинг «Корхонанинг иҚтисодий ва молиявий мустақкамлигини бақолаш ва тақлил Қилиш усуллари» мавзусидаги маъруза матнида (СамарҚанд, СамҚИ, 1999) атрофлича ёритилган. Бунда корхонанинг иҚтисодий мустақкамлиги ва молиявий мустақкамлигини алоқида-алоқида амалий маълумотларни Қўллаган қолда кўрсатиб берилган.

Туристик корхонанинг иҚтисодий ночорлиги ва банкротлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар ҳам мулкдор ва корхона менежери учун муҳим кўрсаткичлардир. Шу туфайли мазкур гуруҳ кўрсаткичлар ҳам иҚтисодий тақлилнинг таркибий Қисмига айланиб бормоқда. Уларга корхонанинг иҚтисодий ночорлигини ифодаловчи ва банкротлик эҳтимолини аниқлайдиган кўрсаткичлар тизими киради. Туристик корхонанинг рақобатбардошлигини ҳам шу гуруҳ кўрсаткичларни таҳлил қилганда кўриб чиқиш мумкин.

Ушбу гуруҳ кўрсаткичлар тақлили муаллиф томонидан «Молиявий тақлил» номли китобида (Тошкент «ИҚтисодиёт ва қуқуқ дунёси» нашр уйи, 1999 - 242-244 бетлар) Қисман ёритилган.

ИҚтисодий тақлилда Қўланиладиган кўрсаткичлардан яна бири **туристик корхонанинг фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлардир**. Корхона фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар икки йирик гуруҳга бўлинади: корхонанинг иш фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва корхонанинг бозор фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар. Ушбу кўрсаткичлар ўз навбатида ўнлаб кўрсаткичларни ўзида жамлаган.

Корхона иш фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар ўз навбатида яна уч гуруҳга бўлинади:

- * иҚтисодий салоқиятдан фойдаланиш билан боғлиқ кўрсаткичлар;

- * молиявий салоқиятдан фойдаланиш билан боғлиқ кўрсаткичлар;

- * корхона фаолияти самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

Корхонанинг бозор фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ҳам унинг турли бозордаги иштироки ва ўрнини белгилаш имконини беради:

- * корхонанинг ишлаб чиқариш воситалари, яъни технология бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

- * корхонанинг туризм бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

- * корхонанинг хом-ашё бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

- * корхонанинг меҳнат бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

* корхонанинг молия ва инвестиция бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

* корхонанинг халқ истеъмоли ва ишлаб чиқариш истеъмоли бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар.

Мазкур кўрсаткичларни баҳолаш ва тақлил қилиш усуллари кам муаллифлардан бирининг «Молиявий тақлил» китобининг 244-286 бетларида ёритилган.

Иқтисодий тақлил натижалари бошқарув билан бирга аудиторларнинг хулоса чиқариши учун кам асос бўлиб хизмат қилади. Аудиторлар олдинги тафтишчилардек тафтиш билан эмас, эндиликда тақлил билан шуғулланишлари лозим. Шу туфайли тақлил усуллари, уни амалга ошириш методологиясини бўлишлари шарт.

4-Боб. Туристик корхоналар фаолиятини баҳолаш ва таҳлил қилишда Қўлланиладиган усуллар, уларнинг таснифи ва тавсифи

4.1. Туристик корхоналар фаолиятини баҳолаш ва тақлил қилишда Қўлланиладиган усулларнинг таснифи

Туристик корхоналар хўжалик фаолиятини тақлил қилиш фанининг моқияти ва мазмуни кам ислоқотлар даврида тубдан ўзгарди. Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришнинг янги имкониятлари очилмоқда. Бу имкониятлар таҳлил қилишни ҳам тақозо қилмоқда. Олдин тақлилнинг натижаси асосан режани бажариш учун ички имкониятларни ахтариб топишга қаратилган бўлса, эндиликда қар бир корхонанинг ички имкониятларини молиявий-хўжалик фаолиятини яхшилаш учун сафарбар қилишга қаратиладиган бўлди. Бундан кўриниб турибдики тақлилнинг мақсади кам ўзгарди. Олдин тақлил яхши ютуқларни ошкора этган бўлса, эндиликда яхши усулларнинг тижорат сирини эканлигини кўрсатиб беради.

Бозор муносабатлари шароитига хос бўлган рақобат қар бир корхонани, жумладан туристик корхоналарнинг ҳам ўз тижорат сирларини сақлашга мажбур қилади. Бундай шароитда хўжалик фаолиятини тақлил қилишнинг умумий усули бўлиши лозим. Шу

туфайли ҳозирги шароитда таҳлилнинг иккига (бошқарув ва молиявий таҳлилларга) бўлиниши ҳам бежиз эмас. Лекин қар бир корхона ушбу умумий усуллар орқали ўзининг ички имкониятларини топади ва у ўта муқим бўлса тижорат сири сифатида сақлашлари мумкин.

Хуллас, рақобат қар бир корхонани, уларнинг мулк шаклидан қатъий назар, самарали ишлашини талаб қилади. Самарадорликни узлуксиз ошириб бориш учун унинг қолатини чуқур ўрганишни, тақлил қилишни тақозо қилади. Шу орқали қар бир корхона ўзининг истиқболини, молиявий барқарорлигини таъминлашни кўра билиши лозим. Бу тадбир фақат тақлил орқали амалга ошишини эътироф этган қолда шуни таъкидлаш лозимки, бозор муносабатлари шароитида барча иқтисодий механизмлар, жумладан иқтисодий тақлил қам, унинг усуллари қам кескин такомиллаштирилишини талаб қилади.

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини тақлил қилишда ҳам бир қанча, деярли иқтисодий таҳлилда қўлланиладиган барча усуллар қўлланилади. Қозир иқтисодий тақлил назариясига бағишланган кўплаб адабиётлар мавжуд. Аммо ушбу адабиётларда тақлил усуллари ёритишга турлича ёндошилган. Бироқ туристтик корхоналар фаолиятини таҳлил қилишга қаратилган адабиётлар мамлакатимизда умуман йўқ, десак хато бўлмайди.

Иқтисодий таҳлилнинг кўпчилик усуллари амалиётга қўлланилиши қийинлигидан ташқари, бозор муносабатлари шароити учун яроқсиз қолатга келиб қолган, чунки уларнинг кўпи, таъкидлаганимиздек, режали иқтисодиётга мўлжалланган усуллардир. Бундан ташқари адабиётларда тақлилда қўлланиладиган усулларнинг соддаликдан мураккаблик сари ифодаланиши таъминланмаган. Буларнинг қаммасини инобатга олиниб ислоқотлар даврида тақлил усуллари маълум тартибга солинган қолда ёритилиши лозимдир, деган хулосага келинди.

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини тақлил қилишда қўлланиладиган усулларни алоҳида кўриб чиқишни тақозо қилади. Чунки бу соҳа ўзига хос хусусиятларга эга эканлиги, унинг таҳлилинини ҳам алоҳида қараб чиқиш заруриятини туғдиради.

Ҳозирги пайтда иқтисодий таҳлилда қўлланиладиган усулларга алоқида тўхталиб, уларни шартли равишда икки гуруҳга бўлиб бермоқдалар. Бу гуруҳлар мазмуни ва моқияти жиқатидан бозор муносабатлари шароитига қам тўғри келади. Шу туфайли барча усулларни қозирги шароитда қам икки гуруҳга бўлиб ўрганишни таклиф Қиламиз. Бунга Қуйидагилар киради: 1) анъанавий усуллар, 2) математик усуллар.

Анъанавий усуллар энг Қадимги усуллар бўлиб, улар тақлил вужудга келган кундан бошлаб Қўлланилиб келинаётган усуллардир. Бу усуллар асосан таҳлилнинг ўзига хос усуллардир. Буларга Қуйидагилар киради: солиштириш усули; мувозанат усули (баланс усули); фарҚли усул; Қайта қисоблаш усули; занжирли алмаштириш усули; индекс усули; интеграл усул; нисбий кўрсаткичли усул кабилардир. Бундан ташҚари иқтисодий таҳлилда, хусусан туристик корхоналар хўжалик фаолиятини таҳлил қилишда ҳам бирҚанча статистик усуллардан фойдаланилади.

Математик усуллар тақлил фанининг такомиллашуви билан, унга ЭҲМ ларни Қўллаш ва математик усуллардан фойдаланиш жараёнида кириб келган. Бунинг бир Қанча типлпри ва усуллари қам мавжуд. Математик моделларнинг типларига Қуйидагилар киради: мультипликатив модель; аддитив модель; касрли модель кабилардир. Ушбу моделларнинг қаммаси қам иҚтисодий ахборотларни тақлил Қилишда кенг Қўлланилиб келинмоҚда.

Аддитив модель натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиҚлик Қъшув билан ифодаланганда Қълланилади. У ўҚилиши ва ёзилиши жиқатдан жуда содда ва ихчамдир. **Мультипликатив модель** натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиҚлик кўпайтириш билан ифодаланса Қўлланиладиган моделдир. **Касрли модель** эса натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиҚлик бўлиш билан ифодаланганда Қўлланилади. ИҚтисодий тақлилда, хусусан, туристик корхоналар хўжалик фаолиятини таҳлил қилишда Қўлланиладиган усулларнинг таснифини Қуйидаги чизмада кўриш мумкин. (1-чизма.)

Ушбу усулларнинг барчаси хўжалик фаолиятини тақлил Қилишда Қўлланилади. Анъанавий усуллар барча дарсликларга у ёки бу шаклда киритилган. Булар асосан микро-иҚтисодий тақлилда кенг

Қўлланилади. Макроиқтисодий тақлилда кўпинча математик усуллардан фойдаланилади.

4.2. Туристтик корхоналар фаолиятини тақлил қилишда Қўлланиладиган усулларнинг тавсифи

4.2.1. Солиштириш усули.

Туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини тақлил қилишда Қўлланиладиган усулларнинг энг кўп учрайдигани солиштириш усулидир. Бу усулни Қўллаш билан туристтик корхоналар хўжалик фаолиятини тақлил қилиш бошланади. Шу усул орқали тақлил қилинаётган кўрсаткичнинг фарқи аниқланади. Қолган барча усуллар



	рияси	риш
Индекс	Ялпи хизмат назарияси	Ўсшарти-риш
Нисбий кўрсаткичли	Матрицалаш	ва к. к.
	ва к. к.	

4.1.-Чизма. Туристик корхоналар хўжалик фаолиятини тақлил қилишида Қўлланиладиган усуллар таснифи

солиштириш натижасида аниқланган фарқни исботлашга, аниқлашга Қаратилган бўлади.

Солиштириш жараёнида асос Қилиб миқдорлар олинади. Миқдорларга статистика фанида жуда катта ақамият берилади, чунки иқтисодиётнинг ўлчами миқдорларда ифодаланади. Жумладан, янгида яратилган ялпи ички мақсулотнинг бир йиллик миқдори, товар оборотининг (айланмасининг) миқдори, миллий даромаднинг миқдори ва к.к.

Миқдор кўрсаткичлари асосан бухгалтерия қисоби ва қисоботида ўз ифодасини топади, чунки содир бўлган иқтисодий жараёнлар биринчи галда бухгалтерия қисобида акс эттирилади ва қисоботида жамланади.

Тақлил Қилиш учун миқдор кўрсаткичларининг барча турлари: мутлоқ миқдор, нисбий миқдор, ўртача миқдор кабилар Қўлланилади.

Мутлоқ миқдор қар Қандай миқдорнинг асоси, иқтисодий жараёнларни санайдиган ва ўлчайдиган бошланғич рақамдир. Масалан, туристик корхоналари сони, туристик корхонада ишлайдиган ходимлар сони, туристик корхонадаги жиёозлар сони, туристларга кўрсатилган хизматлар сони кабиларни санаш йўли билан аниқласа, ишлаб чиқарилган ялпи мақсулот, товар мақсулоти, товар обороти, туристик хизматлардан соф тушум кабиларни бевосита ўлчаш йўли билан аниқланади. Бундай мутлоқ миқдорлар қажм кўрсаткичлари деб аталади.

МутлоҚ миҚдордан тақлилда фойдаланишда асосан кўпайтиш, Қўшиш ва айириш амаллари ишлатилади.

МутлоҚ миҚдорлар ўлчов бирлигига Қараб нутура, шартли нутура, пул ва комплекс турларга бўлинади. Режали иҚтисодиёт шароитида кўрсаткичлар асосан пул бирлигида ифодаланар эди. Эндиликда пулнинг Қадрсизланиш жараёни давом этиб турган пайтда ва кўп мулкчилик шаклидаги иҚтисодиётнинг вужудга келиши тақлил қилишда нутура, шартли нутура ва комплекс кўрсаткичлардан кенг фойдаланиш заруратини ҳам туғдирди.

Умуман олганда иҚтисодий жараёнлар айланишда уларни маълум рақамларда ифодалаш шунчалик мураккабки унда фақат бир хил ўлчовга эга бўлган кўрсаткич билан чекланиб бўлмайди. Шу туфайли уни тақлил қилишда бир Қанча кўрсаткичлардан фойдаланилади. Бундай кўрсаткичларсиз тақлил қилиш, умуман ижтимоий-иҚтисодий жараёнларга баҳо бериш, бошқарув Қарорларини Қабул қилиш қийин. Шу билан биргаликда фақат мутлоҚ миҚдор орқали хўжалик фаолияти қақида чуқур ва батафсил хулоса қилиш кам қийин. Шу туфайли тақлил учун мутлоҚ миҚдор билан биргаликда нисбий миҚдорлардан кам кенг фойдаланилади.

Нисбий миҚдорлар туристик фирмалар фаолиятини тақлил қилишда дастлабки ва энг муқим хулоса чиқариш учун асос бўлади. Нисбий миҚдорлардан тақлилда фойдаланишда асосан бўлиш ва кўпайтириш усуллари ишлатилади. Буларнинг қажмини солиштириш ва фарқини аниқлаш учун айириш, айрим ҳолларда қўшиш амалидан фойдаланилади.

Нисбий миҚдор тақлил жараёнида асосан мутлоҚ миҚдорларни бир-бирига бўлиш натижасида вужудга келади ва иҚтисодий жараёнлар қақида аниқ маълумотларни беради. Масалан, туристик фирмалар фаолиятининг бирор кўрсаткичи бўйича режанинг бажарилиши, ўтган йилга нисбатан ўсиш суръати, меъёрга нисбатан эришилганлик даражаси кабилар.

Тақлил жараёнида нисбий миҚдорнинг нимани ифодалаш моқиятига Қараб, бирҚанча турлари Қўлланилади:

- режа топшириғи ва бажарилишини ифодаловчи нисбий миҚдор;
- ўзгариш суръатини ифодаловчи нисбий миҚдор;

- таркибни ифодаловчи нисбий миҚдор;
- меъёрга (эталонга, ўртачага) нисбатан эришилган даражасини ифодаловчи нисбий миҚдор;
- интенсивлик даражасини ифодаловчи нисбий миҚдор ва ё. к.

Бу нисбий миҚдорлар қажми тақлил учун тўлароқ хулосаларни чиқариш учун асос бўлади. Масалан, режа топшириғи туристик фирмалар фаолиятининг натижаси бўйича 105 фоизга бажарилди, ўтган йилга нисбатан корхонанинг ялпи даромади 107 фоизга ошди, шу объектнинг умумий товар мақсулотидаги улуши 15 фоизни ташкил қилди, меънат унумдорлиги эталонга нисбатан 15 фоизга кам бўлди, туристик фирмалар мақсулотининг 80 фоиз ўсиш суръати интенсив омиллар эвазига вужудга келди ва ё. к.

Мана шу келтирилган қар бир кўрсаткич тақлил қилувчи учун маълум хулосага келишда реал асос бўлиб хизмат қилади. Тақлил жараёнида мутлоқ ва нисбий миҚдорлар билан биргаликда маълум тенденцияларни аниқлаш, умумий ҳолатларга баҳо беришда ўртача миҚдорлардан қам кенг фойдаланилади.

Ўртача миҚдорлар туристик фирмалар фаолиятини тақлил қилишда иқтисодий ходиса ва жараёнлардаги маълум қонуниятларни ва умумий йўналиш тенденцияларини аниқлашда қўлланилади. Бу миҚдорни қўллашнинг зарурлиги шундаки иқтисодий жараёнлар алоқида объектлар бўйича ўрганилганда вақтинчалик тасоддиқлар таъсирида бўлиши мумкин. Масалан, туристик фирмалар фаолияти бевосита чет мамалакатан келадиган туристларга хизмат қилишга қаратилган. Бир йилда туристлар тўлиқ келиши мумкин. Бу корхонанинг шу йилги кўрсаткичи жуда юқори, аммо иккинчи йилда уларнинг келиши кескин камайди. Бу йил эса туристик фирмаларнинг ишлаб чиқариш кўрсаткичи жуда паст бўлиши табиий. Албатта бу тасоддиқий қол, чунки ишчиларнинг малакаси, моддий техника базаси, унинг технологик даражаси, туристик объектлар ўзгармасдан қолиши мумкин. Бошқа бир мисол. Бир хил мақсулот ишлаб чиқаришга мўлжалланган бир қанча корхона мавжуд. Аммо шулардан ярми хом ашёни нўз вақтида келтиришга мувоффақ бўлса фақат ана шу корхоналар иши яхши бўлиши мумкин. Қолган корхоналарда фақат шу омил эвазига ишлаб чиқариш даражси паст

бўлиши табиий. Шунга ўхшаш тасоддифларни бартараф Қилиш учун ўртача миҚдорлардан фойдаланилади.

Ўртача миҚдорларни аниҚлашнинг бир Қанча усуллари мавжуд.: ўртача арифметик, ўртача гармоник, ўртача хронологик кабилар. Бу усуллар статистика фанининг “Ўртача миҚдорлар” бобида батафсил ўрганилади. Шу туфайли ушбу бобда яна ыша мавзуга муружаат Қилишни тавсия Қиламиз.

4.2.2. Мувозанат усули.

Ушбу усул туристик фирмалар фаолиятининг бухгалтерия қисоби, статистика, режалаштириш каби иҚтисодий ишларида кенг Қўлланилади. Бу усул туристик фирмалар фаолиятида эришилган натижа билан билан омиллар ўртасида функционал боғланиш бўлганда натижа ўзгаришига омиллар таъсирини қисоблашда, хўжалик фаолиятидаги мувозанатни саҚлашда Қўлланилади.

Мувозанат усулининг Қўлланилиши иҚтисодиётнинг қамма соқаларида тузиладиган товар ва бошҚа моддий бойликлар мувозанати мисолида кўриш мумкин. Бунда асосан товар мувозанати формуласидан фойдаланилади:

$$\mathbf{3йб + КТ = Т + Хч + 3ох.}$$

Бунда 3йб - товар захирасининг қисобот йили бошидаги Қолдиғи ;

КТ - келиб тушган товарларнинг қисобот йилидаги қажми;

Т - товар обороти (қисобот даврида сотилган оварларнинг қажми);

Хч- товарларнинг турли сабаблар билан чиҚиб кетиши (табиий камайиши, чириши, синиши ва бошҚалар) ;

3ох - товар захираларининг қисобот йили охиридаги Қолдиғи .

ЮҚоридаги формулага асосан қар бир миҚдорни Қолганларининг алгебраик йиғиндиси кўринишида тасвирлаш мумкин. Масалан, товар обороти қажмини (Т) Қуйидаги функционал боғлиҚликда ифодалаш мумкин :

$$T = 3йб + КТ - Хч - 3ох.$$

Ушбу формуладан кўриниб турибдики товар оборотига тўртта омиллар таъсир қилган. Товар захираларининг бошланғич Қолдиғи ва келиб тушган товарлар қажмининг кўпайиши товар оборотига ижобий таъсир қилса, товарларнинг қар хил чиқимлари ва товар захираларининг йил охиридаги Қолдиқ суммасининг кўпайиши натижасига салбий таъсир қилади.

Товарларнинг йил бошидаги Қолдиғи ўзгаришининг товар оборотига таъсирини ($\Delta T_{3йб}$) топиш учун товар захираларининг қисобот йилидаги миқдоридан ($3йб_1$) шу кўрсаткичнинг асос йилидаги миқдорини ($3йб_0$) айириб ташланади, яъни :

$$\Delta T_{3йб} = 3йб_1 - 3йб_0 .$$

Товар келиб тушишининг товар обороти қажмига таъсирини ($\Delta T_{кт}$) топиш учун унинг қисобот йилидаги миқдоридан ($КТ_1$) асос йилидаги миқдори ($КТ_0$) айириб ташланади, яъни:

$$\Delta T_{кт} = КТ_1 - КТ_0.$$

Товарларнинг қар хил чиқиб кетишининг товар обороти қажмига таъсирини ($\Delta T_{хч}$) топиш учун унинг қисобот давридаги миқдоридан ($Хч_1$) асос давридаги миқдори айрилиб ташланади ($Хч_0$), яъни :

$$\Delta T_{хч} = Хч_1 - Хч_0.$$

Товар захираси Қолдиғининг қисобот даври охиридаги ўзгаришининг товар оборотига таъсирини ($\Delta T_{3ох}$) топиш учун, унинг қисобот давридаги миқдоридан ($3ох_1$) асос давридаги миқдори ($3ох_0$) айирилади, яъни:

$$\Delta T_{3ох} = 3ох_1 - 3ох_0.$$

Омиллар таъсири кѳсобиинг тўғрилигини аниқлаш учун кѳмма омиллар таъсирини Қўшиш лозим. У кѳлда умумий фарқ барча омиллар таъсирига тенг бўлади :

$$\Delta T = \Delta T_{\text{Зйб}} \pm \Delta T_{\text{Кт}} \pm \Delta T_{\text{Хч}} \pm \Delta T_{\text{Зох}}$$

Мувозанат усулини Қўллаб натижага омиллар таъсирини кѳсоблаш Қуйидаги мисолда келтирилган (1-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, товар обороти кѳжми кѳсобот даврида режадагига нисбатан 97,2 минг сѳмга ошган. Ушбу ўзгаришга товар келиб тушишининг 106,3 минг сѳмга ошиши ва товарларнинг кѳр хил чиқиб кетишининг 0,1 минг сѳмга камайиши товар оборотига ижобий таъсир Қилган. БошҚа омиллар эса товар оборотининг ўзгаришига салбий таъсир кўрсатган. Жумладан, товар захираларининг кѳсобот даврининг бошида меъѳрга нисбатан 6,2 минг сѳмга кам бўлиши, шу даврнинг охирида эса меъѳрдан 3,0 минг сѳмга ошиҚча бўлгани товар оборотига салбий таъсир Қилган. Шундай Қилиб, товар оборотининг умумий фарқи 97,2 минг сум вужудга келган :

$$- 6,2 + 106,3 + 0,1 - 3,0 = + 97,2$$

4.1.- жадвал

Товар обороти кѳжмининг ўзгаришига товар мувозанати кўрсаткичлари билан боғлиқ омиллар таъсирини аниқлаш.

(минг сѳм)

Кўрсаткичлар	Режада	Кѳсобот- да	ФарҚи (+,-)	Омиллар таъсири
1.Товар захираларининг бошланғич Қолдиғи (Зйб)	648,0	641,8	- 6,2	- 6,2
2.Келиб тушган товарлар (КТ)	3069,8	3176,1	106,3	+ 106,3
3.Товарларнинг кѳр хил чиқиб кетиши (Хч)	0,4	0,3	- 0,1	+ 0,1
4.Товар захираларининг охирги Қолдиғи (Зох)	695,9	698,3	+ 3,0	- 3,0
5.Товар обороти (Т)	3021,5	3118,7	+ 97,2	х

Манба: туристик фирмаларнинг ҳисоботлари асосида тузилган.

Ушбу тақлил натижаси товар оборотини кўпайтиришнинг ички имкониятларини топиш учун асос бўлади. Агар кисобот йилида товар захираларининг бошланғич ва охири қолдиқлари меъёр даражасида бўлганда эди товар обороти яна 9,2 минг сўмга (6,2 + 3,0) кўпайган бўлар эди. У қолда қақий товар обороти 3118,7 минг сўм эмас, балки 3127,9 минг сўмни (3118,7 + 9,2) ташкил қилган бўлар эди. Унинг ўтган йилги ёки асос йилига нисбатан фарқи 97,2 минг сўм эмас, балки 106,4 минг сўмни (97,2 + 9,2) ташкил қилган бўлар эди. Товар оборотининг кўпайиши эвазига бошқа кўрсаткичлар ҳам яхшиланар эди.

Ушбу усулни туристик корхоналар фаолиятини таҳлил қилганда ҳам бемалол қўллаш мумкин. Уларда ҳам товар баланси тузилади. Буларан ташқари туристларга кўрсатиладиган хизматларга мўлжалланган маҳсулотлар миқорининг мувозанати кабиларни киритиш мумкин.

4.2.3. Қайта кисоблаш усули.

Бу усул ҳам туристик фирмалар фаолиятини тақлил қилишда, айниқса омили тақлилда кенг қўлланилади. Бу усул натижага битта ёки иккита омил таъсир қилган пайтларда қўлланилиши қулай. Унинг моқияти режадаги натижани биринчи омилнинг қақий миқдори билан Қайта кисоблаб олинишидан иборатдир. Масалан, туристик фирмалар фаолиятининг натижаси, яъни соф тушум (Т) асосий капиталнинг ўртача қиймати (Ак) ва шу капиталнинг самарадорлиги билан функционал боқлиқ. Бу қуйидаги формулада ифодаланади:

$$T = Ak \cdot Kc$$

Бунда Кс- Асосий капиталнинг самарадорлиги.

Ушбу формуладан кўриниб турибдики, натижага иккита омил таъсир қилади. Қар бир омилнинг таъсирини қисоблаш учун натижани Қайта қисоблаб оламиз. Бу кўрсаткич биринчи омилнинг қақиқий миқдорини (A_{k1}) иккинчи омилнинг режадаги миқдори билан кўпайтириш йўли билан аниқланади(K_{c0}), яъни:

$$T_{kx} = A_{k1} \cdot K_{c0}$$

Туристик фирмалар фаолияти натижаларига омилларнинг таъсирини топиш учун Қуйидаги қисоб-китобларни амалга ошириш лозим.

1. Туристик фирмалар фаолияти соф тушумининг асосий капиталининг ўзгариши эвазига ўзгарганлигини ($\Delta T_{ак}$) топиш учун соф тушумнинг Қайта қисобланган миқдоридан (T_{kx}) унинг режадаги қажмини айириш кифоя (T_0):

$$\Delta T_{ак} = T_{kx} - T_0 = (A_{k1} \cdot K_{c0}) - (A_{k0} \cdot K_{c0})$$

2. Туристик фирмалар фаолияти соф тушумининг ўзгаришига асосий капитал самарадорлигининг таъсирини ($\Delta T_{кс}$) аниқлаш учун соф тушумнинг қақиқий сўммасидан (T_1) унинг Қайта қисобланган миқдорини (T_{kx}) айириш кифоя:

$$\Delta T_{кс} = T_1 \cdot T_{kx} = (A_{k1} \cdot K_{c1}) - (A_{k1} \cdot K_{c0})$$

Икки омилнинг таъсири соф тушум фарқининг умумий сўммасига тенг бўлиши керак:

$$\Delta T = \Delta T_{ак} \pm \Delta T_{кс}$$

Ушбу назарий тавсияни аниқ маълумотларни Қўллаб ечиш йўлини Қуйидаги жадвал орқали кўриш мумкин (4.2-жадвал).

4.2 - Жадвал.

**Туристтик фирмаларда соф тушум кажмига асосий капитал
ва улар самарадорлигининг таъсирини Қайта кисоблаш усулини
Қўллаб аниқлаш**

Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Кисо- бот йи- лида	Қайта кисоб- ланган	Фарқи (+,-)		
				Жами	Шу жумладан	
					Ак эва- зига	Кс эва- зига
Соф тушум, минг сўм	42850,0	44520,0	42636,3	+1670,0	- 213,7	+1883,7
Асосий капиталнинг ўртача йиллик Қий- мати, минг сўм	26664,5	26531,6	26531,6	- 132,9	х	х
Асосий капиталнинг самарадорлиги, сўм	160,7	167,8	160,7	+ 7,1	х	х

Манба: туристтик фирмаларнинг ҳисоботлари асосида тузилган.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, соф тушум ҳажми кисобот йилида ўтган йилга нисбатан 1670,0 минг сўмга ошган. Бу Қуйидаги омиллар эвазига вужудга келган :

1. Асосий капитал ўртача йиллик Қийматининг 132,9 минг сўмга камайиши соф тушум ҳажмини 213,7 минг сўмга камайтирган:
 $4236,3 - 42850,0 = - 213,7$ минг сўм
2. Асосий капитал самарадорлигининг кисобот йилида ўтган йилга нисбатан 7,1 сўмга ошганлиги соф тушум кажмини 1883,7 минг сўмга оширган:
 $44520,0 - 42636,3 = + 1883,7$ минг сўм

Натижанинг умумий ўзгариши аниқланган иккита омилнинг таъсирига тенг бўлиши лозим:

$$- 213,7 + 1883,7 = + 1670,0 \text{ минг сўм}$$

Ушбу усуллар мавжуд бўлган ички имкониятларни (резервларни) аниқлаш имконини беради. Бизнинг мисолимизда соф тушум ҳажмини ошириш учун асосий фондларни кўпайтириш лозимлиги аниқланди. Агарда асосий фондлар кисобот даврида кеч

бўлмаганда ўтган йил қажмида Қолганда эди соф тушум ҳажми яна 132,9 минг сўмга кўпайган бўлар эди. У қолда қаҚиҚий соф тушум ҳажми 44520,0 минг сўм эмас, балки 44652,9 минг сўмни $(44520,0 + 132,9)$ ташкил Қилган бўлар эди. Соф тушум ҳажми режасининг бажарилиши 103,9 % эмас, $(44520,0 \cdot 100 : 42850,0)$, балки 104,2%ни $(44652,9 \cdot 100 : 42850,0)$ ташкил Қилган бўлар эди.

4.2.4. Занжирли алмаштириш усули.

Туристтик корхоналар фаолиятини таҳлил қилишда ҳам кенг қўлланиладиган усуллардан бири занжирли алмаштириш усулидир. Туристтик фаолият натижаси ўзгаришига учта ва ундан кўп омиллар таъсир Қилса, улар ўртасидаги боғлиқлик функционал бўлса ушбу усулдан фойдаланилади. Масалан, туристтик корхоналарнинг соф тушуми ҳажмининг (Т) ўзгариши ходимларнинг рўйхатдаги сони (Х), уларнинг ўртача ишлаган иш кунлари (К) ва бир кунлик меҳнат унумдорлиги (М) кўрсаткичлари билан функционал боғлиқдир. Бу Қуйидаги формула билан ифодаланади:

$$T = X \cdot K \cdot M$$

Ушбу формула асосида натижага учта омил таъсир Қилганлигини кўрамиз. Омилли тақлилнинг асосий вазифаси натижанинг шу қар бир омил эвазига ўзгаришини топишдан иборатдир. Занжирли алмаштириш усулидан фойдаланадиган бўлсак режадаги натижани қар бир омил эвазига Қайта қисоблаб олиш лозим. Бу учун Қуйидаги қисоб-китоблар амалга оширилади:

1. Туристтик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг ходимларнинг рўйхатдаги сони ўзгариши эвазига ўзгарганлигини топиш учун биринчидан шу кўрсаткич режасини ходимларининг рўйхатдаги сонининг қаҚиҚий миҚдори билан қисоблаб олинади:

$$T_x = X_1 \cdot K_0 \cdot M_0$$

Бунда “ 1 “ ва “ 0 “индекслари кўрсаткичларнинг қаҚиҚий ва режадаги миҚдорини ифодалайди.

Иккинчидан эса, шу Қайта қисобланган миқдордан режадаги соф тушум ҳажми айириб ташланади:

$$\Delta T_x = T_x - T_0 = (X_1 \cdot K_0 \cdot M_0) - (X_0 \cdot X_0 \cdot M_0)$$

Бунда ΔT_x - товар оборотининг ходимларнинг рўйхатдаги сонининг ўзгариши таъсирида ўзгарган Қисми.

2. Туристтик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг иккинчи омил, яъни ходимларнинг рўйхатдаги ўртача иш кунининг ўзгарганлиги эвазига ўзгаришини (ΔT_k) топиш учун биринчи омил билан қисобланган миқдори иккинчи омилнинг ҳақиқий миқдори билан қисоблаб олинади:

$$T_k = X_1 \cdot K_1 \cdot M_0$$

Шу чиққан натижадан, яъни иккинчи омил таъсири билан ҳисобланган миқдордан биринчи омилнинг қажмиқий миқдори билан қисобланган туристик корхоналарнинг соф тушуми қажми олиб ташланади:

$$\Delta T_k = T_k - T_x = (X_1 \cdot K_1 \cdot M_0) - (X_1 \cdot K_0 \cdot M_0)$$

3. Натижанинг учинчи омил - меънат унумдорлигининг таъсири эвазига ўзгаришини топиш учун туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг қажмиқий сўммасидан (T_1) унинг иккинчи омилнинг қажмиқий миқдори билан Қайта қисобланган (T_k) миқдори айрилиб ташланади:

$$\Delta T_m = T_1 - T_k = (X_1 \cdot K_1 \cdot M_1) - (X_1 \cdot K_1 \cdot M_0)$$

Бу учта омилнинг таъсири туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг умумий фарқига (ΔT) тенг бўлиши керак:

$$\Delta T = \Delta T_x \pm \Delta T_k \pm \Delta T_m$$

Келтирилган қисоб-китобларга аниқ маълумотларни Қўллаган қолда ечиладиган бўлсак Қуйидагича таҳлилий жадвал тузилиши мумкин. Аммо ушбу жадвалда мазкур усулни яна бир бор такроран

кўриб чиқиш учун омилларни рақамда эмас, балки ҳарфларда (белгиларда) ифодалаш йўлини кўрсатиб бермоқдамиз (4.3-жадвал).

4.3- Жадвал.

Натижага омиллар таъсирини занжирли алмаштириш усули ёрдамида кисоблаш йўллари.

Кўрсаткичлар	Белги- си	Режа да	КаҚи- Қатда	Занжирли алмаштириш		
				1	2	3
1. Ходимларнинг ўрта- ча рўйхатдаги сони, киши	X	X ₀	X ₁	X ₁	X ₁	X ₁
2. Кар бир ходимга тўғ- ри келадиган иш ку- ни, кун	K	K ₀	K ₁	K ₀	K ₁	K ₁
3. Ходимларнинг ўрта- ча бир кунлик меъ- нат унумдорлиги, сўм	M	M ₀	M ₁	M ₀	M ₀	M ₁
4. Туристтик корхоналар- нинг соф тушуми қажми, минг сўм	T	T ₀	T ₁	T _x	T _к	T _м

Ушбу жадвалда келтирилган маълумотларга асосан туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг ўзгаришига бир қанча ички омиллар таъсирини Қуйидагича аниқлаш мумкинлигини кўриб чиқамиз.

1. Туристтик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг ходимлар сонининг ўзгариши эвазига ўзгарганлигини (ΔT_x) топиш учун Қуйидаги амални бажариш лозим:

$$\Delta T_x = T_x - T_0 = (X_1 \cdot K_0 \cdot M) - (X_0 \cdot K_0 \cdot M_0)$$

2. Туристтик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг кар бир ходимнинг ўртача иш кунининг ўзгариши эвазига ўзгарганлигини (ΔT_k) топиш учун Қуйидаги формуладан фойдаланилади :

$$\Delta T_k = T_k - T_x = (X_1 \cdot K_1 \cdot M_0) - (X_1 \cdot K_0 \cdot M_0)$$

3. Туристтик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг қар бир ходимнинг бир кунлик меқнат унумдорлигининг ўзгарганлиги эвазига ўзгаришини аниқлаш учун Қуйидаги амални бажариш лозим :

$$\Delta T_m = T_m - T_k = (X_1 \cdot K_1 \cdot M_1) - (X_1 \cdot K_1 \cdot M_0)$$

Барча омиллар таъсири натижанинг, яъни туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг умумий фарқига тенг бўлиши лозим:

$$\Delta T = \Delta T_x \pm \Delta T_k \pm \Delta T_m;$$

Ушбу назарий усулнинг бевосита амалиётга Қўлланилишини кўриб чиқиш учун натижа кўрсаткичи сифатида туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмини (Т) олиш мумкин. Бу кўрсаткичга ақолининг сони (А), уларнинг ўртача пул даромадлари (Д) ва туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг пул даромадини Қамраб олиш даражаси (О) таъсир Қилади. Бу боғлиқликни Қуйидаги формула билан тасвирлаш мумкин:

$$T = \frac{A \cdot D \cdot O}{100} .$$

Бу формулага занжирли алмаштириш усулини Қўллаб қар бир кўрсаткич бўйича амалий маълумотлардан фойдаланган қолда натижага омиллар таъсирини аниқлаш мумкин (4.4-жадвал).

4.4 - Жадвал.

Туристтик корхоналарнинг соф тушуми қажмининг ўзгаришига ақолининг сони ва уларнинг пул даромади билан боғлиқ бўлган омиллар таъсирини занжирли алмаштириш усулини Қўллаб ечиш йўллари.

Кўрсаткичлар	Режа-да	ҚаҚи-Қатда	Занжирли алмаштириш		
			1	2	3
Ақолининг ўртача йиллик сони, киши	50265	50986	50986	50986	50986
Битта ақолига тўғри келадиган ўртача					

пул даромади, сўм	778,2	781,6	778,2	781,6	781,6
Ақоли пул даромади-нинг туристик корхона-ларнинг соф тушуми қажми билан Қамраш даражаси, %	72,5	76,4	72,5	72,5	76,4
Туристтик корхоналар-нинг соф тушуми қажми, минг сўм	28359,6	30446,3	28766,4	28892,1	30446,3

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, қисобот йилида туристик корхоналарнинг соф тушуми қажми 2086,7 минг сўмга (30446,3 - 28859,6) ошган. Бу ўзгариш Қуйидаги омиллар таъсирида содир бўлган:

1. Ақолининг ўртача йиллик сони режага нисбатан 721 кишига ошганлиги туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмини 406,8 минг сўмга (28766,4 - 28359,6) кўпайтирган.

2. Ақолининг ўртача пул даромади қисобот йилида 3,4 сўмга ошган. Бу омил туристик корхоналарнинг соф тушуми қажмини 125,7 минг сўмга (28892,1 - 28766,4) кўпайтириш имконини берган.

3. Пул даромадини туристик корхоналарнинг соф тушуми қажминининг Қамраб олиш даражаси 3,9% га ошганлиги ушбу кўрсаткичнинг умумий сўммасини 1554,2 минг сўмга (30446,3 - 28892,1) кўпайтирган.

Кўриниб турибдики, туристик корхоналарнинг соф тушуми қажминининг ўзгаришига учала омил қам ижобий таъсир қилган. Натижада умумий фарқ келиб чиқади:

$$406,8 + 125,7 + 1554,2 = + 2086,7 \text{ минг сўм.}$$

Занжирли алмаштириш усулидан фақат кўрсаткичлар ўртасидаги боғланиш кўпайтма шаклидагина эмас, балки бўлинма шаклидаги боғланишларда қам фойдаланиш мумкин. Масалан, туристик корхоналарда фондларнинг рентабеллик даражасини ифодаловчи кўрсаткични олайлик. Бу Қуйидагича боғлиқликка эга:

Ф

$$P = \frac{\text{-----}}{A_k + A_m}$$

$$A_k + A_m$$

Бунда P - рентабеллик даражаси ; Φ – туристик фирмалар соф фойдаси сьммаси ; A_k - асосий капиталнинг ўртача йиллик Қиймати; A_m - айланма капиталнинг ўртача йиллик Қиймати.

Ушбу формуладан кўриниб турибдики рентабеллик даражасига учта омил, яъни фойда сьммаси, асосий капитал, айланма капиталларнинг ўзгаришлари таъсир Қилади. Рентабеллик даражасига фойда сьммасининг таъсирини ($\Delta P\phi$) занжирли алмаштириш усули билан қисоблаш учун рентабеллик даражасини фойда сьммасининг қаҚиҚий даражаси билан Қайта қисобланади ва ундан рентабеллик даражасининг режадаги миҚдори айрилади :

$$\Delta P\phi = \left(\frac{\Phi_1}{A_{k_0} + A_{m_0}} \right) - P_0$$

Туристтик фирмалар рентабеллик даражасининг асосий капитал ўртача йиллик сьммасининг ўзгариши эвазига ўзгарганлигини (ΔP_{ak}) аниҚлаш учун рентабеллик даражасини асосий капиталнинг ўзгариши билан Қайта қисобланади ва ундан рентабеллик даражасининг фойда сьммаси билан Қайта қисобланган миҚдори айрилади :

$$\Delta P_{ak} = \left(\frac{\Phi_1}{A_{k_1} + A_{m_0}} \right) - \left(\frac{\Phi_1}{A_{k_0} + A_{m_0}} \right) ;$$

Рентабеллик даражасига айланма капиталнинг ўртача йиллик сьммаси ўзгаришининг таъсирини (ΔP_{am}) аниҚлаш учун рентабеллик даражасининг қаҚиҚий миҚдоридан унинг асосий капиталнинг ўзгариши билан Қайта қисобланган қажмини айириб ташланади:

$$\Delta P_{am} = P_1 - \left(\frac{\Phi_1}{A_{k_1} + A_{m_0}} \right)$$

Бунда қам барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарҚига тенг бьълиши керак:

$$\Delta P = \Delta P\phi \pm \Delta P_{ak} \pm \Delta P_{am}$$

Ушбу боғланишни аниқ маълумотларни Қўллаган қолда занжирли алмаштириш усулини Қўллаб ечилишини кўриш мумкин (4.5-жадвал).

4.5 - Жадвал.

Туристтик фирмалар рентабеллик даражасига фойда, асосий ва айланма маблағлар ўзгаришининг таъсирини занжирли алмаштириш усули билан аниқлаш йўллари

Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Қисо-бот йи-лида	Занжирли алмаштиришлар		
			1	2	3
1. Фойда, минг сўм	51,7	62,7	62,7	62,7	62,7
2. Асосий воситаларнинг ўртача Қиймати, минг сўм	985,6	997,2	985,6	997,2	997,2
3. Айланма маблағлар-нинг ўртача Қиймати, минг сўм	245,0	231,5	245,0	245,0	231,0
4. Туристтик фирманинг рентабеллик даражаси, %	0,042	0,051	0,051	0,050	0,051

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, таҳлил қилинаётган туристик фирманинг рентабеллик даражаси қисобот йилида 0,009 % га ошган (0,051 - 0,042) . Бу ўзгариш Қуйидаги омиллар эвазига вужудга келган:

1. Фойда сўммасининг 11,0 минг сўмга (62,7 - 51,7) кўпайиши рентабеллик даражасини 0,009 % га (0,051 - 0,042) оширган.

2. Асосий воситаларнинг ўртача Қиймати қисобот даврида ўтган йилга нисбатан 11,2 минг сўмга ошган (997,2 - 985,6). Аммо бу тегишли самара бермаган. ОҚибатда рентабеллик даражаси 0,001 % га (0,050 - 0,051) камайган.

3. Айланма маблағларнинг ўртача йиллик сўммаси тақлил даврида 13,5 минг сўмга (231,5 -245,0) камайган. Бу ўз навбатида айланма капитал билан боғлиқ бўлган жуда кўп омиллар, хусусан харажатларнинг камайишига олиб келган. ОҚибатда, рентабеллик даражаси 0,001 % га ошган (0,051 - 0,050) .

Барча омиллар таъсирида туристик фирма рентабеллик даражасининг умумий фақи келиб чиқади: $0,009 - 0,001 + 0,001 = + 0,009$.

Шундай қилиб, таъкидлаш лозимки, туристик фирмаларнинг ҳам хўжалик фаолиятини тақлил қилишда занжирли алмаштириш усули кенг қўлланилади. Энг муқими, бу усул кам бошқа усуллар сингари ички имкониятларни (резервларни) аниқлашга ёрдам беради. Масалан, бизнинг охирги мисолимизда кўриниб турибдики туристик корхонанинг рентабеллигини ошириш учун асосий воситаларнинг самарадорлигини ошириш лозим экан.

4.2.5. Нисбий миқдорлардан фойдаланиш усули.

Бу усул кам омилли тақлилда кенг қўлланилади, чунки туристик фирмаларнинг амалиётида ҳам мутлоқ рақамлар билан биргаликда нисбий миқдорларнинг қўлланилиши тез учраб турадиган ҳолатлардан биридир.

Нисбий миқдордан фойдаланиш усулининг моқияти натижага омиллар таъсирини аниқлашда уларнинг нисбий ўзгариши натижанинг нисбий ўзгаришидаги улушида ифодаланишидир. Масалан, туристик фирма мақсулоти- нинг қажми (М), ишчилар сони (И) ва уларнинг меънат унумдорлиги даражасига (МУ) боғлиқ. Бу Қуйидаги формулада ифодаланди:

$$M = I \cdot MU$$

Нисбий кўрсаткичлардан фойдаланиш учун ушбу формуладаги натижа ва омилларнинг ўсиш суръатлари олинади. Қисоб-китобларда ана шу нисбий кўрсаткичлар иштирок этади. Масалан, туристик фирмалар мақсулотнинг қажми ишчилар сонининг ўзгариши эвазига ўзгарганлигини топиш учун ишчилар сонининг ўсиш суръатини (ΔI) юзга кўпайтириб туристик фирмалар мақсулоти қажмининг ўсиш суръатига бўлинади (ΔM):

$$\Delta M_{\text{и}} = \frac{\Delta I \cdot 100}{\Delta M}$$

Натижага иккинчи омилнинг - меънат унумдорлигининг таъсирини ($\Delta M_{\text{му}}$) аниқлаш учун юздан шу чиққан натижа миқдори, яъни биринчи омилнинг натижага таъсири айрилади:

$$\Delta M_{\text{му}} = 100 - \frac{\Delta I \cdot 100}{\Delta M}$$

Одатдагидек икки омилнинг умумий таъсири натижа ўзгаришига тенг бўлиши керак. Бу қолда икки омил таъсири 100 га тенг бўлади.

Масалан, туристик фирмалар маъсулотнинг ҳажми қисобот даврида 20 % га, ишчилар сони эса 4 % га ошди. Бу қолда ялпи маъсулотнинг ишчилар сони эвазига ўзгарганлиги 20 % ни ташкил қилади:

$$\frac{4 \cdot 100}{20} = 20$$

Натيجанинг меънат унумдорлиги эвазига ўзгарганлиги 80 % ни (100 - 20) ташкил қилади.

Бу усулни аниқ маълумотларни қўллаб қуйидаги жавдал мисолида кам кўриш мумкин (4.6-жадвал).

4.6 - Жадвал.

Туристтик фирмалар маъсулоти ҳажмининг ўзгаришига нисбий миқдолардан фойдаланиш усулини қўллаб омиллар таъсирини қисоблаш.

Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Қисобот йилида	Ўсиш суръати
1. Туристтик фирмалар маъсулотнинг ҳажми, минг сўм (М)	29450	30245	102,7
2. Ишчиларнинг ўртача рўйхатдаги сони, киши (И)	1980	2010	101,5
3. Меънат унумдорлиги, минг сўм (МУ)	14,9	15,0	100,7

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, туристик фирмалар маъсулоти ҳажмининг ўтган йилга нисбатан 2,7 % га

ошганлигини ишчиларнинг 1,5 % га кўпайганлиги ва меънат унумдорлигининг 0,7 % га ошганлиги эвазига вужудга келган. Буларнинг нисбий кўрсаткичдаги таъсири Қуйидагича:

1. Туристик фирмалар маъсулоти ҳажмининг ўтган йилга нисбатан ўсиш суръатини 100 % га тенг деб олсак, унинг 55,6 % ($1,5 \cdot 100 : 2,7$) ишчилар сонининг кўпайиши эвазига содир бўлган.

2. Туристик фирмалар маъсулоти ҳажми ўсишининг 44,4 % ($100 - 55,6$) меънат унумдорлиги ошиши эвазига вужудга келган.

Ушбу амалларни бажариб бўлгандан сўнг натижага омиллар таъсирини мутлоқ миқдорда кам аниқлаш мумкин. Бизнинг мисолимизда туристик фирмалар маъсулотнинг ҳажми кисобот йилида ўтган йилга нисбатан 795,0 минг сўмга ($30245 - 29450$) ошган. Шундан 442,0 минг сўми ($795,0 \cdot 55,6 : 100$) ходимлар сонининг кўпайганлиги эвазига вужудга келган. Меънат унумдорлиги ошганлиги эвазига туристик фирмалар маъсулотнинг ҳажми 353,0 минг сўмга ($795,0 \cdot 44,4 : 100$) кўпайган. Икки омил таъсири умумий натижани беради, яъни:

$$442,0 + 353,0 = + 795,0 \text{ минг сўм.}$$

Ушбу усул ҳам туристик фирмалар фаолиятини таҳлил қилишда, улар фаолияти самарадорлигини оширишда ички имкониятларни ахтариб топишда кенг қўлланилади.

4.2.6. Индекс усули.

Бу усул статистиканинг умумий назарияси фанида батафсил ёритилган. Тақлил фани бухгалтерия ҳисоби ва статистика фанлари асосида вужудга келганлигини туфайли статистика фанининг бирқанча усулларида фойдаланади. Шулардан бири индекс усулидир. Бу усул жуда кўп қиррали мавзу. Биз эса ушбу бобда шу усулнинг туристик фирмалар омилли тақлилида қўлланилишини кўрамиз холос.

Индекс усулида жуда кўп қўлланиладиган боғланиш: маъсулот қажмининг (Q) ўзгариши унинг миқдори (q) ва бақосига (p) боғлиқ эканлигини кўриш мумкин. Маъсулотнинг режадаги қажмини (q_0 p_0) ва қажқатдаги қажмини (q_1 p_1) тегишли формулада ифодалаб

олинса, унинг режа бажарилиш индекси Қуйидаги кўринишга эга бўлади:

$$J_{qp} = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_0 p_0}$$

Мақсулотнинг қисобот давридаги ўзгаришининг мутлоқ миқдорини аниқламоқчи бўлсак унинг суръатидан маҳражини айириш кифоя:

$$\Delta Q = \sum q_1 p_1 - \sum q_0 p_0$$

Формуладан кўриниб турибдики натижага иккита омил таъсир қилади. Бу омиллар таъсирини қисоблаш учун биринчидан, мақсулот қажмининг қажмиқий миқдорини режадаги (асос йилидаги) нархда ифодалаш лозим, яъни $q_1 p_0$. Натижа ўзгаришига мақсулот миқдорининг таъсирини (ΔQ_q) топиш учун Қуйидаги формуладан фойдаланилади.

$$\Delta Q_q = \sum q_1 p_0 - \sum q_0 p_0$$

Мақсулот қажмининг бақо эвазига ўзгарганлигини топиш учун Қуйидаги формуладан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир :

$$\Delta Q = \sum q_1 p_1 - \sum q_1 p_0$$

Ушбу усулни туристик фирмаларда ҳам сотилган маҳсулот ёки соф тушум каби кўрсаткичларни таҳлил филишда қўллаш мумкин. Аниқ маълумотларни Қўллаб қисоб - китобларни амалга ошириш мумкин (4.7-жадвал) .

4.7 - Жадвал

Туристтик фирмалар мақсулот қажмининг ўзгаришига унинг миқдори ва бақосининг таъсирини индекс усули билан аниқлаш

Туристтик фирмалар -да	Миқдори, дона	Бақоси, сўм	Туристтик фирмаларда мақсулот қажми

маҳсул-от турлари						
	Режада	ЌаҚи- Қатда	Режада	ЌаҚи- Қатда	Режада	ЌаҚи- Қатда
А	450	500	15	16	6750	8000
Б	230	235	8	6	1840	1410
В	670	710	7	9	4690	6390
Жами					13280	15800

Жадвал маълумотлари асосида туристик фирмаларда маҳсулот қажми бўйича режанинг бажарилиш индекси 1,190 га тенг :

$$J_{qr} = \frac{15800}{13280} = 1,190 \text{ ёки } 119,0 \%$$

Натижанинг умумий мутлоқ фарқи 2520 сўмни (15800 - 13280) ташкил қилади. Маҳсулот физик қажмининг агрегат индекси (маҳсулотнинг режадаги ва қажиқатдаги миқдори бир хил бақода қисобланганда) Қуйдагини ташкил қилади:

$$J_q = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0} = \frac{(500 \times 15) + (235 \times 8) + (710 \times 7)}{13280} = \frac{14350}{13280} = 1,081 \text{ ёки } 108,1 \%$$

Шундай Қилиб, қисобот даврида туристик фирмаларда маҳсулотнинг миқдори кўпайиши маҳсулот қажмини режадагига нисбатан 8,1 % ёки 1070 сўмга (14350 - 13280) оширган.

Бақо агрегат индекси (суратида маҳсулот миқдори ва бақоси режада) 1,101 ни ташкил Қилган :

$$J_q = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_0} = \frac{15800}{14350} = 1,101 \text{ ёки } 110,1\%$$

Демак, маҳсулотнинг умумий қажми баҳо омили таъсирида 10,1% га ошган, мутлоқ миқдори эса 1450 сўмга (15800 - 14350) кўпайган.

Натижада шу икки омилнинг таъсири нисбий ва мутлоқ миқдорда қам аниқлаш мумкин. Икки омил индексининг кўпайтмаси умумий индексга тенг бўлиши керак:

$$1,081 \cdot 1,101 = 1,190$$

Натижа ўзгаришининг мутлоқ миқдорини топиш учун шу икки омил йиғиндиси олинади:

$$1070 + 1450 = + 2520 \text{ сўм}$$

Индекс усулидан фойдаланганда омиллар таъсирини индивидуал индекслар орқали қам қисоблаш мумкин. Масалан, туристик фирмалар сотилган маҳсулоти умумий қажмига туристик фирмалар томонидан хизмат кўрсатилаётган аҳолининг сони (А), ўртача жон бошига тўғри келадиган хизмат даражаси (И) ва ўртача баҳо (Р) таъсир қилади. Бу боғлиқлик қуйидагича ифодаланади:

$$Q = A \cdot I \cdot P$$

Бунда Q - туристик фирмаларда сотилган маҳсулотнинг умумий қажми.

Ушбу омилларнинг туристик фирмаларда сотилган маҳсулотнинг умумий қажмига таъсирини аниқлаш учун уларнинг индивидуал индекслари аниқланади ва улар қуйидагича ҳисобланади (4.8-жадвал).

Пойафзал сотилишининг умумий қажмига омиллар таъсирини индивидуал индексини қўллаб ечадиган бўлсак у қуйидаги боғланишга эга бўлади:

$$JQ = i_a \cdot i_i \cdot i_p$$

Натижага омиллар таъсири қуйидагича аниқланади:

4.8 – жадвал

Туристтик фирмаларда сотилган маҳсулот умумий қажмининг ўзгаришига кўрсаткичларнинг индивидуал индексларини аниқлаш йўли билан омиллар таъсирини қисоблаш усули.

Кўрсаткичлар	Асос йилида	Қисобот йилида	Индивидуал индекслар
1. Туристтик фирмалар хизмат кўрсаттган аҳолининг сони, минг киши (А)	10,4	10,9	1,048
2. Ўртача жон бошига тўғри келадиган туристик хизматлар миқдори, бирликда (И)	2,6	2,9	1,115
3. Хизматларнинг ўртача баъоси. сўм (Р)	36,2	37,4	1,034
4. Туристтик фирмаларда соф тушум, минг сўм (Q)	978,8	1182,2	1,208

1. Туристтик фирмалар хизмат кўрсаттган аҳоли сонининг асос йилига нисбатан 0,5 минг кишига (10,9 - 10,4) ошиши туристик фирмаларда соф тушум қажмини 47,0 минг сўмга кўпайтирган:

$$(Q_a = (Q_0 \cdot i_a) - Q_0 = (978,8 \cdot 1,048) - (978,8) = 1025,8 - 978,8 = +47,0 \text{ минг сўм.}$$

2. Аҳоли жон бошига тўғри келадиган туристик хизматлар даражасининг 0,3 тага (2,9 - 2,6) ошиши ушбу кўрсаткич қажмини кўпайтиришнинг асосий омили бўлган. Бу омил таъсирида ўрганилаётган кўрсаткич 118,0 минг сўмга ошган:

$$(Q_{и} = (Q_0 \cdot i_a \cdot i_{и}) - (Q_0 \cdot i_a) = (1025,8 \cdot 1,115) - 1025,8 = 1148,8 - 1025,8 = + 118,0 \text{ минг сўм.}$$

3. Туристтик хизматларнинг ўртача баъоси 1,2 сўмга ошган (37,4 - 36,2) .

Бу омил эвазига таҳлил қилинаётган кўрсаткичнинг миқдори 38,4 минг сўмга кўпайган:

$$\Delta Q_p = (Q_0 \cdot i_a \cdot i_{и} \cdot i_p) - (Q_0 \cdot i_a \cdot i_{и}) = 1143,8 \cdot 1,034 - 1148,8 = 1182,2 - 1148,8 = + 38,4 \text{ минг сўм.}$$

Қамма омиллар таъсирининг йиғиндиси туристик фирмалар соф тушуми қажмининг қисобот йилида, асос йилига нисбатан умумий фарқини беради:

$$\Delta Q = \Delta Q_a \pm \Delta Q_n \pm \Delta Q_p = 47,0 + 118,0 + 38,4 = + 203,4 \text{ минг сўм.}$$

Омилли тақлилда Қўлланиладиган усуллардан анча Қўлайи индекс усулидир, чунки бу усулни Қўллаш жараёнида бир вақтнинг ўзида омилларнинг натижага кам мутлоқ, кам нисбий таъсирини аниқлаш мумкин.

4.2.7. Фарқлаш усули.

Туристтик фирмаларда омилли таҳлилни амалга ошириш учун ушбу усул ҳам кенг Қўлланилади. Хўжалик фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар бир-бири билан чамбарчас боғлиқ. Бунда бир кўрсаткич натижа деб Қаралса, шунга боғлиқ бўлган Қолган кўрсаткичлар таъсир Қилувчи омиллар сифатида намоён бўладилар.

Фарқлаш усулининг моқияти шундаки, натижа кўрсаткичига омиллар таъсирини аниқлаш учун қисобланаётган омилнинг фарқи олиниб Қолган омилларнинг жойлашиш тартибига Қараб асос ёки қисобот давридаги миқдори олинади. Масалан, натижа кўрсаткичи (туристтик фирмалардаги соф тушум) билан (Т) унга таъсир Қилувчи омиллар: ходимларнинг рўйхатдаги сони (Х) ва меънат унумдорлиги (МУ) ўртасидаги боғланиш Қуйидаги кўринишга эга бўлади:

$$T = X \cdot MU$$

Ушбу формуладаги омилларнинг таъсирини фарқлаш усули билан аниқлайдиган бўлсак, биринчи омил, яъни ходимларнинг рўйхатдаги сонининг соф тушум миқорига таъсирини (ΔT_x) қисоблаш учун шу омилнинг фарқини ($X_1 - X_0$) иккинчи омил, яъни меънат унумдорлигининг асос (режа) кўрсаткичига (MU_0) кўпайтирилади:

$$\Delta T_x = (X_1 - X_0) \cdot MU_0$$

Иккинчи омил, яъни меънат унумдорлигининг соф тушум миқори ўзгаришига таъсирини ($\Delta T_{му}$) топиш учун шу омилнинг фарқи олинади ($MU_1 - MU_0$) биринчи омил - ходимларнинг ўртача йиллик рўйхатдаги сонининг қисобот давридаги миқдorigа (X_1) кўпайтирилади:

$$\Delta T_{\text{м}} = X_1 \cdot (M_{Y_1} - M_{Y_0})$$

Шу икки омилнинг таъсири натижанинг умумий фарқига тенг бўлиши лозим:

$$\Delta T = \Delta T_x \pm \Delta T_{\text{м}}$$

Ушбу боғланишни аниқ мисоллар ёрдамида кўриб чиқиш мумкин. Бу эса тавсия Қилинаётган назарий қисоб-китобларнинг амалиётга қулланилишидан ҳам далолат бередиган (4.9 - жадвал).

4.9 - Жадвал

Туристтик фирмалар соф тушуми қажмига ходимларнинг рўйхатдаги сони ва меънат унумдорлиги ўзгаришининг таъсирини фақрлаш усули билан аниқлаш йўллари.

Кўрсаткичлар	Режа-да	Қақи-Қатда	Фарқи (+,-)		
			Жа-ми	Шу жумладан	
				Ходимлар сони эвазига	Меънат унумдорлиги эвазига
1. Ходимларнинг ўртача йиллик рўйхатдаги сони, киши	8038	8057	+ 19	х	х
2. Меънат унумдорлиги, сўм	6282,0	6365,5	83,5	х	х
3. Туристтик фирманинг соф тушуми, минг сўм	50495	51287	+792,0	+119,3	+ 672,7

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, туристтик фирманинг соф тушуми режага нисбатан 792,0 минг сўмга кўп бўлган. Бунга Қуйидаги омиллар таъсир Қилган:

1. Ходимларнинг ўртача йиллик рўйхатдаги сонининг 19 кишига кўпайганлиги туристтик фирманинг соф тушуми қажмини 119,3 минг сўмга кўпайтирган:

$$(19 \cdot 6282,0 = + 119,3)$$

2. Қисобот йилида меънат унумдорлигининг 83,5 сўмга кўпайиши туристтик фирманинг соф тушумини 672,7 минг сўмга кўпайтиришга мувоффақ бўлган:

$$(8057 \cdot 83,5 = + 672,7).$$

Ушбу икки омил таъсири товар оборотининг умумий фарқига тенг:

$$119,3 + 672,7 = + 792,0 \text{ минг сўм.}$$

Фарқли усули натижага таъсир этувчи омиллар сони учта ва ундан ортиқ бўлган тақдирда кам, агар улар ўртасидаги боғлиқлик кўпайтириш билан ифодаланса, Қўлланилиши мумкин. У қолда натижага **биринчи омилнинг таъсирини** топиш учун унинг фарқини Қолган икки омилнинг режадаги миқдорига кўпайтирилади. Чиққан натижа биринчи омил таъсири бўлиб қисобланади.

Натижа ўзгаришига **иккинчи омилнинг таъсирини** топиш учун биринчи омилнинг кақиқий миқдори иккинчи омилнинг фарқига ва учинчи омилнинг режадаги даражасига кўпайтирилади. Чиққан натижа шу омилнинг таъсири бўлиб қисобланади.

Натижага **учинчи омилнинг таъсири** кам худди шу тартибда қисобланади. Унда биринчи ва иккинчи омилларнинг кақиқий миқдорига учинчи омилнинг фарқи кўпайтирилади. Чиққан натижа учинчи омил таъсири бўлиб қисобланади. Мисол учун Қуйидаги математик боғлиқликни олайлик :

$$T = Ш \cdot Mш \cdot Tм.$$

Бунда : T - соф тушум қажми ;

Ш - туристик фирмаларнинг ўртача сони ;

Mш - қар бир туристик фирмага тўғри келадиган туристлар сони;

Tм - битта туристга тўғри келадиган соф тушум қажми.

Туристтик фирманинг соф тушуми ўзгаришига туристик фирмаларнинг ўртача сони ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун Қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta T ш = (Ш_1 - Ш_0) \cdot Mш_0 \cdot Tм_0$$

Туристтик фирманинг соф тушумининг қар бир туристик фирмага тўғри келадиган туристлар сони ўзгариши эвазига ўзгарганлигини

фарқлаш усули билан аниқлаш учун Қуйидаги формула тавсия Қилинади:

$$\Delta T_{мш} = Ш_1 \cdot (M_{ш1} - M_{ш0}) \cdot T_{м0}.$$

Туристтик фирманинг соф тушумининг битта туристга тўғри келадиган соф тушум эвазига ўзгаришини аниқлаш учун Қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия Қиламиз :

$$\Delta T_{тм} = Ш_1 \cdot M_{ш1} \cdot (T_{м1} - T_{м0})$$

Одатдагидек барча омиллар таъсири туристик фирма соф тушумининг умумий фарқига тенг бўлиши лозим:

$$\Delta T = \Delta T_{ш} \pm \Delta T_{мш} \pm \Delta T_{тм}$$

Юқорида келтирилган усулнинг амалиётда Қўлланилишини аниқ маълумотларни Қўллаб исботлаш мумкин (4.10-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики туристик фирманинг соф тушуми қисобот йилида ўтган йилга нисбатан 1579,6 минг сўмга кўпайган . Бу ўзгаришга Қуйидаги омиллар таъсир кўрсатган:

1. Туристтик фирмаларнинг ўртача сонининг 2 тага кўпайганлиги соф тушум қажмини 388,2 минг сўмга кўпайтирган.

4.10

-

Жадвал

Туристтик фирманинг соф тушумининг ўзгаришига алоҳида омиллар таъсирини фарқлаш усули билан аниқлаш қисоби.

Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Қисобот йилида	Фарқи (+,-)
1. Туристтик фирмаларнинг ўртача сони, бирликда	128	130	+ 2
2. Қар бир туристик фирмага тўғри келадиган туристлар сони, киши	4,1	4,5	+0,4

3. Битта туристга тўғри келадиган соф тушум қажми, минг сўм	47,34	45,17	- 2,17
4. Туристлик фирманинг соф тушуми, минг сўм	24845,6	26425,2	+ 1579,6

(2 . 4,1 . 47,34)

2. Қар бир туристик фирмага тўғри келадиган туристлар сонининг 0,4 кишига кўпайиши соф тушумни 2461,9 минг сўмга оширган:

(130 . 0,4 . 47,34).

3. Битта туристга тўғри келадиган соф тушум қажмининг 2,17 минг сўмга пасайишини соф тушум қажмини 1268,5 минг сўмга камайтирган:

(130 . 4,5 . (- 2,17)).

Барча омилларнинг таъсири, одатдагидек, натижанинг умумий фарқига тенг:

$$388,2 + 2461,9 - 1268,5 = + 1579,6 \text{ минг сўм.}$$

Ушбу омилли тақлил натижасига асосан мазкур туристик фирмада мавжуд ички имкониятларни аниқлаш мумкин. Бу имконият битта туристга тўғри келадиган соф тушум қажмини оширишда намоён бўлмоқда. Агар қисобот йилида ушбу омил ўтган йилги даражада бўлганда эди соф тушум яна 1268,5 минг сўмга кўпайган бўлар эди. У қолда соф тушумнинг қиқий қажми 26425,2 минг сўм эмас, балки 27693,7 минг сўмга тенг бўлар эди:

(26425,2 + 1268,5).

Туристлик фирмаларда соф тушумнинг режаси ёки ўтган йилга нисбатан ўсиш суръати қам ошган бўлар эди. Қисобот даврида соф тушумнинг ўсиш суръати 6,4 фоизни ташкил қилди:

(26425,2 : 24845,6 . 100) - 100).

Агарда аниқланган ички резевлардан тўлиқ фойдаланилганда эди қисобот йилида соф тушумнинг ўсиш суръати 111,5 фоизни ташкил қилган бўлар эди:

(27697,3 : 24845,6 . 100).

Булардан кўриниб турибдики, фарқлаш усули ҳам туристик фирмалар хўжалик фаолияти таҳлилининг таркибий қисми сифатида улардаги ички имкониятларни ахтариб топиш ва уларни амалиётга сафарбар қилиш йўллари ишлаб чиқишда муҳим иқтисодий дастаклардан бири сифатида намоён бўлади.

4.2.7. Интеграл усул.

Бу усул бир томондан анъанавий усулларга, иккинчидан эса, математик усулга мансуб такомиллашган усулдир. Натижа кўрсаткичига алоқида омиллар таъсирини интеграл усули билан аниқлаш фарқлаш, занжирли алмаштириш каби усулларнинг такомиллашган шаклидир. Интеграл усулининг бир қанча ижобий томони мавжуд. Булар қуйидагилардан иборат:

1. Агарда занжирли алмаштириш ёки фарқлаш усулларида омиллар, кетма-кетлиги ўзгарса, уларнинг натижа ўзгаришига таъсири ҳам қар хил бўлади. Бу усулда эса у ёки бу омилнинг таъсирини қисоблашда кетма-кетликка риоя қилишни талаб қилмайди.

2. Омилларнинг сони ва кетма-кетлиги ўзгаришидан Қатъий назар омиллар таъсири қамиша бир хил ҳажмда бўлади ва энг муқими тўғри топилади.

3. Интеграл усули детерминал омили тақлилнинг бош муаммосини тушунтиришга ёрдам беради. Битта қисобот давр чегарасида омиллар ўзгариши динамикаси аниқ бўлган тақдирда омиллар таъсирини фақат интеграл усули билан илмий асослаб бериш ва бақолаш мумкин.

4. Интеграл усули билан боғлиқ қисоблар бир тарафдан математик тақлил асосларини билишни талаб қилса, бошқа томондан занжирли алмаштириш усулига нисбатан қисобларни бажаришни тақозо қилади. Шу сабабли бу усулнинг қўлланилиши ЭХМ шароитида яхши самара беради.

Уларнинг айримларини кўриб чиқамиз. Натижа кўрсаткичга омиллар таъсирини қисоблашнинг турли шакллари мавжуд. Натижага иккита омил таъсир қиладиган бўлса, қуйидаги боғлиқлик бўлади :

$$Y = X_1 \cdot X_2$$

Бу қолда омиллар таъсири Қуйидагича аниқланади:

Натижа ўзгаришига биринчи омилнинг таъсирини аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия этилади:

$$\Delta Y_{X_1} = X_2^0 \cdot \Delta X_1 + \left(\frac{1}{2} (\Delta X_1 \cdot \Delta X_2) \right)$$

Натижа ўзгаришига иккинчи омилнинг таъсирини аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мумкин:

$$\Delta Y_{X_2} = X_1^0 \cdot \Delta X_2 + \left(\frac{1}{2} (\Delta X_1 \cdot \Delta X_2) \right)$$

Юқоридаги формулаларга асосан, натижа кўрсаткичларига омиллар таъсирини қисоблашни аниқ мисолларда кўриб чиқамиз. Масалан, туристик фирманинг соф тушуми қажмига ишлаб чиқариш фондлари ва улар самарадорлигининг таъсирини қисоблаш талаб қилинади, деб фараз қиламиз. Уларни аниқлаш учун қуйидаги жадвалдан фойдаланилади (4.11-Жадвал).

Жадвалда келтирилган маълумотлар асосида натижанинг ўзгаришига омиллар таъсирини интеграл усулида аниқлаш мумкин.

1. Туристтик фирманинг соф тушуми қажмига асосий воситалар ўртача йиллик қийматининг таъсири эвазига ўзгариши 668,5 минг сўмни ташкил қилди.

$$\Delta M_f = 710 \cdot 92,16 + \frac{710 \cdot 3,71}{2} = + 668,5 \text{ минг сўм.}$$

4.11 - Жадвал.

Туристтик фирманинг соф тушуми қажмига асосий воситалар ва улар самарадорлигининг таъсирини интеграл усулида аниқлаш

Кўрсаткичлар	Шартли белгилари	Режада	Қақиқатда	Фарқи (+,-)
Туристтик фирманинг соф	М			

тушуми, минг сўм		43420	45850	+ 2430
Асосий фондларининг ўртача йиллик қиймати, минг сўм	АФ	47115	47825	+ 710
Фондлар самарадорлиги (бир сўм фондга тўғри келадиган товар мақсулоти), тийин	ФС	92,16	95,87	+ 3,71

2. Туристик фирманинг соф тушуми қажмига асосий воситалар самарадорлиги таъсири эвазига ўзгариши 1761,5 минг сўмни ташкил қилди:

$$710 \cdot 3,71$$

$$\Delta M_{фс} = 3,71 \cdot 47115 + \frac{\quad}{2} = + 1761,5 \text{ минг сўм.}$$

Икки омилнинг таъсири биргаликда туристик фирманинг соф тушуми қажмининг умумий фарқини беради $668,5 + 1761,5 = + 2430$ минг сўм.

Натижа ўзгариши учта омилга боғлиқ бўлган шароитда интеграл усулидан қам фойдаланиш мумкин. Масалан, “У” натижа X_1 , X_2 , X_3 омиллар ўзгаришига боғлиқ бўлса тенглама қуйидагича бўлади:

$$Y = X_1 \cdot X_2 \cdot X_3$$

Бу қолда натижа ўзгаришга биринчи омилнинг таъсири (ΔY_{x_1}) қуйидагича аниқланади:

$$\Delta Y_{x_1} = \frac{1}{2} \Delta X_1 (X_2^0 \cdot X_3^1) + (X_1^2 \cdot X_1^3) + \frac{1}{3} (\Delta X_1 \cdot \Delta X_2 \cdot \Delta X_3).$$

Натижа ўзгаришига иккичи омилнинг таъсирини (ΔY_{x_2}) топиш учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta Y_{x_2} = \frac{1}{2} \Delta X_2 (X_1^0 \cdot X_3^1) + (X_1^1 \cdot X_3^0) + \frac{1}{3} (\Delta X_1 \cdot \Delta X_2 \cdot \Delta X_3).$$

Натижа ўзгаришига учинчи омилнинг таъсирини (ΔY_{x_3}) топиш учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\frac{1}{1} \quad \frac{1}{1}$$

$$\Delta Y_{X_3} = \frac{\Delta X_3}{X_1^0 \cdot X_2^1} + \frac{(\Delta X_1 \cdot \Delta X_2 \cdot \Delta X_3)}{X_1^1 \cdot X_2^0}$$

3

3

Ушбу назарий усулни аниқ маълумотларни Қўллаб амалиётда фойдаланиш йўлини кўриб чиқамиз. Фараз Қилайлик, туристак фирмаларда товар захирасининг айланиш тезлиги савдо залида банд бўлган ходимлар меънат унумдорлиги (X_1), уларнинг умумий ходимлардаги улуши (X_2) ва товар захираларининг ходимлар билан таъминланганлиги (X_3) га боғлиқ. Бу Қуйидаги формулада ифодаланади:

$$Y = X_1 \cdot X_2 \cdot X_3$$

Ушбу боғлиқликни амалий маълумотлар ёрдамида Қуйидаги жадвалда кўриб чиқилади (4.12-жадвал).

4.12 - Жадвал.

Туристтик фирмаларда товар захиралари айланиш тезлигига таъсир этувчи учта омилларни интеграл усул билан аниқлаш йўллари.

Кўрсаткичлар	Шартли белгилар	Режада	ЌаҚиҚа т-да	ФарҚи (+,-)
1. Туристларга бевосита хизмат қиладиган ходимларининг меънат унумдорлиги, минг сўм	X_1	120,5	122,1	+ 1,6
2. Туристларга бевосита хизмат қиладиган ходимларнинг умумий ходимлардаги улуши, %	X_2	65,2	63,4	- 1,8
3. Товар захираларининг бевосита туристларга хизмат қиладиган ходимлар билан таъминланганлиги, киши	X_3	40,5	42,1	+ 1,5
4. Туристтик фирмаларда товар захираларининг айланиш тезлиги, марта	Y	3,18	3,26	+ 0,08

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, товар захираларининг айланиш тезлигига туристларга бевосита хизмат қиладиган ходимларининг меънат унумдорлиги, туристларга бевосита

хизмат қиладиган ходимларининг умумий ходимлар сонидagi улуши ва товар захираларининг бевосита туристларга хизмат қиладиган ходимлар билан таъминланганлиги таъсир кўрсатади. Ушбу омилларнинг товар захираларнинг айланиш тезлигига таъсирини топиш учун юқорида келтирилган боғланишдан ва интеграл усулидан фойдаланилади.

1. Туристларга бевосита хизмат қиладиган ходимларининг меънат унумдорлиги ошиши товар захиралари айланиш тезлигини 0,05 марта оширган:

$$\Delta Y_{x_1} = \frac{1}{2} \cdot 1,6 \cdot (65,2 \cdot 12,1 + 63,4 \cdot 40,5) + \frac{1}{3} \cdot 1,6 \cdot (-1,8) \cdot 1,5 =$$

$$= 0,8 \cdot (2744,92 + 2567,7) - 1,44 = 0,8 \cdot 5312,62 - 1,44 = 4250,1 - 1,44 =$$

$$= 4248,7 \text{ ёки } 0,05 \text{ марта.}$$

2. Туристларга бевосита хизмат қиладиган ходимларнинг умумий ходимлардаги улушининг камайиши ўрганилаётган кўрсаткични режага нисбатан 0,09 мартага камайтирган:

$$\Delta Y_{x_2} = \frac{1}{2} \cdot (-1,8) \cdot (120,5 \cdot 42,1 + 122,1 \cdot 40,5) + \frac{1}{3} \cdot 1,6 \cdot (-1,8) \cdot 1,5 =$$

$$= 1,9 (5073,05 + 4945,05) - 1,44 = -0,9 \cdot 10018,1 - 1,44 = -9016,29 - 1,44 =$$

$$= -0,9 \cdot 10018,1 - 1,44 = -9016,29 - 1,44 = -9017,7 \text{ ёки } -0,09.$$

3. Товар захираларининг бевосита туристларга хизмат қиладиган ходимлар билан таъминланганлигининг ошиши товар захиралари айланиш тезлигини кам 0,12 мартага оширган:

$$\Delta Y_{x_3} = \frac{1}{2} \cdot 1,5 (120,5 \cdot 63,4 + 122,1 \cdot 65,2) + \frac{1}{3} \cdot 1,6 \cdot (-1,8) \cdot 1,5 =$$

$$= 0,75 (7639,7 + 7960,2) - 1,44 = 0,75 (15600,62 - 1,44) = 11700,5 - 1,44 =$$

= 11699,0 ёки 0,12 марта.

Камма омилларнинг йиғиндиси натижа ўзгаришининг умумий фарқига тенг бўлади :

$$\Delta Y = \Delta Y_{X_1} + \Delta Y_{X_2} + \Delta Y_{X_3} = 0,05 - 0,09 + 0,12 = + 0,08 \text{ марта.}$$

Амалда натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқликлар касрли бўлиши кам мумкин. Масалан, меънат унумдорлиги (Y) туристик фирмаларнинг соф тушими қажми (X_1) ва ходимлар сони (X_2) билан бевосита боғлиқдир. Бу қолда Қуйидаги тенглама келиб чиқади:

$$Y = \frac{X_1}{X_2}$$

Ушбу формулага интеграл усулини қўллаб натижага биринчи омилнинг, яъни соф тушум ўзгаришининг таъсирини аниқлаш лозим бўлса Қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta Y_{X_1} = \left(\frac{\Delta X_1}{X_2^0} \right) \cdot \ln \left(\left| \frac{X_2^0}{X_1^0} \right| \right)$$

Натижанинг иккинчи омил эвазига ўзгаришини топиш учун Қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta Y_{X_2} = \Delta Y - \Delta Y_{X_1}$$

Жуда кўп қолларда ишлаб чиқариш корхоналарида рентабеллик даражасига таъсир қилувчи омилларни қисоблашга тўғри келади. Бу боғлиқликни Қуйидаги формула билан ифодалаш мумкин :

$$Y = \frac{X_1}{X_2 + X_3}$$

Бунда Y - рентабеллик даражаси; X_1 - фойда суммаси;
 X_2 - асосий воситаларнинг ўртача қиймати ;

X_3 - айланма маблағларнинг ўртача Қиймати.

Ушбу формулага асосан рентабеллик даражасига барча омилларнинг таъсирини аниқлаш мумкин.

1. Рентабеллик даражасининг фойда суммаси эвазига ўзгаришини топиш учун Қуйидаги формуладан фойдаланилади :

$$\Delta Y_{x_1} = \frac{\Delta X_1}{\Delta X_2 + \Delta X_3} \ln \left(\frac{X_2^1 + X_3^1}{X_2^0 + X_3^0} \right)$$

2. Рентабеллик даражасининг ўзгаришига асосий воситаларнинг таъсирини (ΔY_{x_2}) топиш учун Қуйидаги формуладан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир :

$$\Delta Y_{x_2} = \frac{\Delta Y - \Delta Y_{x_1}}{\Delta X_2 + \Delta X_3} \cdot \Delta X_2$$

3. Айланма маблағлар (капитал) суммаси ўзгаришининг рентабеллик даражасига таъсирини топиш учун (ΔY_{x_3}) Қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия Қиламиз :

$$\Delta Y_{x_3} = \frac{\Delta Y - \Delta Y_{x_1}}{\Delta X_2 + \Delta X_3} \cdot \Delta X_3$$

Умумий натижанинг ўзгариши (ΔY) шу учта омил таъсирига тенг бўлиши керак :

$$\Delta Y = \Delta Y_{x_1} \pm \Delta Y_{x_2} \pm \Delta Y_{x_3}$$

Шуни таъкидлаш лозимки, интеграл усули анча мураккаб бўлиб, кўпроқ меънат ва ортиқча харажатлар талаб Қилади. Тадқиқот натижалари шуни кўрсатдики, омиллар бўйича фарқ унчалик катта бўлмаган тақдирда, яъни 10 % гача бўлганда интеграл усули билан аниқланган омиллар таъсирини занжирли алмаштириш

усули билан аниқлангани каби деярли фарқ қилмайди. Бундай қолларда, ишни осонлаштириш мақсадида занжирли алмаштириш усулидан бемалол фойдаланиш мумкин. Агар омиллар кетма-кетлиги тўғри аниқланиб қўйилган бўлса барча қолларда ҳам занжирли алмаштириш усулидан бемалол фойдаланавериш мумкин.

Хўжалик фаолиятини тақлил қилишдан асосий мақсад қар бир ишлаб чиқарувчи, хизмат қилувчи ёки бошқа фаолият билан шуғулланувчи хўжалик юритувчи субъектларда мавжуд бўлган ички имкониятларни ахтариб топишдан иборатдир. Бу тақлилда Қўлланиладиган барча усуллар билан ҳам аниқланиши мумкин. Бироқ тақлилчи қайси усулни қачон қўллашни яхши билиши лозим. Бу эса, ўз навбатида, тақлилда Қўлланиладиган усулларни мукаммал ўзлаштириб олишни тақозо қилади.

Келажакда тақлилни такомиллаштиришда фақат унда Қўлланиладиган усулларни такомиллаштириб қолмасдан, балки фаолиятни тўғри ифодаладиган кўрсаткичларни ҳам токомиллаштиришни талаб қилади. Ҳозирги бозор муносабатлари шаклланаётган бир пайтда иқтисодий кўрсаткичлар ҳам ўзгармоқда. Миллий қисоб тизими бухгалтерия қисобининг миллий андозалари жорий қилинди ва айримлари эндиликда босқичма-босқич жорий қилинмоқда. Амалиётда эса шуларга мос кўрсаткичлар вужудга келмоқда. Булар эса бухгалтерия ва статистик қисоботлардаги кўрсаткичлар тизимига ҳам тегишли ўзгаришлар ва қўшимчалар киритишни тақозо қилади.

4.2.8. Кичик сонлардан фойдаланиш усули.

Бозор иқтисодиёти шароитида қар бир хўжалик юритувчи субъектларнинг молиявий-хўжалик фаолиятини тўғри ва қаққоний бақолаш лозимлигини қаёт тақозо қилмоқда. Олдинги режали иқтисодиёт шароитида иқтисодий фаолият натижасини бақолашнинг асосий мезони умумлашган кўрсаткичлар бўйича режанинг бажарилиши эди. Эндиликда фақат бундай кўрсаткичлар билан натижага тўғри бақо бериб бўлмайди. Бу камчиликни бартараф қилиш учун тақлилда Қўлланиладиган кичик сонлар усулидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Бу усулнинг моқияти шундаки, агар туристик фирма бирданига бирҚанча фаолият билан шуҳулланаётган бўлса, ёки бирҚанча туристик мақсулот ишлаб чиҚараётган бўлса қаммасидан фойда олиши, манфаатдор бўлиши лозим. Акс қолда, қозирги шароитда бир Қисм фаолият самарасиз бўлади, у фаҚат фирмага зарар келтиради. Масалан, туристик фирма ўзининг асосий фаолияти билан биргаликда яна 4 та қўшимча фаолият билан ҳам шуҳулланади, деб фараз Қиламиз. Бироқ фойда фирма учун қайси фаолиятдан келишидан қати назар у фойда бўлиб ҳисобланади. Унинг натижасини таҳлил қилиш учун қуйидаги жадвални тузиш тавсия қилинади (4.13-жадвал).

4.13 - Жадвал.

Туристтик фирма шуҳулланаётган фаолиятлар бўйича молиявий натижанинг қолати.

Фаолият турлари	Сотиш Қий-мати (даро- мадлари)	Таннархи (харажат- лари)	Фойда +, (зарар -)	Қисобланга н харажати (таннархи)
1. Туристтик фаолият	48530	41371	+7159	41371
2. Овқатланиш фаолияти	22450	23542	- 1092	22450
3. Савдо	51230	56213	- 4983	51230
4. Маиший хизмат	4150	3186	+965	3186
5. Тиббий хизмат	11342	10111	+1231	10111
Жами :	137703	134423	+3280	128348

Туристтик фирма шуҳулланадиган бешта фаолият бўйича 3280 минг сўм фойда олишга мувоффаҚ бўлган. Умуман олганда бу кўрсаткич ёмон натижа эмас. Аммо туристик фирма шуҳулланаётган бешта фаолиятнинг иккитаси зарар билан якунланган. ОҚибатда бу зарар Қолган учта фаолият эвазига Қопланиб кетилган.

Бозор муносабатлари шароитида туристик фирмаларнинг фаолияти бундай натижалар билан тугалланиши маҚсадга мувофиҚ эмас. Фирма ёки бошҚа хўжалик юритувчи субъектлар қозирги шароитда қар Қандай фаолиятдан фойда олиши лозим. Шу туфайли

ушбу тақлил Қилаётган фирмада 3280 минг сўм фойдага эришилган дейиш мумкин. Аммо уни чуқурроқ таҳлил қилинса иқтисодий вазият бутунлай бошқача эканлигини кўрамиз. Ушбу фойда мазкур туристик фирмада янада кўпроқ бўлиши мумкин эди. Чунки бу фойда замирида унинг Қилган зарарлари кам Қопланиб кетилган. Шу туфайли бу жараёндан тўғри хулоса чиқариш учун кичик сонлар усулини Қўллаш мақсадга мувофикдир.

Туристтик фирма ўзининг асосий фаолияти бўлган туристик хизмат кўрсатиш бўйича яхши ишлаган. Худди шундай қол маиший хизмат ва тиббий хизматда кам содир бўлган.

Туристтик фирманинг ҳақиқий фаолияти натижасини чиқариш учун сотилган мақсулотнинг ҳажми харажатлар ҳажмига нисбатан кўп бўлганлиги туфайли кичик сонлар билан кисобланиши зарур бўлган суммага қаражатлар суммасини таққослаб оламиз. Овқатланиш фаолияти ва савдода қаражатлар кўп бўлган. Уларни сотиш Қиймати даражасида бўлиши керак эди, деб фараз Қиламиз ва шу тур фаолиятлар бўйича қаражатларни сотиш Қиймати миқдориди оламиз. Каммаси Қўшилиб чиқилади ва аниқланган суммасини қақиқий қаражат билан солиштириб кўрилса бошқа фаолият эвазига Қанча қаражат Қопланганлиги аниқланади.

Бизнинг мисолимизда бу миқдор 6075 минг сўмни (134423 - 128348) ташкил Қилади, яъни иккита зарар билан ишлаётган фаолиятнинг 6070 минг сўмлик қаражати (1092 + 4983) Қолган учта фаолият эвазига Қопланганлиги аниқланади.

Ушбу усул орқали туристик фирма фаолиятига мавжуд бўлган ички имкониятлар аниқланади. Агар ушбу фирма шу икки фаолият бўйича зарар кўрмай ишлаганда, яъни унинг фаолиятининг фойдалилик нуқтаси нолга тенг бўлганда Қанча фойда олиш лозимлигини аниқлаш мумкин. Бу қолда фирма 3280 минг сўм эмас, балки 9355 минг сўм (137703 - 128348) фойда олиш мумкин экан.

Кичик сонларни туристик фирмаларда бизнес-режасининг бажарилишида кам Қўллаш мумкин. Бунда кўрсаткичлар бевосита ҳақиқий эришилган натижалар билан эмас, балки кичик сонлар билан солиштирилади. Кичик сонлар режа бўладими ёки ҳақиқий, унан ёқати назар кичик миқдори олинади. Туристтик фирма қошида кичик микрофирмалар мавжуд ва улар 4 та мақсулот ишлаб чиқаради, деб

фараз Қиламиз. Бу бўйича фирма Қуйидагича натижага эга (4.14-жадвал).

4.14 - Жадвал.

Туристтик фирма қошидаги кичик бизнес субъектларининг мақсулот ишлаб чиқариши бўйича бизнес режасининг бажарилиши.

(МИНГ СЃМ)

Мақсулот турлари, номлари	Режада	ҚаҚиҚат - да	Режа ва қа- ҚиҚатдаги кичик сонлар	Режанинг бажари- лиши
Њсимлик ёғи	5000	5000	5000	100,0
Совун	6000	6100	6000	101,7
Кунжара	7000	6800	6800	97,1
СариҚ ёғ	4000	4150	4000	103,8
Жами :	22000	24050	21800	109,3

Ушбу туристик фирма қошидаги корхонада режа 109,3 фоизга бажарилганлиги ушбу жадвал натижасидан кўриниб турибди. Аммо кунжара бўйича мақсулот ишлаб чиқариш режаси 2,9 фоиз бажарилмаганлиги туфайли умумий кўрсаткичнинг миҚдори 99,1 фоизни ташкил Қилади.

$$(21800 : 22000) \cdot 100 = 99,1 \%$$

4.3. Туристтик корхоналар фаолиятини тақлил қилишда Қўлланиладиган математик моделларнинг типлари

Туризм соҳаси ҳам жуда кенг қамровли, ўта мураккаб, кўп омилларга боғлиқ жараён. Шу туфайли таҳлил жараёнида уларни ўрганишда одий анъанавий усуллар билан бирга математик моделларнинг типлари ва усуллардан ҳам кенг фойдаланишни тақозо қилади.

Тадқиқотларимиз кўрсатмоқдаки, туристик корхоналар фаолиятини тақлил қилиш жараёнида жуда кўп математик моделларнинг типлари Қўлланилади. Уларнинг кўп учрайдиганлари ва туристик амалиётида кенг қўлланиладиганлари Қўйидагилардир: аддитив модель, мультипликатив модель, касирли модель.

4.3.1. Аддитив модель

Ушбу модель натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқлик қўшув билан ифодаланганда қўлланилади. Масалан, “У” натижа бир қанча омиллар ($X_1, X_2, \dots, X_n$) йиғиндисидан иборат деб фарз қиламиз. Бунга мисол қилиб бир қанча туристик яирмаларнинг тушумлари йиғиндиси ёки битта туристик фирманинг бир ойлик тушуми, алоҳида кунлар бўйича ва ҳ.к. У ҳолда аддитив моделнинг кўриниши қуйидагича бўлади

$$Y = \sum_{i=1}^n X_i = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

Бунда $\sum$ - йиғинди белгиси ; i - омилларнинг тартиб сони ($i = 1, n$) ; n - омилларнинг умумий сони ; X_i - i - омилнинг номи .

Ушбу модель туристик корхоналар фаолиятини тақлил қилиш амалиётида жуда кўп қўлланилади. Масалан, акциядорлик жамиятларига қарашли корхоналар ишлаб чиқарган товар мақсулотларининг қажми, уларда банд бўлган ишчи ва хизматчиларининг умумий рўйхатдаги сони ва ҳ.к. Фарз қиламиз ишлаб чиқариш акциядорлик жамиятига 10 та кичик корхона қарайди. Уларнинг қар бири қар хил қажмда мақсулот ишлаб чиқарган. Барча ишлаб чиқарган мақсулотни аниқлаш учун аддитив моделдан фойдаланганда қуйидаги формулага эга бўлинади :

$$Y = \sum_{i=1}^{10} X_i = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_{10} \quad (i=1,10)$$

4.3.2. Мультипликатив модель

Ушбу модель қам туристик корхоналар фаолиятини тақлил қилишда кенг қўлланилади. Бу модель натижа билан омилнинг ўртасидаги боғлиқлик кўпайтириш билан ифодаланганда

Қўлланилади. Масалан, “У” натижа бирқанча омиллар ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) кўпайтмасидан иборат, деб фараз қиламиз. У қолда мультипликатив модельнинг кўриниши Қуйидагича бўлади:

$$Y = \prod_{i=1}^n X_i = X_1 \times X_2 \times X_3 \times \dots \times X_n \quad (i=\overline{1,n})$$

*Бунда $\prod$ - кўпайтириш белгиси ; i - омилларнинг тартиб сони ;
 $(i = \overline{1,n})$; n - омилларнинг умумий сони ;
 X_i - i - омилнинг номи.*

Мазкур модель, таъкидланганидек, туристик корхоналар фаолиятини тақлил қилишда кенг Қўлланилади, чунки жуда кўп натижа амалиётда омилнинг кўпайтмасидан иборат бўлади. Масалан, туристик фирмалар томонидан сотилган моаҳсулот қажмига (M) таъсир Қилувчи моддий техника базаси билан боғлиқ омилларни олайлик. Унга туристик шаҳобчаларнинг сони (Π), қар бир туристик шаҳобчасига тўғри келадиган туристлар сони (T_c), қар бир туристга тўғри келадиган сотилган маҳсулот ҳажми (T_{cm}) таъсир Қилади. Юқорида келтирилган натижа билан ушбу омиллар ўртасидаги боғлиқликни Қуйидагича ифодалаш мумкин:

$$M = \Pi \cdot T_c \cdot T_{cm}$$

Агар қар бир омилни мос равишда кетма-кет X_1, X_2, X_3 деб белгиласак, бу қолда мультипликатив модельнинг Қуйидагича кўриниши ҳосил бўлади:

$$Y = \prod_{i=1}^3 X_i = X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \quad (i=\overline{1,3})$$

Агарда омиллар сони ўнта бўлса, моделда ўнта кўрсаткичнинг кўпайтмаси олинади, бешта бўлса – бештасиники ва ҳ.к.

10

$$Y = \prod_{i=1}^{10} X_i = X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot X_4 \cdot X_5 \cdot X_6 \cdot X_7 \cdot X_8 \cdot X_9 \cdot X_{10} \quad (i=\overline{1,10})$$

3.3.3. Касрли модель

Мазкур модель кам туристик корхоналар фаолиятини тақлил қилишда кенг Қўлланиладиган моделлардан. У асосан натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқлик бўлиш билан ифодаланганда Қўлланилади. Бунга жуда кўп мисоллар келтириш мумкин. Масалан, туристик корхоналар фаолиятида меънат унумдорлиги сотилган моаҳсулот қажмининг шу соҳада банд бўлган ходимларнинг рўйхатдаги сонига нисбати билан аниқланади. Рентабеллик даражаси соф фойда сўммасининг сотилган моаҳсулот қажмига нисбати билан аниқланади. Фондларнинг самарадорлиги сотилган моаҳсулот қажмининг фондларнинг ўртача йиллик Қийматига нисбати билан аниқланади ва к. к.

Бундай қолларда касрли модельда бирданига мултипликатив ва адитив моделлар ҳам иштирок этишлари мумкин. Булар бир Қанча кўринишга эга бўлади :

$$\begin{array}{ccc}
 X_1 & \sum_{j=1}^n X_j & \sum_{i=1}^n X_i \\
 Y = \frac{X_1}{X_2} & Y = \frac{\sum_{j=1}^n X_j}{\sum_{i=1}^n X_i} & Y = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\prod_{i=1}^n X_i} \\
 \\
 \sum_{i=1}^n X_i & \prod_{i=1}^n X_i & X_i \\
 Y = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} & Y = \frac{\prod_{i=1}^n X_i}{\prod_{j=1}^n X_j} & Y = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}
 \end{array}$$

Касрли модельда бир вақтнинг ўзида қамма модель турлари Қўлланилиши мумкин. Баъзан суръатда аддитив модель бўлса, махражида мултипликатив модель бўлиши мумкин. Суръатида мултипликатив модель бўлиши махражида битта омил кам иштирок

этиши мумкин. Амалиётда суръатида кам махражида кам бир хил моделлар иштирок этишлари кам мумкин.

4.4. Туристик корхоналар фаолиятининг омилли тақлилида қўлланиладиган доимийлик коэффиценти усулидан фойдаланиш⁹

Туристик фирмалар фаолиятида ҳам омилли таҳлилдан кенг фойдаланишни тақозо қилади. Бу соҳада ҳам омиллар бирламчи ва иккиламчи омилларга бўлинади. Ҳозиргача таҳлилга оид адабиётларда натижа кўрсаткичига бирламчи омилнинг таъсирини аниқлаш усули ишлаб чиқилган. Иккиламчи омилларнинг натижа ўзгаришига таъсири билвосита таъсир қилади дейилган ақида қабул қилинган ва унинг натижага таъсири бошқа биринчи омиллар таъсири орқали ўтади деб келинар эди. Эндиликда таҳлилга оид адабиётларда натижа ўзгаришига бир вақтнинг ўзида ҳам бирламчи ва ҳам иккиламчи омилларнинг таъсирини аниқлаш усуллари ишлаб чиқилди¹⁰. Ушбу усул ишлаб чиқаришга мослаштирилган ҳолда тавсия қилинган. Биз эса уни туризм соҳасига тадбиқ қилиш йўллари кўрсатиб бермоқчимиз.

Ушбу усулнинг моҳияти шундаки, натижага бирламчи омилларнинг таъсирини аниқлашда барча омиллар учун доимий бўлаган коэффицент аниқланиб олинади ва шу коэффицентни тегишли иккиламчи омилларнинг таъсирига кўпайтириб шу омилнинг умумий натижага таъсири аниқланади. Масалан, натижага 2 та омил таъсир қилмоқда. Бунинг математик боғланиши қуйидагича тасвирланиши мумкин:

$$C_{\phi} = M \times P ;$$

⁹ Ушбу параграфни ёзишда Б.Р.Пардаев иштирок этди.

¹⁰ Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Минск. ООО «Новое знание» , 2000.- 115-118 бетлар.

Бунда: Сф – туристик фирмаларнинг хорижий туристлардан олинадиган

соф фойдаси ҳажми;

М - туристик фирмаларнинг иш ҳажми, яъни хорижий туристлардан олинадиган соф тушуми;

Р - туристик фирмаларнинг хорижий туристларга хизмат қилиш эвазига эришиши мумкин бўлган режадаги рентабеллик даражаси.

Ушбу формулага нисбий кўрсаткичли усулни қўллаб туристик фирмаларнинг хорижий туристлардан олинадиган соф фойдаси ҳажмининг ўзгаришига (ΔC_f) туристик фирмаларнинг иш ҳажми, яъни хорижий туристлардан олинадиган соф тушумининг (М) ва туристик фирмаларнинг хорижий туристларга хизмат қилиш эвазига эришиши мумкин бўлган режадаги рентабеллик даражасининг (Р) ўзгаришини аниқлаш мумкин.

Сф.нинг ўзгаришига М.нинг таъсирини аниқлаш учун М.нинг ўзгариш суръатини 100 га кўпайтириб Сф.нинг ўзгариш суръатига бўлинади:

$$\Delta C_{fm} = \frac{\Delta M \times 100}{\Delta C_f}$$

Сф.нинг ўзгаришига Р.нинг таъсирини аниқлаш учун 100 дан ΔC_{fm} . Нинг миқдори айрилади:

$$\Delta C_{fr} = 100 - \Delta C_{fm} ;$$

Иккала омилнинг таъсири натижанинг умумий фарқига тенг бўлади:

$$\Delta C_f = \Delta C_{fm} \pm \Delta C_{fr} ;$$

Ушбу формулага асосан хулоса қилинадиган бўлса Сф.га таъсир қиладиган иккита омил ҳам бирламчи омиллар бўлиб ҳисобланади.

Иккиламчи омилларга туристик фирмаларнинг иш ҳажми ва туристик фирмаларнинг эришиши мумкин бўлган режадаги рентабеллик даражаси киради. Шу иккиламчи омилларга таъсир этувчи омиллар ҳам натижага билвосита таъсир қилади. Аммо ҳамон уларнинг таъсири умумий натижа ўзгаришида ўз ифодасини топмасдан келинар эди. Энди вазият умумий натижага иккиламчи омиллар таъсирини ҳам аниқлашни тақозо қилмоқда. Бунинг учун биз қуйидаги усулни тавсия қилмоқдамиз. Масалан, юқоридаги формулага асосан М. бир қанча омиллар эвазига шаклланади. Буни қуйидагича ифода этиш мумкин:

$$M = a \cdot b \cdot c \cdot d ;$$

Бунда: М – туристик фирмаларнинг иш ҳажми, яъни хорижий туристлардан олинадиган соф тушум суммаси;

а – барча туристик гуруҳлар сони;

б - битта туристик фирмага тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони;

с - барча туристларда хорижий туристларнинг улуши;

д – битта хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушум.

Мазкур омилларнинг натижага таъсирини аниқлаш учун ушбу омилларнинг доимийлик коэффиценти ҳисоблаб олинади. Бу қуйидаги формула орқали ифодаланади:

$$K_d = \frac{\Delta C_{фм}}{\Delta M_a \cdot \Delta M_b \cdot \Delta M_c \cdot \Delta M_d} ;$$

Бунда: $\Delta C_{\Phi M}$ – натижанинг, яъни соф
 фойданинг хорижий
 туристлардан олинadиган соф тушум суммасининг
 ўзгариши
 эвазига ўзгарганлиги;

ΔM_a - натижанинг, яъни хорижий туристлардан олинadиган
 соф тушум суммасининг **туристик гуруҳлар сонининг**
 ўзгариши эвазига ўзгарганлиги;

ΔM_b - натижанинг, яъни хорижий туристлардан олинadиган
 соф тушум суммасининг **битта туристик гуруҳларга**
тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони ўзгариши
 эвазига ўзгарганлиги;

ΔM_c - натижанинг, яъни хорижий туристлардан олинadиган
 соф тушум суммасининг **барча туристларда хорижий**
туристларнинг улуши таъсири эвазига ўзгарганлиги;

ΔM_d - натижанинг, яъни хорижий туристлардан олинadиган
 соф тушум суммасининг **битта хорижий туристга тўғри**
келадиган соф тушум эвазига ўзгарганлиги;

Энди ҳар бир омилнинг таъсирини нисбий миқдорда аниқлаш
 учун натижанинг шу омил эвазига ўзгарган мутлоқ миқдорини
 ҳисобланган доимийлик коэффициентига (K) кўпатирилади:

$$\Delta C_{\Phi a} = K_d \cdot \Delta M_a;$$

$$\Delta C_{\Phi b} = K_d \cdot \Delta M_b;$$

$$\Delta C_{\Phi c} = K_d \cdot \Delta M_c;$$

$$\Delta C_{\Phi d} = K_d \cdot \Delta M_d.$$

Худди шундай иккинчи омилнинг, яъни туристик
 фирмаларда рентабелликнинг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни

ҳам аниқлаб уларнинг ҳам умумий натижа ўзгаришига таъсирини ҳисоблаш мумкин.

Ушбу усул бевосита иккиламчи омилларнинг ҳам умумий натижага таъсирини аниқлаш имкониятини беради. Буларга аниқ маълумотларни қўллаб тегишли хулосалар чиқариш ва таъсирчан бошқарув қарорларини қабул қилиш мумкин. Туристик фирмалар фойдасининг ўзгаришига бирламчи омиллар, яъни туристик фирмаларнинг иш ҳажми, яъни хорижий туристлардан олинадиган соф тушуми ва туристик фирмаларнинг хорижий туристларга хизмат қилиш эвазига эришиши мумкин бўлган режадаги рентабеллик даражасининг ўзгаришини аниқлаш учун қуйидаги жадвални тузиш тавсия қилинади (4.15-жадвал).

4.15-жадвал

“Шохруҳ” туристик фирмада фойда ва рентабеллик кўрсаткичларининг ҳисобот йилидаги ҳолати

т/р	Кўрсаткичлар	Режада	Ҳақиқатда	Фарқи (+,-)	Ўзгариш суръати, %
1.	Соф тушум, млн. сўм	311,1	424,7	+112,9	136,21
2.	Рентабеллик даражаси, %	5,88	6,02	+0,14	102,38
3.	Фойда суммаси, млн. сўм	18,3	25,6	+7,3	139,89

Манба: мазкур туристик фирманинг ҳисоботларидан олинди.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, фойда сўммаси ҳисобот йилида ўтган йилга нисбатан 139,89 % ўсган. Бу соф тушумнинг 136,21 % ва рентабеллик даражасининг 102,38 % ўсиши эвазига содир бўлган. Аммо уларнинг айнан натижага қанча таъсир қилганлиги бу ерда ҳали аниқ эмас. Таҳлилнинг асосий вазифаларидан бири шу натижага таъсир қилувчи омилларни аниқлашдан иборатдир.

Энди натижа ўзгаришига шу иккита омилнинг таъсирини аниқлаб олиш лозим бўлади. Бизниг мисолимизда туристик фипма фойдасининг 90,88 % ўзгариши соф тушумнинг ўзгариши эвазига содир бўлган.

$$36,21 \times 100$$

$$\left(\frac{\text{-----}}{39,89} \right).$$

Натижа ўзгаришига иккинчи омил, яъни рентабеллик даражаси ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун биринчи омилнинг таъсирини юздан айирамиз. У ҳолда натижа 9,12 %ни ташкил қилади.

$$(100 - 99,88).$$

Энди фойда сўммасининг ўзгаришига иккиламчи омилларнинг (туристик гуруҳларнинг сони, битта туристик гуруҳга тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони, барча туристларда хорижий туристларнинг улуши, битта хорижий туристдан олинадиган ўртача соф тушум) таъсирини аниқлаш мумкин. Бу учун соф тушумнинг ўзгаришига юқорида келтирилган омилларнинг таъсирини тегишли коэффициентни ҳисоблаб топиш ва уни таҳлил жараёнига қўллаш йўли билан аниқоаш лозим бўлади. Бунинг учун қуйидаги жадвални тузиш тавсия қилинади (4.16-жадвал).

Ушбу жавал маълумотларидан кўриниб турибдики, мазкур таҳлил қилинган туристик корхонади соф тушум ҳажми 112,9 миллион сўмга ёки 36,21 %га кўпайган. Ушбу ўзгаришга тўртта омил таъсир қилган. Буларга қуйидагилар киради:

1. Соф тушум ҳажми биринчи омил таъсирида, яъни туристик гуруҳлар сонининг 1 тага кўпайиши эвазига 39,0 мил. сўмга ошган:

$$(350,8 - 311,8 = +39,0 \text{ млн. сўм}).$$

2. Соф тушум ҳажми иккинчи омил таъсирида, яъни битта туристик гуруҳга тўғри келадиган туристларнинг ўртача сонининг 69 нафар кишига кўпайиши эвазига 12,5 мил. сўмга ошган:

**“Шохрух” туристик фирмасининг бир мавсумлик иш
натижасига таъсир қилувчи омилларнинг ҳисоб-китоби**

Кўрсаткичлар	Режада	Ҳақиқат да	Фарқи (+,-)	Занжирли алмаштиришлар		
				1	2	3
1.Туристик гуруҳларнинг сони, бирликда	8	9	+1	9	9	9
2. Битта туристик гуруҳга тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони, киши	1472	1541	+69	1472	1541	1541
3. Барча туристларда хорижий туристларнинг улуши, %	62,3	63,4	+1,1	62,3	62,3	63,4
4. Битта хорижий туристдан олинадиган ўртача соф тушум, минг сўм	42,5	48,3	+5,8	42,5	42,5	42,5
5. Соф тушум ҳажми, млн. Сўм.	311,8	424,7	+112,9	350,8	363,3	373,7

(363,3 - 350,8 = +12,5 млн. сўм.).

3. Соф тушум ҳажми учинчи омил таъсирида, яъни барча туристларда хорижий туристлар улушининг 1,1 %га кўпайиши эвазига 10,4 мил. сўмга ошган:

$$(373,7 - 363,5 = +10,4 \text{ млн. сўм.}).$$

4. Соф тушум ҳажми тўртинчи омил таъсирида, яъни битта хорижий туристдан олинадиган ўртача соф тушумнинг 5,8 минг сўмга кўпайиши эвазига 51,0 мил. сўмга ошган:

$$(424,7 - 373,7 = +51,0 \text{ млн. сўм.}).$$

Одатдагидек барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарқи, яъни 112,9 млн. сўмни ташкил қилади:

$$(39,0 + 12,5 + 10,4 + 51,0).$$

Бу ҳисоб-китоблар алоҳида омилларнинг натижага, яъни соф тушумнинг ўзгаришига таъсирини ифода этади. Айнан шу омиллар туристик фирманинг фойдасининг ўзгаришига ҳам таъсир этади. Уларнинг миқдорини аниқлаш учун омиллар таъсирини ўзида ифода этадиган доимийлик коэффициентидан фойдаланилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$K_d = \frac{90,88}{39,0 + 12,5 + 10,4 + 51,0} = 0,805$$

Ушбу коэффицентни ҳар бир иккиламчи омилнинг мутлоқ миқорига кўпайтириб уларнинг умумий натижага, яъни туристик фирманинг соф фойдасига таъсирини аниқлаш мумкин. Бу учун қуйидаги ҳисоб-китоблар амалга оширилади:

1. Туристтик фирма соф фойдасининг барча туристик гуруҳлар сони ўзгариши эвазига ўзгарганлиги 31,4 %га тенг:

$$39,0 \times 0,805 = 31,39 \text{ \%}.$$

2. Туристтик фирма соф фойдасининг битта туристик фирмага тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони ўзгариши эвазига ўзгарганлиги 10,6 %га тенг:

$$12,5 \times 0,805 = 10,06 \%$$

3. Туристтик фирма соф фойдасининг барча туристларда хорижий туристларнинг улуши ўзгариши эвазига ўзгарганлиги 8,37 %га тенг:

$$10,4 \times 0,805 = 8,37 \%$$

4. Туристтик фирма соф фойдасининг битта хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушум эвазига ўзгарганлиги 41,6 %га тенг:

$$51,0 \times 0,805 = 41,06 \%$$

Энди ушбу омилларнинг йиғиндиси фоиз ҳисобида 100,0 эмас, балки 90,88 %ни ташкил қилади. Бу 4 та омилнинг таъсирининг миқдори фойда ўзгаришига соф тушумнинг таъсирига тенг. Энди фойданинг ўзгариши қайси омиллар эвазига содир бўлганлигини аниқлаш мумкин:

1. Туристтик фирма соф фойдасининг барча туристик гуруҳлар

- | | |
|---|---------|
| сони ўзгариши эвазига ўзгарганлиги | 31,39 % |
| 2. Туристтик фирма соф фойдасининг битта туристик фирмага тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони ўзгариши эвазига ўзгариши | 10,06% |
| 3. Туристтик фирма соф фойдасининг барча туристларда хорижий туристларнинг улуши ўзгариши эвазига ўзгарганлиги | 8,37% |
| 4. Туристтик фирма соф фойдасининг битта хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушум эвазига ўзгарганлиги | 41,06 % |
| 5. Туристтик фирма соф фойдасининг рентабелли нормасининг ўзгарганлиги эвазига ўзгариши | 9,12 % |
| Барча омиллар таъсири | 100,0 % |

$$31,39 + 10,06 + 8,37 + 41,06 + 9,12 = 100,00 \%$$

Ушбу ҳисоб-китоб натижаси шуни кўрсатмоқдаки, омилли таҳлилда иккинчи даражали омилларнинг умумий натижага таъсирини доимийлик коэффициентини аниқлаш йўли билан ҳисоблаш мумкин экан. Ушбу усул иқтисодий таҳлилда янги усул бўлиб омилли таҳлилнинг такомиллашишида муҳим аҳамиятга эга.

5 –Боб. Туристик фирмалар фаолиятининг иқтисодий барқарорлиги, мустаҳкамлиги ва рақобатбардошлигини баҳолаш йўллари ва уларнинг қиёсий таҳлили¹¹

5.1. Туристик фирмаларнинг иқтисодий барқарорлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллари

Мамалакат иқтисоийётининг келажаги, унинг соҳаларидан бири бўлган туризм хизматлари соҳасидир. Туризм келажакда албатта мамлакатимизда асосий даромад келтирадиган, давлат бюджетига барқарор тушумни таъминлайдиган соҳалардан бирига айланади. Туризмнинг ривожланиши мамлакат келажагини белгилар экан, бу соҳа изчил ва барқарор тараққиёт этмоғи лозим.

¹¹ Ушбу 2 – бобни тўлиқ Р.Атабаев тайёрлаган.

Туризмнинг барқарор ривожланишини таъминлаш учун унинг ҳар бир субъектини рақобатбардош ҳолатга келтиришни тақозо қилади. Бу эса туризм соҳасида рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқиш заруратини туғдиради. Туризм фаолиятини баҳолаш учун бир қанча кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин.

Бозор муносабатлари шароитида хўжалик юритувчи субъектларнинг, хусусан, туристик фирмаларнинг ҳам иқтисодий барқарорлигини, мустаҳкамлигини ва рақобатбардошлигини таъминлашни тақозо қилади. Бу эса ўз навбатида ушбу кўрсаткичларни баҳолашни, таҳлил қилишни талаб қилади.

Туристик фирмаларнинг **иқтисодий барқарорлигини** таъминлаш учун унинг маржинал даромадини имкон қадар кўпайтиришни тақозо қилади. Бу эса ўзгарувчи харажатларни камайитириш эвазига эришилади.

Иқтисодий барқарорликни ифодаловчи кўрсаткични аниқлаш учун туристик фаолиятдан тушган тушум (Тфт), ўзгарувчи харажатлар (Ўзх), ўзгармас харажатлар (Ўзмх), маржинал даромад (Мд) ва фойда суммаларининг (Ф) иштирокини таъминлаш лозим. Буларни аниқлагач корхонанинг иқтисодий барқарорлигини ҳисоблаш (ИБ) учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$Мд - Узмх$$

$$ИБ = \frac{Тфт - Узх}{Мд - Узмх}$$

$$Тфт - Узх$$

Мазкур формуланинг суръати фойдани (Ф) берса, маҳражи маржинал даромадга (Мд) тенг бўлади. Агар буларни инобатга оладиган бўлсак, корхонанинг иқтисодий барқарорлиги (ИБ) Ф.нинг Мд. суммасига нисбати билан аниқланади. Мазкур кўрсаткичнинг миқдори маржинал даромаднинг фойда суммаси билан таъминланганлигини кўрсатади. Унинг миқдори қанча кўп бўлса корхона ёки бошқа хўжалик юритувчи субъектлар учун шунча яхши. Чунки фойданинг маржинал даромадга нисбатан қанча фойизлигини ифодалайди. Бу кўрсаткични ҳисоблаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$Ф$$

$$ИБ = \frac{\quad}{\quad}$$

Мд

Ушбу кўрсаткич, таъкиланганидек, корхонада фойданинг маржинал даромадга нисбатан неча фоиз ташкил қилганлигини кўрсатганлиги туфайли мазкур кўрсаткичнинг миқдори қанча кўп бўлса, корхона учун шунча яхши. Бироқ, шуни инобатга олиш лозимки фирма фойдасининг миқдори бизнес режадаги миқдордан кўп бўлиши, бу бўйича кўзда тутилган режанинг бажарилган бўлиши лозим. Чунки Мд. Бир хил бўлиб фойда суммаси кўпайиб борса корхонанинг ИБ. Ошиб боради. Шу туфайли ушбу кўрсаткични таҳлил қилганда албатта фойда режасининг бажарилганлигини ва унинг динамикасини ўрганиш лозим. Фойда, тенг ҳолда, туристик фаолиятдан тушган тушум даражасига мутаносиб равишда ошиб бориши лозим.

Туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг молиявий-хўжалик фаолиятини таҳлил қилиш усуллари таҳлилга оид адабиётларда деярли ёритилман. Буларни инобатга олиб, келтирилган кўрсаткичларнинг аниқланиш йўллари ва қиёсий таҳлилини аниқ амалий маълумотларни қўллаган ҳолда кўрсатиб беришга ҳаракат қиламиз.

Туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий барқарорлигини баҳолаш ва таҳлил қилш учун бир қанча кўрсаткичлардан фойдаланилади. Буларни амалга ошириш учун қуйидаги жадвални тузиш тавсия қилинади (5.1.-жадвал).

5.1.-жадвал

**Самарқанд вилоятидаги бешта туризм сервиси билан
шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий барқарорлигини аниқлаш
ҳисоб-китоби**

Кўрсаткичлар	А	Б	В	Г	Д
1. Туристлар сони, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2. Туристик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	420940,8	627291,0

3. Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4. Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5. Маржинал даромад, минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8
6. Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7. Иқтисодий барқарорлик, % (6қ:5қ)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8. Фирмаларнинг иқтисодий барқарорлиги бўйича ўринлари	4	3	2	1	5

Манба: тегишли туристик фирмаларнинг бошқарув ҳисоби маълумотлари асосида муаллиф тамонидан ҳисоб-китоб қилинди.

Ушбу жадва маълумотларининг қиёсий таҳлили шунини кўрсатмоқдаки, ўрганилаётган 5 та туристик фирмалардан иқтисодий барқарорлик бўйича энг юқори кўрсаткичга эришгани Г фирмаси бўлиб ҳисобланади. Унинг Мд фойдалилиги 48,64 %га тенг. Иккинчи ўринда В туристик фирмаси турган бўлса, 3-ўринни Б фирмаси эгаллаган. 4-ўрин А фирмасига тўғри келади, энг охириги 5-ўринни Д фирмаси эгаллаган. Фирмаларнинг эгаллаган ўринларига қараб, қайси туристик фирмада нималарга эътибор бериш лозимлиги келиб чиқмоқда. Биринчи галда асосий эътиборни Д фирмасига берадиган бўлсак, навбатдаги эътиборни А фирмасига қаратиш лоим ва ҳ.к.

Таҳлилнинг туристик фирмаларни ўрганишдаги навбатдаги вазифаси, айнан туризм сервис билан шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий мустаҳкамлигини баҳолаш ва таҳлил қилишдан иборатдир. Чунки бозор муносабатлари шароитида ушбу кўрсаткичларни аниқламасдан, уларнинг барқарорлигини таъминламасдан туриб, уни банкротликдан, иқтисодий инқирозлардан сақлаб қолиш жуда мураккаб бўлади. Шу туфайли мазкур масала ҳам эътибордан четда қолиб кетмаслиги лозим.

5.2. Туризм сервис билан шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий мустаҳкамлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллари

Бозор муносабатлари шароитида корхона фаолиятига баҳо беришда қўлланилиши лозим бўлган кўрсаткичлардан бири, бу унинг **иктисодий мустаҳкамлигини (Им)** ифодаловчи кўрсаткичлардир. Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун туристик фаолиятда хизмат кўрсатилган туристлар сонини (Тур) фойдалилик нуқтасини таъминловчи (Фн) туристлар сонига (Тур.фн) бўлиш лозимдир. Бу учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз.

$$K_{им} = \frac{T_{ур}}{У_{змх} : Т_{мф}} = \frac{T_{ур}}{Т_{ур} \cdot фн}$$

Ушбу формулада **фойдалилик нуқтасини** таъминловчи туристлар сонини (Тур.фн) аниқлаш учун ўзгармас харажатларни (Ўзмх) туристик фаолиятнинг маржинал даромадлилигига (Тфмд) бўлинади. Буни қуйидаги формула орқали аниқлашни тавсия қиламиз:

$$Т_{ур} \cdot фн = \frac{У_{змх}}{Т_{фмд}}$$

Агар ушбу формула орқали ҳисобланган миқдор бирга тенг бўлса ($Т_{ур.фн} = 1$) корхона ўз фаолиятида зарар ҳам кўрмаган ва фойдага ҳам эришмаган бўлади. Агар $Т_{ур.фн} > 1$ бўлса туристик фирма фойдага эришганлигидан, $Т_{ур.фн} < 1$ бўлса зарар кўрганлигидан далолат беради. Ушбу кўрсаткичларнинг қиёсий таҳлили қуйидаги жадвалда келтирилган (5.2.-жадвал).

Корхонанинг иктисодий мустаҳкамлиги бўйича Г фирма етакчилик қилмоқда. Унинг миқдори 1,95 коэффициентни ташкил қилади. Бу кўрсаткич эришилгин натижанинг, яънитуристлар сонининг фойдалилик нуқтасини таъминлайдиган туристлар сонига нисбатан 1,95 марта кўплигини билдиради. Қиёсий таҳлил натижалари бўйича 2-ўринни В фирмаси эгаллаб турибди. Унинг миқдори 1,94 мартани ташкил қилади. Мос равишда 3-ўринда Б фирмаси, 4-ўринда А фирмаси ва ниҳоят охирги 5-ўрина Д фирмалари эгаллаб турибдилар. Қиёсий таҳлил натижасининг кўрсатиши бўйича, тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш, қайси фирманинг қайси жиҳатларига аҳамият бериш лозимлиги каби масаллар ойдинлашади.

Бозор мунасабатлари шароитида таҳлилнинг асосий вазибаларидан бири, туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг молиявий мустаҳкамлиги ва рақобатбардошлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллари кўрсатиб беришдан иборатдир. Чунки ушбу кўрсаткичларсиз эркин рақобат майдонида юқори самарадорлик билан фаолият кўрсатиш бироз мураккаб бўлади.

5.3. Туристик фирмаларнинг молиявий мустаҳкамлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллари

Бозор муносабатлари шароитида корхоналар хўжалик фаолиятини баҳолашда энг муҳим кўрсаткичлардан бири унинг **молиявий мустаҳкамлиги ёки рақобатбардошлигини** ифодаловчи кўрсаткичлардир (Крб). Ушбу кўрсаткич, туристик фаолиятдан тушган тушумнинг фойдалилик нуқтасидан қанча юқори эканлигидан далолат беради. Уни аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади.

$$K_{pm} = \frac{T_{\phi m}}{T_{yp} \cdot \phi_n}$$

5.2.-жадвал

Самарқанд вилоятидаги бешта туристик фирмалар рақобатбардошлигининг миқдори ва даражасининг қиёсий таҳлили

Кўрсаткичлар	А	Б	В	Г	Д
1. Туристлар сони, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2. Туристик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	420940,8	627291,0
3. Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4. Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5. Маржинал даромад, минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8
6. Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0

7. Иқтисодий барқарорлик коэффиценти (6к:5к)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8. Туристик фаолиятнинг ўзгарувчи харажатлилиги, минг сўм (3к:1к)	85,09	90,81	78,88	65,69	76,19
9. Туристик фаолиятнинг самарадорлиги, минг сўм (2к:1к)	103,4	110,3	97,0	81,2	94,5
10. Туристик фаолиятнинг маржинал даромадлиги, минг сўм (9к-8к)	18,31	19,45	18,12	15,51	18,31
11. Фойдалилик нуқтаси миқдори, киши (4к:10к)	1138	1960	2238	2664	3728
12. Фойдалилик нуқтаси суммаси, минг сўм (11к . 9к)	117669,2	216188,0	217086,0	216316,8	352296,0
13. Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлик коэффиценти (1к:11к)	1,88	1,93	1,94	1,95	1,78
14. Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлиги бўйича эгаллаган ўринлари	4	3	2	1	5

Манба: тегишли туристик фирмаларнинг бошқарув ҳисоби ва 3.1.-жадвал маълумотлари асосида муаллиф тамонидан ҳисоб-китоб қилинди.

Агар $Kpб = 1$ бўлса туристик фаолият натижасида олинган тушум фақат барча харажатларни қоплаганлигидан, ҳеч қандай фойда ёки зарар кўрмаганлигидан долалат беради. Агар $Kpб > 1$ бўлса корхона молиявий жиҳатдан мустаҳкам рақобатбардошлигидан долалатдир. Агар $Kpб < 1$ бўлса корхона ўз харажатларини ўзи қопламаётганлигидан, унинг фаолияти рақобатбардош эмаслигидан далолатдир. Ушбу кўрсаткичларнинг қай даражада эканлигини аниқлаш учун унинг **молиявий мустаҳкамлик даражасини (Ммд)** ҳам аниқлашни тақозо қилади. Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун молиявий мустаҳкамлик (рақобатбардошлик) миқдорини ($Kpб$) юзга кўпайтириб туристик фаолиятдан тушган тушумга ($Tфт$) бўлиш кифоя. Буни аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$M_{\text{мд}} = \frac{K_{\text{рб}} \cdot 100}{T_{\text{фм}}}$$

Туристик фирмаларнинг молиявий мустаҳкамлик даражаси, унинг рақобатбардошлик даражасини ҳам ифода этади. Ушбу кўрсаткичлар асосида бир қанча туристик фирмалар бўйича тегишли ўринларни аниқлаш мумкин бўлади.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, барча хўжалик юритувчи субъектларда уларнинг иқтисодий барқарорлиги, молиявий мустаҳкамлиги, рақобатбардошлиги, фойдалилик нуқтаси каби кўрсаткичлар бир-бирига ўзаро чамбар-час боғлиқдир. Корхоналар фаолиятига баҳо беришда албатта ушбу бир-бирига боғлиқ кўрсаткичлар тизимини инобатга олиш лозим, деб ўйлаймиз.

Мазкур кўрсаткичлар бўйича, таҳлил қилинаётган 5 та туристик фирманинг рақобатбардошлиги қиёсий ўрганилди (5.3.-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, таҳлил қилинаётган бешта туристик фирмаларда (улар шартли равишда А, Б, В, Г, Д ҳарфлар билан белгилаб олинган), иқтисодий барқарорлик «Г» фирмадаги 48,64 %дан «Д» фирмада 43,84 гача масофага эга. Ушбу маълумотлар бўйича хулоса қилинадиган бўлса, туристик фирманинг иқтисодий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар миқдори анча юқори. Иккинчи ўринда «В» фирмаси 48,48 % миқдор билан турибди, учинчи ўринни 48,23 % миқдор билан «Б» фирма эгаллаган бўлса, тўртинчи ўрин 46,81 % миқдор билан «А» фирмага тўғри келади.

5.3.-жадвал

Самарқанд вилоятидаги бешта туристик фирмалар рақобатбардошлигининг миқдори ва даражасининг қиёсий таҳлили

Кўрсаткичларнинг номи	А	Б	В	Г	Д
1. Туристлар сони, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2. Туристик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	420940,8	627291,0
3. Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4. Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5. Маржинал даромад,					

минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8
6. Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7. Иқтисодий барқарорлик коэффициенти (6қ:5қ)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8. Туристтик фаолиятнинг ўзгарувчи харажатлилиги, минг сўм (3қ:1қ)	85,09	90,81	78,88	65,69	76,19
9. Туристтик фаолиятнинг самарадорлиги, минг сўм (2қ:1қ)	103,4	110,3	97,0	81,2	94,5
10. Туристтик фаолиятнинг маржинал даромадлилиги, минг сўм (9қ-8қ)	18,31	19,45	18,12	15,51	18,31
11. Фойдалилик нуқтаси миқдори, киши (4қ:10қ)	1138	1960	2238	2664	3728
12. Фойдалилик нуқтаси суммаси, минг сўм (11қ . 9қ)	117669,2	216188,0	217086,0	216316,8	352296,0
13. Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлик коэффициенти (1қ:11қ)	1,88	1,93	1,94	1,95	1,78
14. Молиявий мустаҳкамлик (рақобатбардошлик) миқ-дори, минг сўм (2қ-12қ)	103606,8	200746,0	203236,5	204624,0	274995,0
15. Молиявий мустаҳкамлик (рақобатбардошлик) даражаси (14қ:2қ . 100), %	46,82	48,15	48,35	48,61	43,8
16. Фирмаларнинг рақобатбардошлиги бўйича ўрни	4	3	2	1	5

Манба: Самарканд вилоятида фаолият кўрсатаётган 5 та туристик фирмалар маълумотлари асосида муаллифнинг ҳисоб-китоби натижалари. Туристтик фирмаларнинг номлари шартли равишда ҳарфлар билан белгилаб олинди. Айрим кўрсаткичлар методологик асосни таъминлаш мақсадида тақрибан олинди.

Охирги ўринда 43,84 % миқдор билан «Д» фирма турибди. Бундан шундай хулоса чиқариш мумкинки, «Г» туристик фирмасининг олаётган маржинал фойдасининг қарийб ярмини (48,6 %) фойда суммаси ташкил қилади. Бундай жараён бозор муносабатлари шароитида ижобий ҳисобланади ва мазкур фирмани иқтисодий жиҳатдан барқарор деб баҳолаш мумкин. Худди шундай

ҳолатни туристик фирмаларнинг иқтисодий мустаҳкамлик даражаси бўйича ҳам кўриш мумкин.

Таҳлил кўрсатмоқдаки, корхонанинг иқтисодий барқарорлиги юқори бўлган фирмада унинг иқтисодий мустаҳкамлиги ҳам юқори. Ушбу ҳолатни характерловчи кўрсаткичлар ифодалашча биринчи ўринни «Г» фирмаси 1,95 коэффицент билан эгаллаган бўлса, иккинчи ўринда 1,94 коэффиценти билан «В» фирмаси, учинчи ўринда 1,93 коэффицент билан «Б» фирмаси эгаллаб турибди. Ушбу кўрсаткич бўйича ҳам худди иқтисодий барқарорлик сингари тўртинчи ўринда «А» фирма (1,88) ва бешинчи ўринда «Д» фирма (1,78) турибдилар.

Корхоналарнинг молиявий мустаҳкамлиги, яъни рақобатбардошлиги жиҳатидан ҳам шу бешта фирма маълумотлари таҳлил қилинди. Рақобатбардошликнинг миқдори бўйича таҳлил қиладиган бўлсак, энг юқори кўрсаткичга «Д» фирма эришган, иккинчи ўринда «Г» фирма ва ниҳоят охириги ўринда «А» фирма турибди. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, рақобатбардошликнинг миқдори ҳам бошқа миқдорий кўрсаткичлар сингари таҳлил қилинаётган кўрсаткичлар ҳолатига баҳо бериш учун етарли эмас. Шу туфайли рақобатбардошликнинг даражасини аниқлашни тавсия қилганмиз ва аниқ маълумотлар асосида уларнинг кўрсаткичлари ишлаб чиқилган. Ушбу кўрсаткичлар бўйича хулоса қилинадиган бўлса, шунини таъкидлаш жоизки, 5 та фирма ичида энг рақобатбардошли фирма «Г» фирмасидир. Иккинчи ўринда «В», учинчи ўринда «Б», тўртинчи ўринда «А» ва ниҳоят бешинчи ўринда «Д» фирмалари эгаллаганлар.

Хулоса қилиб айтганда, фирмаларнинг иқтисодий барқарорлиги, мустаҳкамлиги ва рақобатбардошлигини баҳолаш ва қиёсий таҳлил қилиш бўйича ишлаб чиқилган тавсияларимиз амалиётга жорий қилинса, сўзсиз, корхоналар ишини яхшилаш, рақобатбардошлигини мустаҳкамлаш имконияти туғилади ва таъсирчан бошқарув қарорларини қабул қилиш учун асос бўлади.

5.4. Туристик фирмаларда рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичлар тизими, уларни аниқлаш ва таҳлил қилиш йўллари

Ҳозирги пайтда мамлакатимиз кескин ривожланиш палласига кирди. Бу ҳолатда ижтимоий-иқтисодий тараққиётга эришишнинг муҳим йўлларида бири мамлакатимизнинг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланишига ҳам бевосита боғлиқ. Шу туфайли бу соҳага эътибор берилиб, унинг қонуний ва моддий техник асоси яратилди. 1992 йилда “Ўзбектуризм” Миллий компанияси ташкил этилди, 1995 йилда Ўзбекистонда 2005 йилгача туризмни ривожлантириш бўйича Давлат дастури қабул қилинди. Буларнинг ҳаммаси мамлакатимизда туризмни ривожлантириш учун қонуний асос бўлиб хизмат қилмоқда. Аммо бу соҳа бўйича мавжу салоҳиятдан етарлича фойдаланилмапти. Чунки унинг ривожланиш тенденцияси, туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш йўллари, уни ташкил қилиш, бошқаришни такомиллаштириш, рақобатбардошлигини баҳолаш каби масалалари назарий ва амалий жиҳатдан ҳамон чуқур ўрганилган эмас.

Бозор муносабатлари шароитида ҳамма соҳада бўлганидек, туризм соҳасида ҳам эркин рақобат ҳукм суради. Бу соҳанинг рақобатбардошлигига нафақат ички, балки кўп ҳолларда ташқи омиллар ҳам етарли даражада таъсир қилади. Шу туфайли ушбу соҳанинг рақобатбардошлигига баҳо беришда, уларни ифоаловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқишда ички омиллар билан бирга ташқи омилларни ҳам инобатга олиш лозим.

Туризм соҳасида рақобатбардошликни аниқлаш учун икки жиҳатдан ёндашмоқ лозим. Биринчидан, ушбу соҳа ўзига фойда келтиришни таъминласа, иккинчидан, у давлатга ҳам фойда келтириши лозим. Шу икки жиҳатга эришилса, табиийки, у аҳолига ҳам, айниқса уларни иш билан таъминлаш орқали даромадларини кўпайтиришга ҳам хизмат қилади. Агар ушбу тлабдан келиб чиқадиган бўлсак, туризм соҳасида рақобатбардошликни ифодалаш учун қўйидаги кўрсаткичлар тизимидан фойдаланишни мақсадга

мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Ушбу соҳада рақобатбардошликни ифодалаш учун кўрсаткичлар тизимини уч гуруҳга булиш лозим. Буларга:

- туризм соҳасининг рақобатбардошлигини ифоаловчи кўрсаткичлар;
- туристик фирмалар рақобатбардошлигини ифоаловчи кўрсаткичлар;
- туристик хизматлар рақобатбардошлигини ифоаловчи кўрсаткичлар;

Мазкур бобда, ушбу келтирилган кўрсаткичлардан фақат туризм соҳасининг рақобатбардошлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимига тўхталамиз. Таҳлил жараёнида ушбу кўрсаткичларнинг ҳар бирини аниқлаб, уларнинг ахборот таъминотини аниқ белгилаб, ўзгаришларига тегишли хулосалар бериш лозимдир. Бу кўрсаткичларга қуйидагилар киради:

1. Туристтик соҳа даромадлилигининг рақобатбардошлиги;

1.1 Туристтик фирмаларнинг харажатлари рентабеллиги (P_x)

$$P_x = \frac{\Phi_c}{X_b} \cdot 100$$

Бунда: Φ_c – Соф фойда,

X_b – барча харажатлар миқдори.

1.2 Туристтик фирмаларнинг даромадлилиги (D_t)

$$D_t = \frac{D_y}{X_b} \cdot 100$$

Бунда: D_y – туризм соҳасининг ялпи даромади.

2. Туризм соҳасидан давлатнинг фойда қилиши орқали унинг фаолиятидан манфаатдорлиги:

2.1 Туризм соҳасидан тушадиган солиқлар ва бошқа тушумларнинг

ўзгариш суръати (Сўс):

$$C_{\text{ус}} = \frac{C_{\text{ОЛ}}_{\text{хй}}}{C_{\text{ОЛ}}_{\text{ый}}} \cdot 100$$

Бунда: СОЛхй – солиқ ва бошқа тушумларнинг ҳисобот

йилидаги МИқдори;

СОЛўй – солиқ ва бошқа тушумларнинг ўтган

йилдаги МИқдори;

2.2 Туризм соҳаси тўлайдиган солиқларининг давлат (махаллий) бюджетдаги улуши (Сул):

$$C_{\text{ул}} = \frac{C_{\text{ОЛ}}_{\text{хй}}}{B_{\text{м}}} \cdot 100$$

Бунда: Бм – бюджетнинг умумий миқдори.

2.3 Туризм соҳасининг мамлакат ялпи ички маҳсулотдаги улуши (Тм.ул):

$$T_{\text{м ул}} = \frac{T_{\text{м}}}{ЯИМ} \cdot 100$$

Бунда: Тм – туризмнинг ялпи маҳсулоти;

ЯИМ – ялпи ички маҳсулот;

2.4 Хорижий валюта тушумининг ўзгариш суръати:

$$X_{\text{в}} = \frac{X_{\text{в}}_{\text{х}}}{X_{\text{в}}_{\text{ый}}} \cdot 100$$

Бунда: Хвқ – хорижий валюталарнинг
ҳақиқиймиқдори

Хв.ўй – хорижий мамлакатларнинг ўтган йилдаги
миқдори.

3. Туризм соҳасидан аҳолининг қиладиган фойдаси

3.1 Аҳолининг иш билан бандлиги даражаси (Абд):

$$A_{\text{БД}} = \frac{T_{\text{ХС}}}{I_{\text{КХС}}} \cdot 100$$

Бунда: Тхс – туризм соҳасида банд бўлган ходимлар сони;
Иххс – иш қобилиятига эга ходимлар сони.

3.2 Туризм соҳасидан олинадиган даромаднинг аҳоли жон бошига тўғри келиши (Дажб):

$$D_{\text{АЖБ}} = \frac{TД}{А}$$

Бунда: ТД – туризм соҳасидан аҳолига тегишли даромадлар миқдори;
А – аҳолининг ўртача йиллик сони.

Таҳлил жараёнида ҳар бир кўрсаткич бўйича унинг мутлақ ва нисбий фарқи топилади. Уларнинг ўзгариш тенденциясини аниқлаш учун динамикаси ҳам таҳлил қилинади. Таҳлилнинг энг муҳим вазифаларидан бири ўрганилаётган кўрсаткичлар ўзгаришига таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларнинг таъсирини ҳисоблашдан иборатдир. Бу омилли таҳлил мазкур кўрсаткични яхшилаш бўйича ички имкониятларни ахтариб топиш ва таъсирчан қарорлар қабул қилиш имконини беради.

Таҳлилнинг яна муҳим вазифаларидан бири рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичлар тизимидан ягона комплекс кўрсаткични аниқлаб, таҳлил қилинаётган субъектлар бўйича рейтингини аниқлашдан ҳам иборатдир. Бу учун кўрсаткичлар тизими асосида ягона комплекс кўрсаткични аниқлаш усулларидан фойдаланиш йўли билан туризм соҳасида рақобатбардошлик бўйича уларнинг рейтингини аниқлаш мумкин. Бундай усуллар, таъкидланганидек, иқтисодий адабиётларда етарлича ёритилган. Шу туфайли бу масалага тўхталмадик. Бундан ташқари, биз ушбу мақолада фақат туризм соҳасининг рақобатбардошлигини кўриб чиқдик. Бу соҳада ушбу кўрсаткичларан ташқари, таъкидланганидек, яна туристик фирмалар рақобатбардошлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва туристик хизматлар рақобатбардошлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ҳам мавжуд. Таҳлил жараёнида ушбу кўрсаткичларни аниқлаш ва таҳлил қилиш муҳим ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга. Зеро, туризм

мамлакатимиз учун иқтисодиётнинг муҳим даромад келтирувчи соҳаларидан биридир.

6-Боб. Туристик корхоналар хўжалик фаолияти иш натижалари умумий ҳажмининг таҳлили.

6.1. Туристик корхоналарда иш натижалари ҳажмининг таҳлили.

Туристик фирма ва компаниялар ўта мураккаб, кўпфункционали корхона бўлиб, уларнинг иш ҳажми турли хизмат ва сервисга оид фаолият натижалари асосида тўпланади. Турли бўлинмаларнинг хизматларини натурал кўрсаткичларда бир хил ўлчамга келтириб олиш мураккаб. Шунинг учун туристик фирма ва компаниялар иш ҳажмини таҳлил қилишда асосан қиймат кўрсаткичларидан ҳам кенг фойдаланилади.

Туристик корхоналар (фирма компаниялар) ҳам хўжалик юритувчи субъект сифатида хўжалик фаолиятини юргизади ва маълум молиявий-хўжалик фаолияти натижаларига эга бўлади.

Бозор муносабатлари шароитида ҳар бир корхонанинг хўжалик фаолияти натижаларини таҳлил қилиш объектив зарурият бўлганлиги туфайли туристик корхоналарда ҳам ушбу ишни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир. Чунки корхоналарнинг, шу жумладан туристик корхоналарнинг ҳам иш натижасидан нафақат фирма эгасининг ўзи, балки унда ишлайдиган ходимлар, меҳнат жамоаси, бошқа инвесторлар, давлат ва жамиятнинг ҳам манфаатлари мужассамлашган.

Туристик корхоналарда ҳам иш натижаси Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг 2002 йил 27 декабрдаги 140-сонли буйруғига 2-иловага (ЎЗР АВ томонидан 2003 йил 24 январда 1209 рақам билан рўйхатга олинган) асосан тўлғазиладиган “Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот” 2-сонли шаклга асосан аниқланади. Ушбу ҳисоботда маҳсулот (товар, иш ва хизмат)ларни сотишдан соф тушум (010 қатор) кўрсатилади. Бу унинг молиявий-

хўжалик фаолияти натижасини ифодаловчи молиявий ҳисоботда ифода этиладиган асосий кўрсаткич бўлиб ҳисобланади. Ушбу ҳисоботдан бундан ташқари турли бошқа кўрсаткичларни ҳам олиш мумкин. Масалан ушбу ҳисоботда харажатлар турлари бўйича, фойда ҳам турлари бўйича кўрсатилади.

Хуллас таҳлил қилиш учун кўрсаткичлар тизимига қуйидаги кўрсаткичларни киритиш мумкин:

- туристик хизматлардан тушган соф тушум;
- туристик фирма ва компанияларнинг даромадлари;
- туристик фирма ва компанияларнинг фойдаси.

Келтирилган барча кўрсаткичлар пулда, яъни ягона ўлчов бирлигида ифодаланади.

Туристик фирма ва компанияларнинг соф тушумини (Ст) аниқлаш учун ялпи тушумдан (Ят) қўшилган қиймат солиғи (Ққс) ва аксизларни (Ас) айириш лозим бўлади. Мазкур кўрсаткич юқорида номи зикр этилган молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисоботда ўз аксини топган. Бу қуйидаги формула билан аниқланади:

$$Ст = Ят - Ққс (Ас) ;$$

Туристик фирма ва компанияларнинг даромадлари миқдори (Д) соф тушумдан (Ст) шу соҳа таннархи (Тн) айрилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$Д = Ст - Тн$$

Туристик фирма ва компанияларнинг соф фойдаси (Фс) бошқа корхоналар сингари солиқ тўлангунга қадарги фойдадан (Фстқ) солиқлар ва бошқа мажбурий тўловларни (Сол) айириш йўли билан аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

$$Фс = Фстқ - Сол ;$$

Бундан ташқари туристик фирма ва компаниялар фаолиятида бошқарув таҳлилини амалга ошириш учун натурал кўрсаткичлардан,

хусусан туристлар сонидан ҳам фойдаланилади. Туристлар сонини таҳлил қилишда қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин:

- қабул қилинган туристлар сони, шу жумладан хорижий туристлар;
- жўнатилган туристлар сони, шу жумладан хорижий мамлакатларга;
- жами туристлар сони, шу жумладан хорижий туристлар.

Ушбу кўрсаткичларни таҳлил қилишда қуйидаги таҳлилий ишлар амалга оширилади:

- кўрсаткичларнинг (натурал ва қийматда ифодаланган) режага нисбатан ўзгариши мутлоқ ва нисбий миқдорларда аниқланади;
- уларнинг динамикаси аниқланиб туристик фаолият натижаларининг ўзгариш тенденциясига баҳо берилади;
- кўрсаткичлар ўзгаришига таъсир этувчи омиллар аниқланади ва уларнинг натижа ўзгаришига таъсири ҳисобланади;
- туристик фирма ва компанияларда мавжуд бўлган ички ва ташқи имкониятлар аниқланади ва улардан ақилона фойдаланиш йўллари ишлаб чиқилади;
- таҳлил қилинаётган субъектнинг самарадорлигини ошириш учун тегишли таъсирчан бошқарув қарорлари қабул қилинади.

Ушбу жараёнларни амалга ошириш учун турли таҳлилий жадваллардан ва ҳисоб-китоблардан фойдаланамиз. Уларни амалга ошириш учун тегишли маълумотларни молиявий ҳисоботлар билан биргаликда бошқарув ҳисоби ва ҳисоботи маълумотларидан ҳам кенг фойдаланилади. Чунки молиявий ҳисобот ягона стандарт бўйича тузилади. Аммо туризм соҳаси ўзига хос хусусиятларга ҳам эга. Бу хусусиятлар уларнинг бошқарув ҳисоби ва ҳисоботида ўз аксини топади. Буларни амалга ошириш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (6.1.-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мазкур таҳлил қилинаётган туристик фирманинг бир мавсумда хизмат қилган туристик гуруҳларнинг сони биттага кўпайган. Бу режага нисбатан 12,5 % кўпни ташкил қилади. Улар хизмат қилган туристларнинг умумий сони эса 17,8 %га ошган. Туристлик фирмалар фаолиятини таҳлил қилганда хорижий туристларнинг сонига алоҳида аҳамият

бериш лозимдир. Бу кўрсаткич ҳисобот йилида 13,7 %га ошган. Хорижий туристларнинг мамлакатимизга келиши кўп жиҳатдан ижобий. Чунки, улар орқали валюта тушими таъминланади, янги иш ўринлари очилади. Туристлик фирмада соф тушум ҳажми 30,0 % ошган бир пайтда хорижий туристлардан тушган тушум ҳисобот йилида 36,2 % ошганлиги уларнинг мамлакатимиз туристларига хизмат қилганига қараганда анча самарадорлигидан далолат беради..

6.1.-жадвал

“Шохрух” туристик фирмасининг бир мавсумлик иш натижасидаги ўзгаришлар ҳисоб-китоби

Кўрсаткичлар	Режада	Ҳақиқат да	Фарқи, (+,-)	Ўзгариш суръати, %
1. Хизмат қилинган туристик гуруҳларнинг сони, бирликда	8	9	+1	112,50
2. Туристларнинг умумий сони, киши	11776	13869	+ 2093	117,77
3. Хорижий туристлар сони, киши	7736	8793	+ 1057	113,66
4. Соф тушум ҳажми, млн. сўм.	515,6	670.5	+ 154,9	130,04
5. Шу жумладан хорижий туристлардан тушган тушум, млн сўм.	311,8	424,7	+112,9	136,21

Манба: “Шохрух” туристик фирмасининг ҳисоботлари асосида тузилди.

Ушбу кўрсаткичларнинг (хизмат қилинган туристик гуруҳларнинг сони, бирликда, туристларнинг умумий сони, хорижий туристлар сони, соф тушум ҳажми, шу жумладан хорижий туристлардан тушган тушум) ўзгариш тенденциясини таҳлил қилиш учун уларнинг бир қанча йилларга ўзгариш динамикасини таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир. Ушбу кўрсаткичларни баҳолаш учун уларнинг қийматини солиштирма баҳода олиш лозимдир. Чунки шу даврда баҳонинг қадрсизланиш даражаси турлича бўлганлиги ҳаммага аён. Таҳлил жараёнида албатта бу ҳолатни инобатга олиш лозим. Аммо статистика амалиётида, ҳозирги кунда инфляция даражаси барча товар ва хизматлар бўйича алоҳида-алоҳида кўрсатилмайди. Б

кўрсаткичларни қиёсий ҳолатга келтиришда бир мунча қийинчиликларни туғдиради. Бунинг учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (6.2.-жадвал).

6.2.-жадвал

“Шохрух” туристик фирмаси иш натижаларининг 2000-2005
йиллардаги динамикаси

Йил- лар	Хизмат қил- инган турист- тик гуруҳлар- нинг сони, бирликда		Туристлар- нинг умумий сони, киши		Хорижий туристлар сони, киши		Соф тушум ҳажми, млн. сўм.		Шу жумладан хорижий туристлардан тушган тушум, млн сўм	
	Мик- дори	Ўсиш суръати	Мик- дори	Ўсиш суръати	Мик- дори	Ўсиш суръати	Мик- дори	Ўсиш суръати	Мик- дори	Ўсиш суръ- ати
2000	6	100,0	6980	100,0	4792	100,0	327,7	100,0	197,8	100,0
2001	6	100,0	7351	105,3	5642	117,7	395,2	120,6	246,8	124,8
2002	7	116,7	8356	119,7	6848	142,9	453,9	138,5	289,3	146,3
2003	7	116,7	10245	146,8	7642	159,5	552,8	168,7	351,6	177,8
2004	8	133,3	12456	178,5	8245	172,1	602,3	183,8	396,7	200,6
2005	9	150,0	13869	198,7	8793	183,5	670,5	204,6	424, 7	214,7

Манба: “Шохрух” туристик фирмасининг ҳисоботлари асосида тузилди.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, таҳлил қилинган даврда барча кўрсаткичлар ўсиш тенденциясига эга бўлганлар. Мавсум давомида хизмат қилинган туристик гуруҳларнинг сони 2000-2005 йиллар давомида 1,5 мартага ўсган. Туристларнинг умумий сони эса қарийб 2,0 мартага ошган.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, хорижий туристларнинг сони 1,8 мартага ошганлиги унчалик ижобий баҳоланмайди. Чунки унинг ўсиш тенденцияси барча туристлар сонига нисбатан паст. Соф тушум ҳажми 2,0 баробардан кўп ошган. Аммо хорижий туристлардан тушган тушумнинг микдори 2,1 мартадан кўпроққа ошган. Буни ижобий ҳол деб баҳолаш лозим. Чунки, хорижий туристларнинг сонига нисбатан улардан тушадиган соф тушумнинг

ўсиш суръати юқори. Булардан кўриниб турибдики, хорижий туристларга хизмат қилиш анча самаралидир. Буни исботлаш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (6.3.-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, барча туристлар бўйича битта туристга тўғри келадиган тушум тахлил даврида атиги 3,0 %га ошган. Аммо бунинг ўзгариш тенденцияси турлича. 2000 йилдан 2002 йилгача унинг миқдори кескин ўсиш тенденциясига эга бўлган. 2003 йилдан бошлаб унинг миқдори камайиб кетган. Хорийий туристлар бўйича битта туристга тўғри келадиган соф тушум миқдори жами туристларнинг ўртача миқдорига нисбатан анча паст. Масалан, 2000 йилда битта туристга тўғри келадиган соф тушумнинг ўртача миқдори 46,94 минг сўмни ташкил қилган бўлса, хорижий туристлар бўйича унинг ушбу кўрсаткич 41,28 минг сўмни ташкил қилар экан.

6.2.-жадвал

“Шохрух” туристик фирмасида хорижий туристлар самарадорлигининг 2000-2005 йиллардаги динамикаси

Йиллар	Жами туристлар бўйича				Хорижий туристлар бўйича			
	Соф тушум, млн. сўм.	Сони, киши	1 туристга тўғри келадиган тушум, минг сўм	Ўсиш суръати, %	Соф тушум, млн. сўм.	Сони, киши	1 туристга тўғри келадиган тушум, минг сўм	Ўсиш суръати, %
2000	327,7	6980	46,94	100,0	197,8	4792	41,28	100,0
2001	395,2	7351	53,76	114,5	246,8	5642	43,74	106,0
2002	453,9	8356	54,32	115,7	289,3	6848	42,28	102,4
2003	552,8	10245	53,96	115,0	351,6	7642	46,01	111,5
2004	602,3	12456	48,35	103,0	396,7	8245	48,11	116,5
2005	670,5	13869	48,36	103,0	424,7	8793	48,30	117,0

Манба: “Шохрух” туристик фирмасининг ҳисоботлари асосида тузилди.

Ушбу кўрсаткич 2005 йилда мос равишда 48,36 ва 48,30 минг сўмни ташкил қилади. Бунинг сабабини ўрганиш шуни кўрсатдики, хорижий туристларнинг бизнинг мамлакатимизда бўлиш муддати 1,5-2,0 кунга бизнинг туристларга нисбатан кам экан. Бу эса мос равишда, ҳар бир хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушумнинг камлигига таъсир қилади. Аммо хорийий туристлардан тушадиган соф

тушум таҳлил қилинган даврда мунтаззам равишда ўсиб борган. Натижада 2000 йилда улар ўртасидаги фарқ 5,66 минг сўмни (41,28 – 46,94) ташкил қилган бўлса, ушбу кўрсаткич 2005 йига келиб деярли тенглашиб қолган, яъни 0,06 минг сўмни (48,30 – 48,36) ташкил қилади.

Таҳлилнинг навбатдаги вазифаси шу ўрганилаётган кўрсаткичларнинг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларни қиёсий жиҳатдан таҳлил қилишдан иборатдир.

6.2. Туристик корхоналар хўжалик фаолияти натижалари ўзгаришига таъсир этувчи омиллар таълилини такомиллаштириш¹²

Туристик комплексларнинг хўжалик фаолиятини таҳлил қилишда омилли таҳлил усулларида деярли фойдаланилмайди. Жуда кўп омиллар ва уларнинг таъсири ўрганилмайди. Шу туфайли кўпгина кўрсаткичларни яхшилаш бўйича ички имкониятлар очилмасдан қолиб кетадилар. Буларни инобатга олиб туристик комплексларнинг иш натижаларига таъсир этувчи омилларни ўрганишни мақсад қилиб қўйик.

Туристик комплексларда соф тушумнинг ўзгаришига бир қанча омиллар таъсир қилади. Уларга тадқиқотларимиз кўрсатишича қуйидагиларни киритиш мумкин.

- туристик гуруҳларнинг сони (а);
- битта туристик фирмага тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони (б);
- барча туристларда хорижий туристларнинг улуши (с);
- битта хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушум (д).

¹² Ушбу параграф Б.Р.Пардаев ҳаммуаллифлигида тайёрланди.

Натижа, яъни туристик комплексда соф тушумнининг ҳажми билан юқорида келтирилган омиллар ўртасидаги боғлиқлик қуйидаги формула билан аниқланади:

$$H = a \cdot b \cdot c \cdot d ;$$

Бунда: H – хорижий туристлардан олинадиган соф тушум суммаси;

a – барча туристик гуруҳлар сони;

b - битта туристик фирмага тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони;

c - барча туристларда хорижий туристларнинг улуши;

d – битта хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушум.

Ушбу омилларнинг таъсирини занжирли алмаштириш усули билан аниқлаш мумкин. У ҳолда омилларни аниқлашнинг кетма-кет ҳисобланиш йўллари қуйидагича амалга оширилади:

1. Натижа ўзгаришига биринчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_a = (a_1 \cdot b_0 \cdot c_0 \cdot d_0) - (a_0 \cdot b_0 \cdot c_0 \cdot d_0);$$

2. Натижа ўзгаришига иккинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_b = (a_1 \cdot b_1 \cdot c_0 \cdot d_0) - (a_1 \cdot b_0 \cdot c_0 \cdot d_0);$$

3. Натижа ўзгаришига учинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_c = (a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 \cdot d_0) - (a_1 \cdot b_1 \cdot c_0 \cdot d_0);$$

4. Натижа ўзгаришига тўртинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_d = (a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 \cdot d_1) - (a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 \cdot d_0);$$

Барча омилларнинг таъсири одатдагидек, натижанинг умумий фарқига тенг. Бу қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H = \Delta H_a \pm \Delta H_b \pm \Delta H_c \pm \Delta H_d;$$

Ушбу формулаларга амалий маълумотларни ва иқтисодий таҳлилнинг занжирли алмаштириш усуллари қўллаб ечиш усуллари қўриб чиқиш мақсага мувофиқдир. Бунинг учун қуйидаги жадвални тузиш тавсия қилинади (1-жадвал).

Ушбу жавал маълумотларидан кўриниб турибдики, мазкур таҳлил қилинган туристик корхонада соф тушум ҳажми 112,9 миллион сўмга кўпайган. Ушбу ўзгаришга тўртта омил таъсир қилган. Буларга қуйидагилар киради:

1. Соф тушум ҳажми биринчи омил таъсирида, яъни туристик гуруҳлар сонининг 1 тага кўпайиши эвазига 39,0 мил. сўмга ошган:

$$(350,8 - 311,8 = +39,0 \text{ млн. сўм}).$$

2. Соф тушум ҳажми иккинчи омил таъсирида, яъни битта туристик гуруҳга тўғри келадиган туристларнинг ўртача сонининг 69 нафар кишига кўпайиши эвазига 12,5 мил. сўмга ошган:

$$(363,3 - 350,8 = +12,5 \text{ млн. сўм}).$$

1-жадвал

“Шохрух” туристик фирмасининг бир мавсумлик иш натижасига таъсир қилувчи омилларнинг ҳисоб-китоби

Кўрсаткичлар	Режада	Ҳақиқат да	Фарқи (+,-)	Занжирли алмаштиришлар
--------------	--------	---------------	----------------	---------------------------

				1	2	3
1.Туристик гуруҳларнинг сони, бирликда	8	9	+1	9	9	9
2. Битта туристик гуруҳга тўғри келадиган туристларнинг ўртача сони, киши	1472	1541	+69	1472	1541	1541
3. Барча туристларда хорижий туристларнинг улуши, %	62,3	63,4	+1,1	62,3	62,3	63,4
4. Битта хорижий туристдан олинадиган ўртача соф тушум, минг сўм	42,5	48,3	+5,8	42,5	42,5	42,5
5. Соф тушум ҳажми, млн. Сўм.	311,8	424,7	+112,9	350,8	363,3	373,7

3. Соф тушум ҳажми учинчи омил таъсирида, яъни барча туристларда хорижий туристлар улушининг 1,1 %га кўпайиши эвазига 10,4 мил. сўмга ошган:

$$(373,7 - 363,5 = +10,4 \text{ млн. сўм.}).$$

4. Соф тушум ҳажми тўртинчи омил таъсирида, яъни битта хорижий туристдан олинадиган ўртача соф тушумнинг 5,8 минг сўмга кўпайиши эвазига 51,0 мил. сўмга ошган:

$$(424,7 - 373,7 = +51,0 \text{ млн. сўм.}).$$

Одатдагидек барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарқи, яъни 112,9 млн. сўмни ташкил қилади:

$$(39,0 + 12,5 + 10,4 + 51,0).$$

Кўриниб турибдики ҳали туризм соҳасида омилли таҳлил усуллари етарли даражада ишлаб чиқилмаган. Шу туфайли ушбу соҳага алоҳида аҳамият бериш лозим, деб ўйлаймиз.

7 –Боб. Туристик фирмаларда маржинал таҳлил*

7.1. Туристик фирмаларда зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлашда қўлланиладиган усуллар таҳлил қилиш йўллари

Туристик фирмаларда маржинал таҳлилда аниқланадиган асосий кўрсаткичлардан бири уларда эришиладиган зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасидир. Ушбу кўрсаткичда хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятининг барча натижаси мужассамлашади. Чунки фойдалилик нуқтаси энг аввало сотилган маҳсулот (иш, хизмат) ҳажмига боғлиқ. Бу кўрсаткич фойдалилик нуқтасида марказий ўринга эга. Фаолиятини самарали бошқариш билан боғлиқ. Бу харажатлар фирмалар фаолиятининг тежамкорлиги ва фойда миқдори билан боғлиқ. Бу кўрсаткичлар ҳам ушбу миқдорда ўз аксини топади. Хуллас, ушбу кўрсаткич хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятининг барча натижаларини ўзида ифода этади.

Таҳлилнинг муҳим вазифаларидан бири туристик фирмаларда зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлаш ва уни атрофлича таҳлил қилишдан иборатдир.

Тадқиқотрлар кўрсатдики, бозор муносабатлари шароитида хусусий корхоналарда, хусусан туристик фирмаларда ҳам зарарсизлик нуқтасини аниқлаш ўта муҳим аҳамиятга эга. Чунки ҳар бир хусусий тадбиркор ёки туристик фирма ўзининг қайси маҳсулотидан (иш, хизматидан) қанча ишлаб чиқаришини ва уни қанчага сотишини, шу ҳолатда қанча ишлаб чиқарилса барча зарарларининг қопланиши ва фойда олишини олдиндан билиши лозим. Акс ҳолда эркин рақобат шароитида осонгина синиши, банкротга учраши тайин. Осонгина синган корхонани, агар у туристик фирма бўлса жуда катта қийинчилик билан тиклаб аёққа туришини таъминлаш мумкин. Чунки, туристик фирмаларнинг фаолияти кўп ҳоллара ички омиллардан кўра ташқи омилларга ҳам боғлиқдир.

Бизнинг кузатиувларимиз кўрсатдики, корхоналарнинг зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлаш борасида жуда кўплаб адабиётлар нашр қилинган. Уларни бевосита туристик фирмалар фаолиятига ҳам қўллаш мумкин. Аммо ушбу масалага ёндошишда ҳали турли қарашлар мавжуд. Биз уларнинг энг асосийларини ва амлиётда қўлланилиши мумкин бўлган усулларини танлаб олдик ва уларни туризм соҳасини таҳлил қилиш бўйича тегишли тавсиялар ишлаб чиқдик.

Тадқиқотлар кўрсатдики, туристик фирмалар фаолиятини таҳлил қилишда ва уларда зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлашда учта усулдан кенг фойдаланиш мумкин экан:

-
- * Ушбу боб И.Очилов билан ҳаммуаллифликда тайёрланди.
 - зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини қиймат кўрсаткичида аниқлаш усули;
 - зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини таркиб кўрсаткичида аниқлаш усули;
 - зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини натурал кўрсаткичида аниқлаш усули.

Ушбу усулларни турли корхоналар фаолиятига қўллаш мумкин. Биз туристик фирмалар фаолиятига қўллаш йўлларини кўриб чиқамиз.

7.2. Туристтик фирмаларда зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлашда қўлланиладиган усуллар бўйича таҳлил қилиш йўллари

Туристтик фирмаларда зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини аниқлаш учун бир қанча кўрсаткичлар зарур бўлади. Биз ушбу масалани ҳал қилиш учун қуйидаги амалий маълумотлардан фойдаланамиз.

1. Маҳсулотни (иш, хизматни) сотишдан тушган барча тушум, минг сўм (Мх) - 17416,5
2. Ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) натурал миқдори, минг дона (Мнм) – 2342,3
3. Битта маҳсулотга (иш, хизматга) тўғри келадиган ўзгарувчи харажатлар суммаси, сўм. (Ўз1) - 3472
4. Барча ўзгарувчи харажатлар, минг сўм (Ўз) - 8132,5
5. Барча доимий (ўзгармас) харажатлар, минг сўм (Дх) - 7631,3
6. Корхонанинг шу маҳсулотни (иш, хизматни) сотишдан оладиган фойдаси, минг сўм (Ф) - 1652,7

Энди юқорида келтирилган усуллар билан туристтик фирмаларда фойдалилик нуқтасини ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш мумкин. Буни ҳар бир усул бўйича алоҳида кўриб чиқамиз.

Зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини қиймат кўрсаткичида аниқлаш усули кўп ҳолларда туристтик фирмалар турли маҳсулотлар (иш, хизматлар) ишлаб чиқарган (сотган) пайтда қўлланилади. Ушбу усул битта маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқарган (сотган) пайтда ҳам қўлланилиш мумкин, қачонки мазкур маҳсулотнинг (иш, хизматларнинг) баҳоси нисбатан барқарор бўлса.

Зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини қиймат кўрсаткичида аниқлаш учун барча тушумга (Мх) ўзгармас харажатларнинг маржинал даромаддаги улушини (Дху) кўпайтириш етарли. Бу учун олдин маржинал даромадни ва ўзгармас харажатларнинг маржинал даромаддаги улушини аниқлаб оламиз.

Маржинал даромадни (Мд) аниқлаш учун туристтик корхоналарнинг (фирмаларнинг) доимий харажатларга (Дх) унда

эришилган фойда суммаси (Ф) қўшилади. Бу қуйидагича ҳисобланади:

$$M_d = D_x + \Phi ; \quad (1)$$

Доимий харажатларнинг маржинал даромаддаги улушини (Дху) аниқлаш учун доимий харажатлар суммасини маржинал даромадларга бўлиш ва юзга кўпайтириш кифоя. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мумкин:

$$D_{xu} = \frac{D_x \times 100}{M_d} = \frac{D_x \times 100}{D_x + \Phi} ; \quad (2)$$

Энди хусусий туристик фирма (корхона)нинг ушбу фаолияти бўйича зарарсизлик нуқтасини аниқлаш мумкин бўлади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тасия қиламиз:

$$Z_n = M_x \times \frac{D_x}{M_d} \quad \text{ёки} \quad Z_n = M_x \times \frac{D_x}{D_x + \Phi} ; \quad (3)$$

Юқорида келтирилган мисолимизга асосан зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини қиймат кўрсаткичида аниқлайдиган бўлсак қуйидаги миқдорга эга бўламиз:

$$Z_n = 17416,5 \times \frac{7631,3}{7631,3 + 1652,7} = 14316,1 \text{ минг сўм.}$$

Кўриниб турибдики мазкур хусусий туристик корхона ўз фаолиятида фойдалилик нуқтасига эришиши учун 14316,1 минг сўмлик маҳсулотни сотиши лозим экан. Агар унинг обороти шу суммадан ошмаса мазкур корхона фаолияти зарар билан якунланади.

Ушбу кўрсаткични бошқачароқ йўл билан ҳам аниқлаш мумкин. Бу ҳолда мазкур кўрсаткични аниқлаш учун қуйидаги тенгламадан фойдаланиш, яъни уни асос қилиб олиш мумкин:

$$M_{nm} \times Bx1 = D_x + (\check{U}z1 \times M_{nm}) + \Phi ; \quad (4)$$

Бунда: M_{nm} – ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) натурал миқдори;

$Bx1$ – битта ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулотнинг (иш,

хизматнинг) баҳоси;

Хд - мазкур маҳсулотга (иш, хизматга) килинадиган доимий харажатлар;

Ўз1 - битта маҳсулотга килинган ўзгарувчан харажатлар;

$$Зн = (Мнм \times Бх1) \times \frac{Дх}{Дх + \Phi}; \quad (5)$$

Ушбу формула ҳам 3-формула ҳолатига келинди. Бунга аниқ маълумотларни қўллаб ечадиган бўлсак тегишли натижага, яъни юқорида аниқланган миқдорга эришилади. Бунинг учун қуйидаги ҳисо-китобни амалга оширишни тавсия қиламиз:

$$Зн = (2342,3 \times 7,4356) \times \frac{7631,3}{7631,3 + 1652,7} = 14316,1 \text{ минг сўм.}$$

Бозор муносабатлари шароитида фойданинг аҳамиятидан келиб чиқиб, хусусий корхоналарнинг бизнес режасида уни ҳар тамонлама асослаган ҳолда режалаштиришни ва унга таъсир этувчи омилларни аниқ белгилашни талаб қилади. Бу эса ўз навбатида, белгиланган фойдага эришиш учун қанча суммада маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқаришни (сотишни) белгилашни ҳам тақозо қилади. Унга эришиш учун доимий харажатлар сўммасига бизнес режада кўзда тутилган фойдани қўшиб олинади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$Зн = (Мнм \times Бх1) \times \frac{Дх + \Phi}{Дх + \Phi} = (2342,3 \times 7,4356) \times \frac{7631,3 + 1652,7}{7631,3 + 1652,7} = 17416,5 \text{ минг сўм.}$$

Барча харажатларни қоплаб кўзда тутилган фойдага эришиш учун мазкур хусусий туристик корхона 17416,5 минг сўмлик маҳсулотни (иш, хизматни) сотиши лозим экан.

Зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини таркиб кўрсаткичида аниқлаш усулида доимий харажатларнинг (*Дх*) маржинал даромаддаги (*Мд*) улуши аниқланади. Бу қуйидаги формула орқали ҳисобланади:

$$Дх \times 100 \quad 7631,3 \times 100$$

$$Зн = \frac{\text{-----}}{Мд} = \frac{\text{-----}}{7631,3 + 1652,7} = 82,2 \%$$

Ушбу ҳисоб-китоб натижаси кўрсатмоқдаки, мазкур туристик корхона зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасига эришиш учун барча сотилган маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) 82,2 фоизини бажариш керак экан. Агар у бизнес режада кўрсатилган умумий иш ҳажмининг шу миқдори даражасида бажарса фойдалилик нуқтасига эришади, агар иш ҳажмининг миқдори ушбу кўрсаткичдан, яъни 82,2 фоиздан кам бўладиган бўлса, корхона зарар билан ишлаган ҳисобланади.

Келтирилган усул билан бизнес режада кўзда тутилган фойдага эришиш учун лозим бўлган маҳсулот (иш, хизмат) миқдорни аниқлаш мумкин. Бизнинг мисолимизда ҳисоб-китобда қўлланилиб келинаётган фойда суммасини бизнес-режада кўзда тутилган фойда деб қабул қиладиган бўлсак, мазкур хусусий корхонанинг зарарсизлик нуқтаси 100, %га тенг бўлади. Чунки олинган натижа барча хараатларни қоплаб кўзда тутилган фойдага ҳам тўлиқ эришган ҳисобланади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$Зн = \frac{(Дх + \Phi) \times 100}{Мд} = \frac{(7631,3 + 1652,7) \times 100}{7631,3 + 1652,7} = 100,0 \%$$

Агар бизнес режа тузиладиган бўлса қанча маҳсулот ишлаб чиқаришни билиш учун доимий харажатлар суммасига кўзда тутилган фойда қўшилиб ҳисобланади. Биз ушбу формулани ва амалий маълумотларни мазкур кўрсаткичларни аниқлашда нафақат туристик фирмаларда, балки барча соҳаларда қўллаш учун услубий асос бўлишини таъминлаш учун келтирдик.

Зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини натурал кўрсаткичида аниқлаш усулида ҳам бозор муносабатлари шароитида муҳим аҳамиятга эгалиги туфайли амалиётда кенг қўлланилади. Чунки, маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) нархи кўзда тутилган ҳолатда бўлса ва ундан юқори миқдорда сотилса хусусий корхонада олинadиган фойдаси нафақат маҳсулотни (иш, хизматни), балки нархнинг ошганлиги эвазига содир бўлганлигини билиш мумкин.

Зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини натурал кўрсаткичида аниқлаш учун доимий харажатлар суммасини (Дх) бир бирликда ишлаб чиқарилган маҳсулот (иш, хизмат) ҳажмига (Мд : Мнм) бўлиш кифоя. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$Зн = \frac{Дх}{Мд : Мнм} = \frac{7631,3}{9284,0 : 2342,3} = 1952,2 \text{ бирликда.}$$

Мазкур рақамдан шундай хулоса чиқариш мумкинки, таҳлил қилинаётган хусусий туристик корхона фойдалилик нуқтасига эришиш учун 1952,2 бирликда (дона) маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқариши (сотитши) лозим экан. Акс ҳолда унинг фаолияти зарар билан якунланади.

Кўзда тутилган фойдага эришишда лозим бўлган маҳсулот (иш, хизмат) миқдорини аниқлаш учун суръатидаги доимий харажатларга бизнес режада кўзда тутилган фойда сўммаси қўшиб олинади. У ҳолда формула қуйидагича шаклга эга бўлади:

$$Зн = \frac{Дх + Ф}{Мд : Мнм} = \frac{7631,3 + 1652,7}{9284,0 : 2342,3} = 2342,3 \text{ бирликда.}$$

Кўриниб турибдики, кўзда тутилган фойдага эришиш учун мазкур хусусий корхона 2342,3 бирликда маҳсулот (иш, хизмат) сотитиши лозим экан. Бунинг учун кўзда тутилган фойдалилик нуқтасига нисбатан 20,0 % (120,0 – 100) маҳсулотни (иш, хизматни) кўп сотишга тўғри келар экан.

$$\left(\frac{2342,3 \times 100}{1952,2} = 120,0 \% \right)$$

Ушбу ҳисоб-китоблардан кўриниб турибдики, бозор муносабатлари шароитида хусусий корхоналарнинг зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасини ва эришиладиган фойдасининг миқдорини аниқлаш, уларнинг бизнес режасини асослаш ва ишларини олдиндан аниқ белгилаб олиш учун муҳим аҳамиятга эга экан. Шу боис мазкур усулларни барча иқтисодий иш, хусусан иқтисодий таҳлил билан ҳам шуғулланадиган мутахассисларнинг билишлари лозимдир.

Иқтисодий ишларнинг, хусусан иқтисодий таҳлилнинг муҳим босқичларидан бири, ўрганилаётган кўрсаткичларнинг ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни аниқлаш ва уларнинг таъсирини ҳисоблаб, тегишли бошқарув қарорларини қабул қилишдан иборатдир. Бунинг учун фойдалилик нутасига таъсир этувчи омилларни аниқлаб олиш лозимдир. Бу қуйидагича амалга оширилади.

Юқорида келтирилган 4-формулага асосан ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) зарарсизлик нуктаси (Z_n) натурал кўринишда қуйидаги формула билан аникланиши мумкин:

$$Z_n = (M_n \times B_{x1}) \times M_{ду} ; \quad (6)$$

Бунда: $M_{ду}$ – ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулот (иш, хизмат)да маржинал дароманинг улуши, %;

Энди маржинал даромаднинг барча сотилган маҳсулотдаги (иш, хизматдаги) улушини, яъни $M_{ду.ни}$ аниқлаймиз. Бунинг учун маржинал даромадни ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) қийматига бўлиш лозим бўлади:

$$M_{ду} = M_d \times 100 / D_x + (X_{\check{1}} \times M_n) \quad (7)$$

Агар ушбу формуладаги $M_{ду.нинг}$ тегишли қийматини 1-формулага қўядиган бўлсак у қуйидаги шаклга эга бўлади:

$$Z_n = M_n \times P / (M_d \times 100 / X_d + (X_{\check{1}} \times M)) ; \quad (8)$$

Ушбу усул билан зарарсизлик нуктаси аниқланади. Мазкур формуладан кўриниб турибдики, хусусий корхонанинг зарарсизлик нуктасига бир қанча омиллар таъсир қилар экан. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- мазкур маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) натурал миқдорининг ўзгариши;

- битта ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) баҳоси;

- хусусий корхонанинг оладиган маржинал даромаднинг ўзгариши;

- 1 та маҳсулотга килинган ўзгарувчан харажатларнинг ўзгариши;

- ишлаб чиқарилган (сотилган) маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) натурал миқдори.

Таҳлил жараёнида ушбу кўрсаткичларнинг миқдори, уларнинг зарарсизлик (фойдалилик) нуқтасига таъсири аниқланади ва таҳлил натижасида тегишли таъсирчан бошқарув қарорлари қабул қилинади.

Фойдаланилган ва тавсия қилинган адабиётлар

1. Каримов И.А. «Ўзбекистон. Миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура. 1-том. Т.: Ўзбекистон, 1996.- 364 - бет
2. Каримов И.А. Биздан озод ва обод Ватан қолсин. 2–том. Т.: Ўзбекистон, 1996. - 380 бет.
3. Каримов И.А. Ватан саждагоҳ қаби муқаддасдир. 3-том. Т.: Ўзбекистон, 1996. - 366 бет.
4. Каримов И.А. Бунёдкорлик йўлида 4 - том. Т.: Ўзбекистон, 1996. - 349 бет.
5. Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш давр талаби 5 - том. Т.: Ўзбекистон, 1997. – 384 бет.
6. Каримов И.А. Хавфсизлик ва барқарор тараққиёт йўлида. 6 - том. Т.: Ўзбекистон, 1998. - 429 бет.
7. Каримов И.А. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қураимиз. 7-том. Т.: Ўзбекистон, 1999. - 412 бет.
8. Каримов И.А. Озод ва Обод Ватан, Эркин ва фаровон ҳаёт – пироворд мақсадимиз Т. 8 - том. Т.: Ўзбекистон., 2000. -528 бет.

9. Каримов И.А. Ватан равнаки учун ҳар биримиз маъсулимиз 9–том. Т.: Ўзбекистон, 2001.- 432 бет.
10. Каримов И.А. Хавфсизлик ва тинчлик учун курашмоқ керак. 10-том. Т.: Ўзбекистон, 2002. - 432 бет.
11. Каримов И.А. Биз танлаган йўл – демократик тараққиёт ва маърифий дунё билан ҳамкорлик йўли. 11- том. Т.: Ўзбекистон, 2003. -318 бет.
12. Абдукаримов И.Т., Абдукаримова Л.Г., Смагина В.В. Анализ финансово хозяйственной деятельности предприятия. Тамбов. ТГУ, 2005.-604 бет.
13. Абдукаримов И.Т. Молиявий ҳисоботни ўқиш ва таҳлил қилиш йўллари. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 1998.- 96 бет.,
14. Абдукаримов И.Т., Исҳоқова С.А., Мардонова А.Т. Молиявий менежмент. Самарканд, СамДУ, 2001.- 78 бет.
15. Абдукаримов И.Т., Абдукаримова Л.Г., Смагина В.В. Оценка и анализ собственных и привлечённых средств предприятия. Тамбов. ТГУ., 2004.- 150 бет.
16. Абдукаримов Б.А. ва бошқалар. Корхона иқтисодиёти. Дарслик –Т.: фан, 2005. – 288 бет.
17. Абдукаримов И.Т. Оценка и анализ финансового состояния предприятия. – Тамбов. 2001. – 75 бет.
18. Абдукаримов И.Т. Смагина В.В. Долгосрочных активы, методы их анализа и оценка. Тамбов, ТГУ, 2002. – 124 бет.
19. Анализ экономики. Страна, рынок, фирма. Под ред. Проф. В.Е.Рыбалкина. Учебник. М.: Международ. Отношения, 1999. – 304 с.
20. Ахмаджонов Х.И., Рахимов М.Ю. Молиявий таҳлил. Ўқув қўлланма. Т.: ТМИ, 2004.- 160 бет.,
21. Абдуллаев Ё., Иброхимов А., Рахимов М. Иқтисодий таҳлил: 100 савол ва жавоб. Т.: Меҳнат, 2001.- 320 бет.
22. Акрамов Э.А. Анализ финансового состояния предприятия. Т.: 2000.-169 бет.,
23. Акрамов Э.А. Корхоналарнинг молиявий ҳолати таҳлили.- Т.: Молия, 2003.- 224 бет.,
24. Агзамов С., Ташмуратов Т. Менеджмент международного туризма. –Т: ТашГУ, 1996. -98 с.
25. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.
26. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. Учебник. М.: Финанс и статистика, 1981, 1987, 1993, 1994, 1996, 2000. – 416 бет.
27. Басовский Л.Е. Теория экономического анализа: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001 – 222 бет.
28. Бернстайн Л. Анализ финансовой отчетности. Теория и практика. Пер. с англ. М.: Финанс и статистика, 1996.

29. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов н/Д: “Феникс”, 2004.-352 с.
30. Вахабов А., Иброҳимов А. Молиявий таҳлил. Дарслик. Т.: Шарқ, 2002.- 224 бет.,
31. Вахабов А.В., Иброҳимов А.Т., Якубов У.К. Бошқа тармоқларда иқтисодий таҳлилнинг хусусиятлари. Ўқув қўлланма. Т.: ТМИ, 2004.- 148 бет.,
32. Вахабов А., Иброҳимов А. Хакимов Б. Иқтисодий таҳлил назарияси. Ўқув қўлланма. Т.: ТМИ, 2003.- 176 бет.,
33. Волжин И.О., Эргашбоев В.В. Молиявий таҳлил. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 1998.- 254 бет.
34. Годовой отчет – 2005 / Гадоев Э.Ф., Ҳайдаров Ш.У., Ким Л.А. и др. Т.: Изд. дом “Мир экономики и право”. 2005. – 432 бет.
35. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск: ООО “Новое знание”, 2001. – 489 с.
36. Дурович А.П. Реклама в туризме. Минск: ООО. “Новое знание”, 2003.-254 с.
37. Ергешев Е. Иқтисодий ва молиявий таҳлил. Дарслик. Т.: “Консаудитинформ-Нашр” нашриёти, 2005.-346 бет.,
38. Ибрагимов А.Т., Раҳимов М.Ю. Бошқарув таҳлили. Ўқув қўлланма. Т.: ТМИ, 2004.- 104 бет.,
39. Иброҳимов А. Молиявий таҳлил. Т.: Меҳнат, 1995.- 60 бет.,
40. Исроилов Ж.И. Тадбиркорлик субъектларида товарларни ишлаб чиқариш ва сотишни таҳлил қилиш усуллари. (Услубий тавсия). Самарканд. СВТИЧТП, 2004.- 38 бет.
41. Исроилов Б.И. Мол-мулкни солиққа тортиш, солиқ ҳисоби ва уни таҳлил қилиш йўллари. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 2005.- 40 бет.,
42. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Минск, “Новое знание”: 2002. -409 с.
43. Квартальнов В.А. Туризм. – М: Финансы и статистика, 2003.-316 с.
44. Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия. М.: Финансы и статистика, 2003.- 609 бет.
45. Максютлов А.А. Экономический анализ. М.: Единство, 2005.- 544 бет.
46. Организация туризма. // А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др. – Минск: Новое знание, 2003. -632 с.
47. Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес. –М.: “Издательство ПРИОР”, 2001. – 240 с.
48. Палий В.Ф. Новая бухгалтерская отчетность: содержание методика анализа. М.: Журнал “Контроллинг”, 1991.- 64 бет.,
49. Пардаев М.К. Молиявий таҳлил методологияси. Самарканд, СамКИ, 1996.- 155 бет.,

- 50.Пардаев М.К., Исроилов Б.И. Молиявий тахлил. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 1999.- 356 бет.,
- 51.Пардаев М.К. Иқтисодий тахлил назарияси. Дарслик. Самарканд. Зарафшон. 2001.- 272 бет.,
- 52.Пардаев М.К., Исроилов Б.И. Иқтисодий тахлил. 1-қисм. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 2001.- 176 бет.,
- 53.Пардаев М.К. Лойиҳа тахлили. Самарканд, СамКИ, 2001.- 171 бет.,
- 54.Пардаев М.К., Исроилов Б.И. Иқтисодий тахлил. 2-қисм. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 2001.- 256 бет.,
- 55.Параев М.К., Исроилов Б.И. Иқтисодий тахлил. Ўқув қўлланма. Т.: Мехнат, 2004.- 556 бет.,
- 56.Параев М.К., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти тахлили. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 2003.- 256 бет.
- 57.Пардаев М.Қ ва бошқалар. Бошқарув тахлили. Ўқув қўлланма. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 2005.- 328 бет.
- 58.Пардаев М.Қ ва бошқалар. Бошқарув тахлили. Маърузалар курси. Самарканд. СамДУ. 2004.- 256 бет.
- 59.Саидов А. Система туризма и механизм адаптации ее к рынку. – Т.: Кибернетика, 1992. – 26 с.
- 60.Сенин В.С. Организация международного туризма. –М.: Финансы и статистика, 2001. – 400 с.
- 61.Сагдуллаева З.А., Рашидова Ш.А., Ишанкулов Н.Ф. Управленческий и финансовый анализ. Сборник задач. Т.: ТФИ, 2004.- 73 бет.
- 62.Савицкая Г.В. Анахоэяйственнэй еятельности предприятия. Учеб. пособие.- Минск ООО “Новое знание” 2000 – 688 бет.
- 63.Тулаходжаева М.М. Аудит финансового состояния предприятия. Т.: Изд. дом “Мир экономики и право”. 1996. – 192 бет.
- 64.Ташмуратов Т. Международный туризм: Справочник менеджера. –Т: 1995.- 128 с.
- 65.Ташмуратов Т., Саидов А., Умаркулов Э. Туризм иқтисоди. –Т: ТМИ, 2000.- 200 б.
- 66.Тухлиев Н.Т., Таксанов А. Экономика большого туризма. –Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси”, 2001.-208 с.
- 67.Хасанов Н., Нажбиддинов С. Корхона молиявий ҳолатини баҳолаш: муаммолар ва уларни ҳал қилиш. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 1999.- 224 бет.
- 68.Хасанов Н., Югай Л. Финансовое оздоровление предприятия: методы анализа и оценки. Т.: Изд. дом “Мир экономики и право”. 2001. – 192 бет.
- 69.Финансовый анализ деятельности фирмы. М.: Совместное советско-американское предприятие «Крокус Интернэшнл», 1993.-240 бет.

- 70.Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. Учебник. . – М.: ИНФРА-М, 2002 –333 бет.
- 71.Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. . – М.: ИНФРА-М, 2000 – 208 бет.,
- 72.Шоалимов А.Х., Тожибоева Ш.А. Бошқарув таҳлили. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2003.- 140 бет.,
- 73.Шоалимов А.Х., Тожибоева Ш.А. Бошқарув таҳлили. Маърузалар матни. Т.: ТДИУ, 2004.- 140 бет.,
- 74.Шоалимов А.Х., Тожибоева Ш.А. Иқтисодий таҳлил назарияси. Т.: ТДИУ, 2004.- 91 бет.,
- 75.Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. – М.: Издательство РДЛ, 2005, -368 с.
- 76.Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш муаммолари. Республика ИАС материаллари. Самарқанд. СамДУ. 2001 -118 бет.
- 77.Кудратов Т.Қ. Иқтисодий таҳлил назарияси. Лекциялар курси. Самарқанд, СамҚХИ. 2004. – 107 бет.