

Səfər Nahid oğlu ŞÜKÜROV  
Azərbaycan Dövlət İqtisad Univeritetinin  
İqtisadi və Texnoloji elmlər kafedrasının magistrantu  
E-mail: [sefer.shukurov@mail.ru](mailto:sefer.shukurov@mail.ru)

## TURİZM MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ GƏLİR VƏ XƏRCLƏRİN UÇOTUNUN APARILMASI VƏ MÖVCUD VƏZİYYƏTİN TƏHLİLİ

### Xülasə

Müasir iş dünyasında müəssisələr rəqiblər üzərində üstünlük əldə etməyin yeni yollarına daim diqqət yetirməlidirlər. Bu iş mühitində mühasibat uçotu turizm biznesinin idarə edilməsində mühüm amil kimi çıxış edir. Geniş ədəbiyyat araşdırması vasitəsilə tədqiqatda bütün müvafiq nəzəri modellərə və turizm biznesinə əsaslanan təbiiqlərə yanaşma cəhdi olunacaq. Bu məqalənin məqsədi beynəlxalq kontekstdə turizm müəssisələri üçün uçot sistemlərinin əhəmiyyətini təmin etmək və mövcud vəziyyətin təhlilidir. Bu geniş ədəbiyyat icmalının nəticələri göstərir ki, mühasibat uçotu turizm biznesinə katalitik töhfə verən bilik sahəsidir. Bundan əlavə, modernləşdirilmiş turizm müəssisələrində mühasibat uçotunun son dərəcə axıcı biznes mühitində davamlı olaraq inkişaf edəcəyi və mükəmməl olacağı iddia edilir.

**Açar sözlər:** Turizm, MHBS 15, Gəlir, Mühasibat uçotu, Xərclər

**JEL:** F00

**UOT:** 33;330; 336;336.01;336.11; 336.741.28;336.7

**DOI:** <https://doi.org/10.54414/QZHV2642>

### Giriş

Turizm sahəsi bu gün dünya iqtisadiyyatı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir [8. s,214]. O, bir çox ölkələrdə tədiyyə balansına müstəsna töhfə verən ən böyük xidmətlər ixrac edən sektordur. Mühasibat uçotunun diqqəti və əhatə dairəsi son illərdə, o cümlədən indiki vaxtda onun turizm sənayesində istifadəsinə yönəlmişdir. Turizm insanların və bütün cəmiyyətin maraqlarını ifadə etmək vasitəsi, mikro və makro səviyyədə gəlir mənbəyi kimi görünür [10. s,9]. Turizm ölkədə infrastrukturun, yerli sənayenin və xalq yaradıcılığının yüksək səviyyədə inkişafına şərait yaradır, həmçinin mehmanxana tikintisinin sürətləndirilməsi hesabına əlavə iş yerlərinin açılmasına şərait yaradığı üçün bu sahə əmək tutumlu fəaliyyət hesab olunur. Turizm məhsulun istehsal olması üçün təşkil edilmiş kompleksli sistemi isə turizm sənayesi hesab edilir [1. Mad,1.1.10]. Turizm sənayesi turistlərin yerləşdirməsi və nəqliyyat vasitələri ilə təmin edilməsi, bir sıra obyektlər olan ictimai iaşə, əyləncə, dərketmə, işgüzar, sağlamlıq, idman, turoperator, turagent, ekskursiya və bələdçi-tərcüməçi xidmətləri göstərən təşkilatların məcmusudur. Turizmin inkişafı ilə dünya təbii üstünlüklərdən, ekologiyadan, tarixi-mədəni ənənələrdən səmərəli istifadə, maksimum resursları səfərbər etmək əsasında inkişaf edərək ölkəni və onun əhalisini daha yaxşı

dərk edir [10. s,10]. Turistlərin mənzərəli yerləri ziyarət etmək üçün səyahət ehtiyacları ilə yanaşı, həm də yemək, yatmaq, musiqidən həzz almaq, əylənmək, bəzi boş vaxtlarında isə əşyalar, suvenirilər və s. almaq ehtiyacları var, turizm sənayesi müştərilərin ehtiyaclarına uyğun olaraq nəqliyyat, iaşə, yerləşdirmə, satış və digər əyləncə xidmətləri təşkil edərək müştərilərə xidmət göstərir. Səyahətinin nöqtəyi-nəzərindən nəzərə alınarsa, demək olar ki, turizm fərdlər tərəfindən mal və xidmətlərin birbaşa istehlakıdır, çünki bu cür istehlak insanların istirahət, müalicə, əyləncə və istirahət üçün, həmçinin siyasi, mədəni, iqtisadi və digər ehtiyacları ödəmək üçün təsadüfi yaşayış yerlərindən kənarında səyahətləri və qalmaları ilə əlaqədardır.

### Əsas mətn

Hər bir biznes sahəsində olduğu kimi, turizm şirkət siyasətləri arasında da mühüm funksiyalardan biri şirkət üzrə gəlir və xərclərin necə tanınmasıdır [4. s,143]. Bu funksiyanın olduqca vacib olduğu deyilir, çünki şirkətin mənfəətinin mənbəyi gəlir və xərclərdən qaynaqlanır. Kiçik və məhdud satış həcmi olan şirkətlər üçün gəlir və xərclərin tanınması mürəkkəb məsələ deyil. Lakin böyük satış miqyasında olan iri şirkətlər üçün gəlir və xərclərin tanınması mürəkkəb və mürəkkəb problemə çevrilmişdir [3. s,206]. Buna görə də, gəlir və xərclərin elementlərinin müvafiq tanınması zəruridir.

Gəlirlər və xərclərin uçotunda şəffaflığı qorumaq üçün ən başlıca prinsip uçotun maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartlarına uyğunlaşdırılmasıdır. Bu istiqamətdə isə ən çox müraciət edilən standart MHBS 15 - Müştərilərlə müqavilələr üzrə gəlirlər Standartıdır. MHBS-15 Standartına əsasən gəlir müəssisənin adi fəaliyyəti zamanı əldə edilən gəlir kimi müəyyən edilir. Standart gəlirin nə zaman tanınacağı haqqında qərar verməyə kömək edir [2 s,2]. MHBS 15 gəlirin uçotu üçün beş addımlı model təklif edir və bu modelin prinsipləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- 1-ci addım; Müştəri ilə bağlanmış müqavilənin müəyyən edilməsi,
- 2-ci addım; Müqavilədə icra öhdəliklərinin addım-addım müəyyənləşdirilməsi (malların çatdırılması və ya xidmətin göstərilməsinə söz vermək),
- 3-cü addım; Əməliyyat qiymətinin müəyyən edilməsi,
- 4-cü addım; Əməliyyat qiymətinin icra öhdəliklərinə bölünməsi,
- 5-ci addım; Müəssisə müqavilə üzrə öhdəliklərini yerinə yetirdikdə gəlirin uçotu

MHBS-15 standartı müqavilə üzrərinə fokuslanır və müqavilə satış əməliyyatının başa çatıb-çatmadığını müəyyən etməyə kömək edən ən mühüm sübut funksiyasını icra edir. MHBS-15 Standartı

əksər hallarda müştəri ilə biznesin vahid müqaviləsi üçün tətbiq edilir. Standarta əsasən bağlanmış müqavilə aşağıdakı şərtlər ödəndikdə qüvvəyə minir:

- Müqavilə tərəfləri müqaviləni yazılı və ya şifahi şəkildə təsdiq etməlidirlər,
- Tərəflərin təhvil veriləcək ticarət malları və ya xidmətləri ilə bağlı hüquqları müqavilədə müəyyən edilməlidir.
- Daşınacaq mal və ya xidmətlər üçün ödəniş şərtləri müəyyən edilməlidir.
- Müqavilə mahiyyətə kommersiya xarakterli olmalıdır.
- Köçürüləcək məbləğin ciddi ehtimalı olmalıdır [5. Mad,2].

### Əsas hissə

Turizm biznesində mühasibat uçotunun təşkili xüsusi maraq doğurur, çünki mühasibat uçotunda məlumatların düzgün və vaxtında əks etdirilməsi təkcə müəssisənin inkişaf səviyyəsinin düzgün və dəqiq təhlili deyil, həm də maliyyə problemlərinin həllidir. Habelə vergi öhdəliklərinin vaxtında və qüvvədə olan qanunlara uyğun yerinə yetirilməsi vergi orqanları tərəfindən cərimələrdən yayınmağa kömək edir.

### Cədvəl.1.

#### Turagent ilə turoperatorlar arasındakı fərqlər

Turoperator	Turagent
1. Topdan satıcı kimi fəaliyyət göstərir.	1. Pərakəndə satıcı kimi fəaliyyət göstərir.
2. Yaratdıqları paketə görə məsuliyyət daşıyan prinsipial agent kimi çıxış edir.	2. O, xidmətləri təsdiq edən və yenidən təsdiq edən yerli agent kimi çıxış edir.
3. Tur paketlərini planlaşdırır, təşkil edir, satır, reklam edir və idarə edir.	3. Adətən satdıqları bayram paketlərini dizayn etmir və ya yaratmır.
4. Turoperatorlar turpaketləri birbaşa müştərilərə satır və ya bunun üçün turagentlərin xidmətlərindən istifadə edirlər.	4. Tur operatoru adından paketli turlar satır.
5. Biznesin həcmi böyükdür	5. Biznesin ölçüsü nisbətən kiçikdir.
6. Müxtəlif tur proqramları təklif edir.	6. Səyahət məhsulunun xüsusi bir komponenti ilə məşğul olur.
7. Turun marşrutu və proqramına dəyişiklik edir.	7. Tur marşrutunu izləyir.
8. Gəliri Dəyişkəndir	8. Gəlir sabitdir və təchizatçılar tərəfindən əvvəlcədən müəyyən edilir.

Mənbə - [9. s,5]

Turizm sahəsində mühasibat uçotunun təşkilində ən çox nəzərə çarpan nüanslardan biri də Turoperator və Turagent münasibətləri və onlar arasında olan əməliyyatlardır. Turoperatorlar həm öz ölkəmizdə, həm də xaricdə fiziki şəxslərin istirahətinin təşkili üçün bütün növ xidmətlərlə məşğul olurlar. Turpaketlər onların adından turizm agentlikləri tərəfindən satılır. Turizm sahəsində əməliyyatların iştirakçıları arasında münasibətlər turoperator-agent-müştəri zənciri üzrə qurulur. Turizm firmalarında mühasibat və vergi uçotu bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir. Yalnız hüquqi şəxs turoperator ola bilər, turagentlər isə öz fəaliyyətlərini tək müəssisə kimi deyil, həm də fərdi sahibkar kimi həyata keçirmək hüququna malikdirlər (Cədvəl.1.). Turizm biznesinin bu iki iştirakçısı arasındakı fərq ondan ibarətdir ki, agent yalnız hazır turizm məhsulunun satışı ilə məşğul olur, operator isə daha geniş səlahiyyətlərə malikdir: turizm məhsulunun yaradılmasından onun son istehlakçılara satışına qədər. Əqdlər bağlayarkən, turagent satılan turizm məhsulu üçün bilavasitə turoperator haqqında məlumatları müqavilə sənədlərində göstərməlidir.

Turizm şirkətləri öz fəaliyyətlərində turpaket formasından istifadə edirlər. Bu forma aşağıdakı xidmətlərlə bağlı olan təşkilatlar tərəfindən istifadə olunur:

- turist xidmətləri
- daxili turizm çərçivəsində fiziki şəxslərin istirahətinin təşkili
- gəlmə və çıxış turizmi
- turizm agentliyinin fəaliyyəti
- ekskursiya xidməti.

Turoperator və onun agentləri arasında hesablamalar aparılarkən endirimlər və bonuslar sistemindən istifadə etməyə icazə verilir. Bu, agentlik haqqının yekun dəyərinin hesablanması tərkib elementidir, ona görə də bu cür göstəricilərin dəyərləri vergitutma bazasına təsir göstərir. Səyahət agentləri vergi tutulan gəlirin bir hissəsi kimi göstərilən xidmətlərə görə ödəniş aldıkları tarixlərdən birinə istinad edirlər:

1. vəsaitin faktiki daxil olduğu tarix
2. operatorun hesabatı təsdiq etdiyi və qəbul etdiyi tarix

Turizm agentləri ilə turoperator arasında əməkdaşlıq çərçivəsində həyata keçirilən əməliyyatlar

aşağıdakı standart yazışmalar vasitəsilə birincinin hesablamalarında rəsmiləşdirilir:

-Ümumi baxılıqda turoperator turagentə komissiya ödəməlidir. Bunu müəyyən etmək olar:

- turun qiymətinin faizi kimi;
- onun satış qiyməti ilə turoperatorun müəyyən etdiyi qiymət arasındakı fərq kimi;
- sabit məbləğ kimi.

-Müqavilədə aşağıdakılar nəzərdə tutulmalıdır:

- komissiyanın müəyyən edilməsi qaydası və məbləği;
- onun ödəmə müddəti;
- səyahət agentliyinin verilmiş turpaketlər üzrə hesabat təqdim etməsinin forması və qaydası.

Turizm məhsullarının satışından əldə edilən gəlirin müəyyən edilməsi vaxtı turun bitmə tarixidir. Satışdan əldə olunan gəlir xidmətlərin göstərilməsini təsdiq edən çek əsasında tanınır. Turagentin vaucherlərin turistə təhvil verildiyi gün satışı haqqında hesabatı əsasında turizm məhsulunun satış anı turoperatorun uçotunda əks etdirilə bilər. Səyahət şirkətinin uçot siyasətində mühasibat uçotu və vergi uçotu üçün gəlirlərin müəyyən edilməsi qaydasını müəyyən etmək lazımdır.

Gəlirin əks etdirilməsinin konkret metodu bir dəfə aparılmalıdır, və bu uçot siyasətində müəyyən edilir. Səyahət agentlikləri öz maya dəyəri əməliyyatlarına turist məhsullarının sonradan yenidən satmaq üçün operatorlardan alınması ilə bağlı xərcləri daxil edirlər. Aşağıdakı məbləğlər də xərc maddələrindən çıxılır:

- daşınmaz əmlakın saxlanması ilə bağlı xərclər;
- ofis icarəsi xərcləri;
- işçilərin əmək haqqı xərcləri;
- ofis avadanlığının alınması, onun təmiri və saxlanması xərcləri, dəftərxana ləvazimatı və digər maddi sərvətlərin alınması ilə bağlı xərclər,
- kommunal ödəniş xərcləri.

Operator tərəfindən ödənilməli olan xərclər vergitutma bazasını azaltmamalıdır. Turoperatora münasibətdə vergi qanunvericiliyi agentlik müqaviləsində nəzərdə tutulmuş çeklərin qiymətini vergitutma obyektinə kimi tanıyır. Operator üçün xərclər turizm məhsulunun maya dəyərində daxil edilən xərclər, agentlik müqavilələri üzrə əmək haqqının məbləği və idarəetmə xərcləridir. Səyahət agentliyinə verilən

vauçerlər iddiasız çıxdıqda və operatora qaytarılırsa, onların dəyəri digər xərclər məbləğinə daxil edilməlidir.

Təcrübədə turizm şikətlərinin çoxlu müxtəlif gəlir tanınması siyasətlərindən istifadə etdiyini görürük. Çeşid, demək olar ki, göstərdikləri xidmətlərin müxtəlifliyi qədər genişdir. Bəzi turizm şirkətləri bir sıra məhsullarını müxtəlif yollarla satır və hər biri üçün fərqli gəlir tanınma siyasətindən istifadə etməlidirlər. Turizm sektorunda gəlirin tanınmasında mühasibat uçotu üçün ən ümumi yanaşmalardan bəziləri aşağıda təqdim edilmişdir.

#### 1. Rezervasiya tarixi

Əgər agent kimi fəaliyyət göstərilirsə, o zaman gəlir adətən sifariş tarixində tanınılır. Ənənəvi məntiq ondan ibarətdir ki, agentin rolu əsasən rezervasiya təmin edilən zaman yerinə yetirilir. Agentlər, ümumiyyətlə, qanuni gəlir kimi yalnız öz komissiyalarını qeyd edirlər.

#### 2. Depozit/son balans bölünməsi

Bəzi turizm agentləri və operatorlar gəlirlərini bölüşdürürlər. Onlar geri qaytarılmaması əsasında rezervasiya zamanı gəlirin bir hissəsini depozit kimi Mənfəət və ya Zərər hesabatından qeyd edirlər. Sonra qalanını gediş zamanı tanıyırlar. Bu yanaşma gəliri rezervasiya müddətinə yayır, lakin çoxlu sayda sifariş olduqda onları bu metodla izləmək çox çətin ola bilər.

#### 3. Ləğv edilə bilməz xidmət

Gəlirlərin tanınması üçün ümumi və ən başlıca kriteriya odur ki, geri qaytarılmaması 100 faiz olsun. Bu səbəbdən qaytarma siyasəti xidmət şərtlərində aydın şəkildə göstərilməlidir. Qaytarma hallarının ümumiyyətə olmaması gəlirin tanınması prosesini asanlaşdırır.

#### 4. Təchizatçı/müştəri yekun ödənişi

Turizm şirkətləri çox vaxt gəliri ya müştərinin son balansını ödədiyi anda, ya da təchizatçılara tam ödəniş etdikdə hesaba alırlar. Prosesdəki roldan asılı olaraq, bu yanaşmanın müəyyən məntiqi və bununla belə, müştərilərdən daxilolmaların və ya müxtəlif təchizatçılara ödənişlərin vaxtı çox fərqli ola bilər ki, bu da standartlaşdırmanı çətinləşdirir.

#### 5. Gediş tarixi

Gediş tarixində gəlirin tanınması turizm şirkətlərində standart kimi qəbul edilir. Bu yanaşma ilə əvvəlcədən alınan bütün pullar, adətən, gediş tarixinə qədər balans hesabatında təxirə salınmış gəlir kimi saxlanılır.

#### 6. Qayıdış tarixi

Bu, şübhəsiz ki, səyahət şirkətləri üçün gəlirin tanınması üçün ən ehtiyatlı yanaşmadır. Etibarlı uçot aparıldığı təqdirdə, bu həm də gəlirin tanınmasını nağd pulun alındığı nöqtə ilə uyğunlaşdırır. Ancaq məlum səbəblərə görə bu, populyar bir yanaşma deyil.

### Cədvəl 2

#### Sorğu sualları

1. MHBS 15 "Müştərilərlə müqavilələr üzrə gəlirlər" Standartı haqqında nəzəri məlumatınız varmı?	
2. Müəssisənidə müştərilərlə müqavilələr zamanı əməliyyat qiymətinin icra öhdəliklərinə (performance obligations) bölünməsi praktikasından istifadə edilirmi?	
3. Müəssisənidə müştərilərlə bağlanmış müqavilələrdə müqavilənin bağlandı tarixdən sonra əməliyyat qiymətlərində(transaction price) dəyişiklik edilməsinə icazə verilmirmi?	
4. Müəssisənidə müştərilərlə bağlanmış müqavilələrdə təxirə salınmış və 1 ildən artıq müddəti olan ödənişlərin zaman dəyəri nəzərə alınmaqla diskountlaşdırma aparılırmı?	
5. Sizcə, ölkədə turizm şirkətlərində gəlir və xərclərin uçotunun təşkilində MHBS-na əməl olunurmu?:	
6. Sizcə, Ölkədə turizm müəssisələrində gəlirlərin MHBS əsasında tanınması uçotun şəffaflığının qorunmasında və şirkətin beynəlxalq kontekstdə tanınmasına necə təsir edir?	
7. Mövcud vəziyyəti nəzərə alaraq, ölkədə MHBS-nin tətbiq edilməsinin qarşısında duran problemlər nələrdir ?	
8. Sizcə ölkədə MHBS tətbiqini gücləndirmək üçün hansı təkliflər irəli sürülməlidir ?	

#### Sorğu

Ölkədə turizm müəssisələrində mövcud uçotun təşkilindəki vəziyyəti ilə bağlı tədqiqat aparılması üçün sorğu metodu tətbiq edilmişdir. Sorğunun

tədqiqat metodu kimi seçilməsinin əsas səbəbi işçilər arasında keçirilmiş sorğunun nəticələrini müqayisə etmək və turizm sektorunda gəlir və xərclərin uçotu və gəlirin tanınması məsələlərini

tədqiq etmək və mövcud vəziyyəti sınaqdan keçirmək imkanının əldə edilməsidir. Sorğu sualları respondentlərin diqqətini cəlb etmək üçün məntiqi ardıcılıqla düzülüb.

Sorğunun mürəkkəbliyinə görə hədəf qrupu daha məqsədyönlü seçilib. Əsas hədəf qrupu şirkətlərdə mühasib olaraq fəaliyyət göstərən və ya təcrübə keçən magistrantlar və qeyd edilən sahə üzrə təcrübəli orta yaşlı şəxslərdir. Və sorğuda iştirak edən şəxslər, təbii ki, təsadüfi seçilməyib. Çünki turizm sferasından kifayət qədər məlumatı olmayan insanların fikirləri ümumi nəticəyə kifayət qədər təsir göstərmir. Bunun səbəbi, qeyd etdiyimiz kimi, bu məsələnin mürəkkəbliyi və ölkədə az tətbiq olunmasıdır. Bu səbəbdən, sorğuda turizm sahəsi haqqında məlumatlı və karyerasında bu sahədə uçot təcrübələrinə yiyələnmiş şəxslərin iştirakı tədqiqatımızın məqsədinə çatmaq üçün aparıcı yoldur. Sorğu əsasən 100-110 nəfərlik xüsusi auditoriyanın fikirlərini əhatə edib və suallar məntiqi ardıcılıqla düzülüb 9 sualdan ibarətdir (Cədvəl 2). Sorğu əsasən ölkədə İnar Travel, Premier Holidays, Olympos Tour Azerbaijan, Jeluxe Travel, Brand Tour Azerbaijan kimi turizm şirkətlərində keçirilmişdir.

Hər bir biznes sahəsində olduğu kimi turizm sferasında da gəlir və xərclərin uçotunda şəffafflığın qorunması və uçot prosesini təkmilləşdirilməsi üçün uçotun maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartlarına əsasən aparılması ön planda tutulmalıdır. Gəlir biznes üçün ən vacib nailiyyət və ölçü göstəricisi olduğu üçün 15.01.2019-cu il tarixində dərc edilmiş MHBS 15-Müştərilərlə müqavilələr üzrə gəlirlər Standartı turizm sahəsində gəlirlərin uçotun aparılması üçün əsas götürülməlidir. Bu səbəbdən sorğu üzrə ilkin sual kimi respondentlərin standart üzrə nəzəri bilik səviyyələri analiz edilməlidir. Respondentlərin 45.6 % i Standart üzrə nəzəri biliklərini müsbət dəyərləndirmişdir.

Xüsusilə bir neçə gəlir maddəsi olan müqavilələrdə, başqa sözlə, bir alqı-satqı müqaviləsində birdən çox mal və xidmət satılırsa, əməliyyat haqqı müqavilə çərçivəsində müxtəlif mal və xidmətlərə bölüşdürülməlidir. İcra öhdəliyi qısaca olaraq müəssisənin müştəriyə fərqli mal və ya xidmət və ya bir sıra müxtəlif mal və xidmətləri ötürmək vədir [5. Mad 2]. Bu səbəbdən standartın tələblərinə əsasən gəlirin hesablanması

müqavilədəki icra öhdəliklərinin yerinə yetirilməsindən asılıdır və bəzi müqavilələrə bir neçə gəlir maddəsi daxil ola bilər. Bu bölüşdürməni həyata keçirmək üçün hər bir icra öhdəliyi müəyyən edilməlidir. Bu, turizm sahəsində xüsusi olaraq nəzərə alınmalı nüansdır, çünki turizm müştərilərlə bağlanmış müqavilələrin tərkibində bir çox icra öhdəlikləri mövcud olur. Respondentlərin 75.5 % nin verdiyi məlumata görə ölkədə turizm müəssisələrində əməliyyatların icra öhdəliklərinə bölünməsi praktikası tətbiq edilmir.

MHBS-15 əməliyyat qiymətini üçüncü tərəflər adından tərtib edilmiş məbləğlər istisna olmaqla, müştəriyə vəd edilən mal və ya xidmətlərin ötürülməsi müqabilində müəssisənin layiq olacağını gözlədiyi məbləğ kimi müəyyən edir [5. Mad 2]. Bu fərziyələrə əsasən, müəssisə əməliyyatın qiymətini müəyyən edərkən dəyişən qiymət prinsipini və pulun zaman dəyərini nəzərə almalıdır. Dəyişən qiymət müqavilədəki endirimlər, geri qaytarmalar və digər oxşar endirim maddələri (təşviqlər, icra mükafatları, qiymət üstünlükləri və s.) kimi səbəblərdən yararır [5. Mad 2]. Sorğu sualına verilən cavablardan yola çıxaraq deyə bilərik ki, respondentlərin 57.1 %-i çalışdıqları müəssisələrdə müştərilərlə bağlanmış müqavilələrdə müqavilənin bağlandığı tarixdən sonra əməliyyat qiymətlərində dəyişiklik edilməsinə praktikasından istifadə edilmir. Ümumi 10.2 % respondent bu sual üzrə məsələyə müsbət cavab vermişdir.

Tərəflər arasında razılaşdırılmış ödənişlərin vaxtı müştəri və ya biznes üçün əhəmiyyətli fayda təmin edərsə, pulun zaman dəyərinin təsirlərinə cavab olaraq maliyyə komponenti mövcuddur və nağd satış qiymətini müəyyən etmək üçün düzəliş edilir. Bəzən görülən işin və ya xidmətin dəyəri 1 ildən artıq müddətə ödənilir, və bu cür ödənişlərin zaman dəyəri nəzərə alınaraq diskontlaşdırma aparılmalıdır. Verilən cavablara baxdıqda 87.9 % respondent bildirmişdir ki, bu praktikadan ümumiyyətlə istifadə edilmir.

Ölkədə turizm şirkətlərində gəlir və xərclərin uçotunun təşkilində MHBS-na nə dərəcədə əməl olunmasıyla bağlı respondentlərimizə verdiyimiz sualın nəticəsinə əsasən müəyyən edilmişdir ki, respondentlərin 52.3 % i ölkədəki turizm müəssisələrində uçotun MHBS na uyğun aparılmadığı bildirmişdir. Ümumi 27.8 % respondent vəziyyəti orta və ya müsbət qiymətləndirmişdir.

Həmçinin qeyd edilməlidir ki, 50.2 % respondent ölkədə turizm müəssisələrində gəlirlərin MHBS əsasında tanınması uçotun şəffaflığının qorunmasındakı təsirini ciddi şəkildə bildirmişdir, 34.3 % nəticə isə respondentlərin bu məsələyə neytral yanaşdığını göstərir.

Ölkədə MHBS -nin tətbiq edilməsinin qarşısında duran problemlər haqqında respondentlərə verdiyimiz sorğuda cavabların böyük bir qismi göstərir ki, ölkədə vergi uçotunun üstünlük təşkil etməsi və bu səbəblə sahibkarların əksəriyyəti tərəfindən MHBS tətbiqinin ciddi qarşılınmaması və tələb olunmaması ölkədə MHBS nin tətbiq edilməsində ən böyük maneədir.

### **Nəticə**

Aparılmış tədqiqatdan belə nəticəyə gəlmək olar ki, hal-hazırda turizm müəssisələrində gəlirlərin uçotunun təkmilləşdirilməsi kifayət qədər aktual hesab olunur. Gəlirlərin uçotunun təkmilləşdirilməsi ilə əlaqədar aparılan tədqiqatın sonunda əldə olunmuş bir sıra nəticələrə diqqət yetirmək lazımdır:

Qeyd olunan fikirləri ümumiləşdirərək deyə bilərik ki, turizm müəssisələrində gəlirlərin və xərclərin uçotunun təşkil olunmasında müəyyən problemlər mövcuddur. Həm nəzəri, həm də praktiki bilikləri daha da möhkəmləndirməklə bu problemləri həll etmək mümkündür.

MHBS 15 Müştərilərlə Müqavilələrdən Gəlir tətbiq edilərkən bir sıra problemlər yaranır. Sorğu keçirməklə respondentlərin standartın tətbiqi zamanı hansı problemlərlə qarşılaşdıqlarını və bu problemlərin həlli yollarını müəyyən etmək mümkün olub. Belə ki, əldə edilən nəticələrə görə, standartın tətbiqi ilə bağlı əsas problem onun sahibkarlar tərəfindən tələb olunmamasıdır. Bu, standart haqqında daha az məlumatla izah edilə bilər. Həmçinin ölkədə vergi uçotunun üstünlük təşkil etməsi MHBS-nin ölkədə tətbiqi qarşısında duran əsas problemlərdən biridir.

Nəticələrdən biri də MHBS-nin tədrisinə o qədər də diqqət yetirilməməsidir. Bu problemə geniş miqyasda baxsaq, bunun ciddi problemə, hətta gələcək maliyyə dövrləri üçün problemlərə çevriləcəyi qənaətinə gələ bilərik. Bu problemin həlli standartla bağlı təlim materiallarının və videoçarxların sahibkarlar və mühasiblər tərəfindən daha geniş şəkildə mənimsənilməsinə təmin etmək

üçün standartın tədris prosesini sürətləndirməkdir. Həmçinin sahibkarlara MHBS tətbiqi ilə bağlı dövlət tərəfindən dəstəyin göstərilməsi də əlavə, universitetlərdə MHBS tətbiqini tədris edən fənn və ya fənlər artırılmalı və təkmilləşdirilməsi ilə bağlı ciddi addımlar atılması da respondentlərimizin təklifləri arasında üstünlük təşkil etməkdədir.

### **ƏDƏBİYYAT SİYAHISI**

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı Turizm Haqqında 27 dekabr 2021 - ci il tarixli 448-VIQ nömrəli qanunu (Azərbaycan Respublikası Prezidentinin rəsmi internet saytı, 27 dekabr 2021-ci il, "Xalq" qəzeti, 4 avqust 2022-ci il, № 163, Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu, 2021-ci il, № 448)
2. Deloitte, IFRS industry insights – Travel Hospitality and Leisure sector, May 2014
3. Devi Rizky Agustika and Jasmadeti "Review of Revenue Treatment and Expense Recognition Using the Visual Hotel Program Application", 2018
4. Edy Sujana, Aristia Prayudi "The Research and Development Study of Tourism Accounting Dictionary" - Advances in Economics, Business and Management Research, volume 103, Atlantis Press 2019
5. "Müştərilərlə müqavilələr üzrə gəlirlər" adlı 15 №-li Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartı
6. Theofanis Karagiorgos, George Drogalas, Michail Pazarskis, "Accounting systems for Tourism in an International Context" - January 2008
7. [Temirkhanova Mo'tabar Juraevna](#), "Improvements in Accounting and Analysis of Financial Results in Tourism Enterprises" - Department of International Economy, Russian University of Economics, Juraevna TM 2019
8. Radu- Daniel Loghin, "Financial Reporting in The Tourism Industry", Romania, 2016
9. Study - Setting up of Travel Agency And Tour Operator Business Unit 7, pg 5
10. Hüseynli Züleyxa Rasim qızı "Turizmde mühasibat uçotu və auditin təşkili istiqamətləri" mövzusunda magistr dissertasiyası - , Bakı 2016
11. <https://traveltradeconsultancy.co.uk/>
12. <https://www.muhasib.az/article.php?cat=2&n=802>

13. [https://www.muhasib.az/ifrs\\_index.php](https://www.muhasib.az/ifrs_index.php)
14. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

**Safar Nahid SHUKUROV**

Master's student of the Department of Economic and Technological Sciences of the Azerbaijan State University of Economics  
E-mail: [sefer.shukurov@mail.ru](mailto:sefer.shukurov@mail.ru)

**ACCOUNTING OF INCOME AND EXPENCES IN TOURISM INSTITUTIONS AND  
ANALYSIS OF THE CURRENT SITUATION**

**Summary**

In the modern business world, enterprises must always pay attention to new ways of gaining an edge over competitors. In this business environment, accounting plays a significant role in the management of tourism businesses. Through extensive literature research, an attempt will be made to approach all relevant theoretical models and applications based on tourism business. The purpose of this article is to ensure the importance of accounting systems for tourism enterprises in an international context and to analyze the current situation. The results of this comprehensive literature review indicate that accounting is a catalytic field of knowledge that significantly contributes to the tourism industry. Furthermore, it is claimed that in modernized tourism enterprises, accounting will continuously evolve and excel in the highly dynamic business environment.

**Keywords:** *Tourism, IFRS 15, Revenue, Accounting system, Expenses*

**Сафар Нахид ШУКУРОВ**

Магистрант кафедры экономических и технологических наук Азербайджанского государственного экономического университета  
E-mail: [sefer.shukurov@mail.ru](mailto:sefer.shukurov@mail.ru)

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ  
ЛИЧНЫХ ЦЕННОСТЕЙ**

**Резюме**

В современном деловом мире предприятия должны всегда обращать внимание на новые способы превосходства над конкурентами. В этой бизнес-среде бухгалтерия играет значительную роль в управлении туристическими предприятиями. Через обширное литературное исследование будет предпринята попытка приблизиться ко всем соответствующим теоретическим моделям и приложениям, основанным на туристическом бизнесе. Целью этой статьи является обеспечение важности системы учета для туристических предприятий в международном контексте и анализ текущей ситуации. Результаты этого всестороннего обзора литературы указывают на то, что бухгалтерия является катализатором знаний, значительно способствующим туристической индустрии. Кроме того, утверждается, что в современных туристических предприятиях бухгалтерия будет непрерывно развиваться и успешно работать в высокодинамичной бизнес-среде.

**Ключевые слова:** *Туризм, МСФО 15, Доходы, Система учета, Расходы*