

3/2024,
may-
iyun
(№ 00071)



TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING RIVOJLANISH STRATEGIYASI SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING USULLARI VA YONDASHUVLARI

Shakirova Madinaxon Gafurdjanovna

Xalqaro Nordik universiteti mustaqil tadqiqotchisi

E-mail: madinochka_90@inbox.ru

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol12_iss3/i18

Annotatsiya

Ushbu maqolada rivojlanish strategiyasining nazariy jihatlari: rivojlanish strategiyasi kontseptsiyasi, uning turlari va baholashga yondashuvlar ko'rib chiqiladi. Tadqiqot mavzusi bo'yicha eng dolzarb muammolarni aniqlash maqsadida ilmiy tadqiqot davriy nashrlarining tahlili ham amalga oshiriladi.

Kalit so'zlar: muvozanatli ko'rsatkichlar tizimi, rivojlanish strategiyasi, samaradorlik, baholash mezonlari, investitsiyalar rentabelligi.

МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Шакирова Мадинахан Гафурджановна

Независимый исследователь Международного университета Нордика

Аннотация

В данной статье рассматриваются теоретические аспекты стратегии развития: понятие стратегии развития, ее виды и подходы к оценке. Также проводится анализ периодики научных исследований с целью выявления наиболее актуальных проблем по теме исследования.

Ключевые слова: сбалансированная система показателей, стратегия развития, эффективность, критерии оценки, рентабельность инвестиций.

METHODS AND APPROACHES FOR EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF THE DEVELOPMENT STRATEGY OF BUSINESS ENTITIES

Shakirova Madinaxan Gafurdjanovna

Independent researcher of International Nordic University

Abstract

This article examines the theoretical aspects of development strategy: the concept of development strategy, its types and approaches to evaluation. Analysis of periodicals of scientific research is also carried out in order to identify the most urgent problems on the topic of research.

Key words: balanced indicator system, development strategy, efficiency, evaluation criteria, return on investment.

Kirish

Bugungi kunda raqobatbardosh korxonani rivojlanish strategiyasiz tasavvur qilish qiyin. Strategiya bozor iqtisodiyoti sharoitida kompaniya rivojlanishining eng muhim jihatlardan biridir. Bugungi kunda korxonalarda strategiyaning samaradorligini baholashning oz sonli usullari mavjud, ammo barchasi ham zamonaviy bozor tendentsiyalariga muvofiq batafsil va obyektiv baho bera olmaydi. Shuningdek, mavjud usullardan foydalangan holda korxonani strategiyasini takomillashtirish bo'yicha aniq tavsiyalarni shakllantirish muammoli. Yuqoridagilar tadbirkorlik subyektlarida strategiyaning samaradorligini baholash va qo'yilgan muammolarni hal qilish metodologiyasini ishlab chiqish bilan bog'liq dissertatsiya ishining yo'nalishini tanlashni dolzarblashtiradi.

Rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish sanoat korxonalari bozorida eng ko'p talab qilinadigan tendentsiyalardan biridir. Mamlakatimiz amaliyotida uning rivojlanish, mahalliy voqelikka o'zgina tuzatishlar kiritgan holda, xorijiy biznes maktabiga asoslanadi. Shunga qaramay, hatto xorijiy strategik menejment mualliflarida ham rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholash tavsifi deyarli yo'q. Shu bois ham mazkur yo'nalishda tadqiqotlar olib borish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Rivojlanish strategiyasini o'rganish va tahlil qilish bilan bog'liq masalalar ilmiy tadqiqot adabiyotlarida faol muhokama qilinmoqda. Biz Rossiya ilmiy iqtiboslar indeksida chop etilgan nashrlarning tahlilini o'tkazdik. O'rganish uchun nashrlarni qidirish va tanlash sarlavhalar bo'yicha qidiruv xizmati asosida, "Korxonani rivojlantirish strategiyasi", "Korxonani rivojlantirish strategiyasining samaradorligi", "Strategik rivojlanish omillari" va boshqalar kabi kalit so'zlardan foydalangan holda amalga oshirildi.

Yu.A. Bondar [1] o'z tadqiqotida strategiyani baholashning uchta asosiy usulini ko'rib chiqadi va muallifning har bir usulni kichik va yirik kompaniyalar uchun turli vaziyatlarda qo'llash va tavsiya etilgan korxonani strategiyalari uchun muqobil variantlardan tanlash uchun yondashuvni tavsiya qiladi. Shuningdek, u variantlarning har biri alohida va ishda sanab o'tilgan usullar bilan birgalikda ishlashini ta'kidlaydi.

Yu.N. Lapygin [2] potentsial samarali strategiyaning eng muhim xususiyatlarini va ushbu samaradorlikni o'lchash usulini aniqlaydi. Bundan tashqari, muallif strategiyani baholash tizimi qanday zarur elementlarni o'z ichiga olishi kerakligiga e'tibor qaratadi va ushbu baholash mezonlari guruhlarini ko'rib chiqadi.

A.A. Tompson va A.J. Striklend [3] strategiyani tanlash uchun matritsa yaratdilar, bu esa sanoatning o'sish dinamikasiga va raqobat muhitidagi pozitsiyasiga bog'liq. Tanlangan strategiyani baholash uchun strategiyani amalga oshirish imkoniyatini belgilaydigan asosiy omillar qanchalik to'g'ri va etarli darajada tanlanganligini aniqlash uchun tahlil o'tkaziladi. Strategiyani tanlash tartibi bitta narsaga to'g'ri keladi: tanlangan strategiya kompaniyani o'z maqsadlariga erishishga olib keladimi yoki yo'qmi.

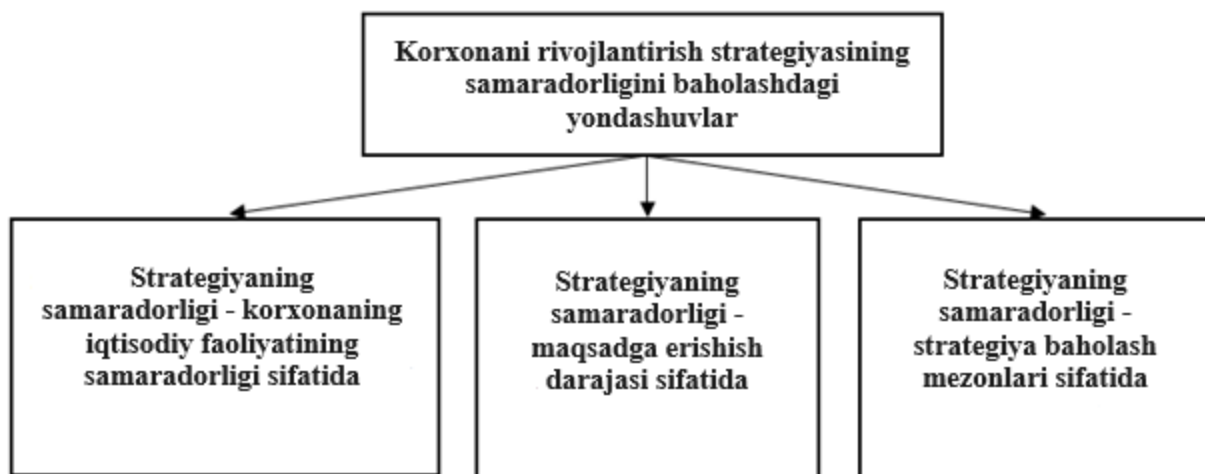
E.L. Dracheva [4] o'z ishida korxonalar uchun to'rtta strategik alternativani taklif qiladi. Boshqaruv mavjud strategik alternativani ko'rib chiqqandan so'ng, u aniq strategiyaga o'tadi. Maqsad - tashkilotning uzoq muddatli samaradorligini maksimal darajada oshiradigan strategik alternativani tanlash.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu ilmiy tadqiqot ishimizda ilmiy abstraktsiya, qiyoslash asosida xorijiy tajribalarni va yondashuvlarni tahlil qildik. Shuningdek, strategiyasining samaradorligini baholash usullarini solishtirma tahlil qildik.

Tahlil va natijalar

Dimitreyova o‘zining ilmiy ishida rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholashda uchta asosiy yondashuvni taklif bergan(1-rasm).



1-rasm. Strategiya samaradorligini baholashning asosiy yondashuvlari [5]

Har bir yondashuv o‘zining nazariy bazasiga asoslanadi va turli xil strategiyalar uchun ishlatiladi hamda o‘zining ijobiy va salbiy tomonlariga ega.

Strategiyaning samaradorligi - kompaniyaning iqtisodiy faoliyati samaradorligi sifatida. Ushbu yondashuvning asosiy vakillaridan biri Devid Norton va Robert Kaplan tomonidan ishlab chiqilgan muvozanatli ko‘rsatkichlar tizimi (MKT). Ushbu tizimning qulayligi shundaki, korxonani rivojlantirish strategiyasini miqdoriy o‘lchovga o‘tkazish mumkin. Tizim oldindan tanlangan ko‘rsatkichlar asosida amalga oshiriladi, ular rivojlanish strategiyasining barcha muhim jihatlarini hisobga oling[6].

Muvozanatli ko‘rsatkichlar tizimi (MKT) korxonani rivojlantirish strategiyasini korxonaning faoliyatining to‘rt jihatiga – moliya, mijozlar, biznes–jarayonlar, xodimlarga aylantiradi. Bunda kompaniyaning moliyaviy yo‘nalishi, tovarlar va xizmatlarning iste‘molchi uchun foydaliligi, ichki operatsion samaradorligi, innovatsiyalar va o‘qitish hisobga olinadi.

Moliya nuqtai nazaridan rivojlanish strategiyasini amalga oshirish jarayonida erishish rejalashtirilgan iqtisodiy natijalar aniqlanadi. Bu yerda kompaniyaning asosiy faoliyatidan olinadigan daromad, yalpi foyda va boshqalar kabi an‘anaviy moliyaviy ko‘rsatkichlar ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, pul oqimlari alohida ko‘rib chiqiladi. Ushbu yondashuv mualliflarining fikriga ko‘ra, buxgalteriya hisobida aks ettirilgan ko‘rsatkichlar korxonaga uchun unchalik muhim emas, chunki maqsad qilingan investitsiyalarning rentabelligini maksimal darajada oshirish emas, balki allaqachon qilingan investitsiyalardan pul oqimlarini maksimal darajada oshirishdir.

Shunga asoslanib, mualliflar quyidagi baholash ko‘rsatkichlarini taklif qilishadi:

- bozor segmentida savdo hajmining o‘sishi;
- yangi mahsulotni sotishdan tushgan daromadning foizi;
- xarajatlarni kamaytirish va samaradorlikni oshirish;
- daromadning o‘sishi va faoliyat tuzilmasining kengayishi;
- investitsiyalarning rentabelligini oshirish;
- qo‘shimcha mahsulot qiymatini oshirish.

Keyinchalik, MKT "mijoz" jihatini ko'rib chiqadi. Unda quyidagi ko'rsatkichlar ko'rib chiqiladi:

- mijozlarning qoniqishi;
- kompaniya tomonidan qiymat taklifi;
- mijozlarning sodiqligi.

Ushbu ko'rsatkichlardan tashqari, ko'pgina kompaniyalar uchun mos bo'lgan bir qator universal ko'rsatkichlar mavjud: mijozlar bazasini kengaytirish, mijozning rentabelligi va boshqalar.

Keyingi jihat-bu ichki biznes jarayonlari. U aktsiyadorlar va iste'molchilar uchun eng muhim bo'lgan korxonalar faoliyatini belgilaydi. Bu yerda maqsadlar va ko'rsatkichlar oldingi ikki jihat rivojlanishidan keyin shakllanadi. Shu sababli, korxonalar mijozlar va aktsiyadorlarning muammolarini hal qilish uchun biznes jarayonlarini yo'naltirish imkoniyatiga ega. Baholashning asosiy ko'rsatkichi ilmiy-tadqiqot ishlariga investitsiyalarning rentabelligi, ya'ni operatsion foydaning rivojlanish xarajatlariga nisbati. Ushbu ko'rsatkichning maqsadi ilmiy-tadqiqot ishlarining maqsadi eng katta bozor salohiyatiga va yuqori rentabellikka ega bo'lgan bunday uskunalarni ishlab chiqish ekanligini ko'rsatishdir. Undan foydalanish mumkin ikkala mahsulot to'plami uchun ham, har bir mahsulot uchun alohida. Qo'shimcha ko'rsatkich-bu yangi mahsulotni sotishning umumiy hajmidagi ulushi [7].

MKT dagi so'nggi jihat-bu xodimlar, ya'ni ularning o'qishi va o'sishi. Ushbu jihat uchun samaradorlikning asosiy omillari quyidagilardan iborat:

- xodimlarni qondirish;
- xodimlarning malakasi va tajribasi;
- ma'lumot olish tezligi;
- tashabbuslarni yaratish va boshqalar.

Bundan tashqari, xodimning samaradorligi uning axloqiy holati, ichki biznes jarayonlarining mukammalligi, qoniqish darajasi kabi omillarning umumiy ta'siri ostida aniqlanadi. Korxonalar ishlab chiqarilgan mahsulotlar sonini uni ishlab chiqaradigan ishchilar soni bilan o'zaro bog'lashi kerak. Korrelyatsiyaning asosiy usuli- bu bitta ishchi uchun ishlab chiqarish ko'rsatkichi. Ishchi va umuman kompaniyaning samaradorligi qanchalik yuqori bo'lsa, ishlab chiqarish shunchalik yuqori bo'ladi.

Shunday qilib, muvozanatli ko'rsatkichlar tizimi korxonaning rivojlanish strategiyasini mutlaq ko'rsatkichlar to'plamiga tarjima qilish va ular asosida samaradorlikni baholashga imkon beradi. Shunday qilib, korxonalar rahbariyati rivojlanish strategiyasini amalga oshirish uchun samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishi mumkin.

Rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholashning yana bir usuli bu samaradorlikni natija va xarajatlar nisbati sifatida baholashdir. Uning mohiyati rivojlanish strategiyasini amalga oshirish natijasini bashorat qilish va uning to'liq narxini hisoblashdir. Rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholashning miqdoriy ko'rsatkichi strategiya natijasi va uning xarajatlari nisbati bo'ladi.

Rivojlanish strategiyasining natijasi uni amalga oshirish natijasida harakatlardan olinadigan pul daromadidir. Bu yerda misol: bozorning yangi segmentlariga kirish yoki bozor geografiyasini kengaytirish. Ishlab chiqilgan rivojlanish strategiyasini amalga oshirish xarajatlari ishlab chiqilgan tadbirlarni amalga oshirish uchun kiritilgan investitsiyalar hajmi bilan ifodalanishi mumkin.

Ushbu yondashuv odatda rivojlanish strategiyalarining muqobil variantlarini oldindan tanlash uchun ishlatiladi, chunki juda ko‘p xarajatlar tufayli barcha variantlarni qabul qilish mumkin emas.

Strategiyani baholash mezonlari orqali strategiya samaradorligi. Ushbu toifaning asosiy vakili D. Kempbell, J. B. Xyuston [8]. Ular strategik tanlov uchun quyidagi baholash mezonlarini taklif qilishdi:

- muvofiqlik mezonlari;
- texnik-iqtisodiy asoslilik mezoni;
- stejkxolderlarning qabul qilish mezonlari;
- raqobat ustunligi mezoni

Ushbu yondashuv bir vaqtning o‘zida menejmentning bir nechta nazariyalari va uslubiy jihatlarini birlashtiradi, masalan: strategik menejmentda manfaatdor tomonlar nazariyasi, strategik rejalashtirishda investitsiyalarni iqtisodiy asoslash metodologiyasi, rivojlanish strategiyasiga muvofiq kompaniyaning maqsadlariga izchillik.

Strategik tanlovning ushbu baholash mezonlari to‘plami faqat strategik rivojlanish bo‘limining rivojlangan tuzilmasi bo‘lgan yirik kompaniyalar uchun mos keladi, chunki undan foydalanish qiyin.

Mahalliy adabiyotlarda rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholash uchun o‘ziga xos mezonlar to‘plami mavjud. Shunday qilib, A.Zuba quyidagi baholash mezonlarini aniqlaydi:

- strategiyani amalga oshirish ketma-ketligi;
- atrof-muhit talablariga muvofiqlik;
- strategiyaning amalga oshirilishi;
- stakeholderlar uchun maqbullik;
- raqobatchilarga nisbatan ustunlik.

Muallif ta’kidlagan mezonlar to‘plami ilgari yoritilgan mezonlar to‘plami bilan umumiy xususiyatlarga ega, ammo o‘ziga xos, noyob bandlari bilan to‘ldiriladi[9].

Umuman olganda, har bir korxonada o‘z rivojlanish strategiyasining samaradorligini eng aniq baholaydigan o‘z mezonlarini ishlab chiqishi mumkin, ammo shunga qaramay, ba’zi mezonlar hamma uchun universal bo‘lib qolmoqda.

Strategiyaning samaradorligi maqsadlarga erishish darajasi sifatida. Ushbu yondashuvdan foydalanish eng oson. Rivojlanish strategiyasida belgilangan maqsadlarga erishish darajasi rivojlanish strategiyasining maqsadli ko‘rsatkichlari va ularning haqiqatda erishilgan darajasining muvofiqligini baholashga asoslanadi. Ushbu yondashuvni qo‘llash shuni ko‘rsatadiki, rivojlanish strategiyasida juda ko‘p jihatlar mavjud emas va ular tushunish va o‘lchash uchun yetarlicha yaxshi ifodalangan.

Shunday qilib, O.S.Vixanskiy[10] rivojlanish strategiyasining samaradorligini uning turli yo‘nalishlarda muvofiqligini baholash orqali baholashni taklif qiladi: "tanlangan rivojlanish strategiyasini baholash asosan strategiyani amalga oshirish imkoniyatini belgilaydigan asosiy omillar strategiyasini tanlashda buxgalteriya hisobining to‘g‘riligi va yetarililigini tahlil qilish shaklida amalga oshiriladi. Tanlangan strategiyani baholashning butun tartibi oxir-oqibat bitta narsaga bo‘ysunadi: tanlangan rivojlanish strategiyasi firmaning o‘z maqsadlariga erishishiga olib keladimi. Va bu tanlangan strategiyani baholashning asosiy mezonidir. Agar strategiya kompaniyaning maqsadlariga mos keladigan bo‘lsa, unda uni keyingi baholash quyidagicha amalga oshiriladi yo‘nalishlar: tanlangan strategiyaning atrof-muhit holati va

talablariga muvofiqligi, tanlangan strategiyaning kompaniyaning salohiyati va imkoniyatlariga muvofiqligi”

Ushbu yondashuv o‘z strategik bo‘limsiz kichik biznes uchun eng qulaydir. Rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholashning ko‘rib chiqilgan usullari ularning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash uchun qo‘shimcha tahlillarni talab qiladi. Rivojlanish strategiyasining samaradorligiga kompaniyaning iqtisodiy faoliyati samaradorligi sifatida yondashish haqida gapirganda, odatda ikkita usullar-investitsiya qilingan kapitalning qaytarilishini tavsiflovchi muvozanatli ko‘rsatkichlar va ko‘rsatkichlar tizimi nazarda tutiladi.

Texnika kompaniyaning barcha muhim (mualliflar nuqtai nazaridan) yo‘nalishlarini hisobga olgan holda korxonaning missiyasi va strategiyasini iqtisodiy ko‘rsatkichlar to‘plamiga o‘tkazishda juda yaxshi ish qiladi. Rivojlanish strategiyasini tarjima qilishda ushbu texnikadan foydalangan holda darhol kamchilikni ta’kidlash mumkin iqtisodiy ko‘rsatkichlar to‘plami, ko‘rsatkichlarni tanlashda tahlilchi tomonidan sub’ektivlik mavjud. Keyinchalik, noto‘g‘ri ko‘rsatkichlar to‘plami strategiya samaradorligini noto‘g‘ri baholashga olib kelishi mumkin. Strategiyani tarjima qilishda xatolardan qochish juda qiyin, chunki metodologiyada tanlangan ko‘rsatkichlarni tekshirishda yordam beradigan funktsiya mavjud emas. Bu masalada ishonishingiz mumkin bo‘lgan yagona narsa – bu strategik menejmentda ham, korxonada iqtisodiyotida ham tahlilchining tajribasi.

Yuqoridagi muammoga qo‘shimcha ravishda, baholash tizimining o‘zi ham mavjud emas. MKT –da kompaniya olingan ko‘rsatkichlar to‘plamini bog‘lashi va uning sifatini baholashi mumkin bo‘lgan ba’zi tashqi ko‘rsatkichlar bilan bog‘liqlik yo‘q. Umuman olganda, olingan ko‘rsatkichlar bo‘yicha rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholash mumkin, ammo bu sifatni baholamasdan faqat miqdoriy baholash bo‘ladi. Ya’ni, SSPga muvofiq rivojlanish strategiyasini baholab, kompaniya o‘z xarajatlari va undan olingan natijaning taxminiy taqsimlanishini oladi, ammo rivojlanish strategiyasining o‘zi sifatini va strategiyadan iqtisodiy ko‘rsatkichlarga talqin qilish sifatini tekshirishning iloji yo‘q.

Balanslangan ko‘rsatkichlar tizimi rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholash uchun yetarlicha yaxshi vositadir, ammo bir qator kamchiliklarga ega. U deyarli barcha turdagi korxonalar tomonidan ishlatilishi mumkin – kichikdan kattagacha, uning miqyosi tufayli.

Rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholashning yana bir usuli bu investitsiya qilingan kapitalning qaytarilishini tavsiflovchi ko‘rsatkichlar asosida baholashdir.

Odatda, natijalar va xarajatlar nisbati yoki investitsiyalarning rentabelligi (ROI) baholash uchun ishlatiladi, lekin ba’zida quyidagi ko‘rsatkichlar ham tahlil qilinadi: ichki rentabellik darajasi (IRR), investitsiya qilingan kapitalning rentabelligi (ROCE), sof aktivlarning rentabelligi (RONA), aktivlarning rentabelligi (ROA).

Ushbu yondashuv bashorat qilish qiyin bo‘lgan prognozli iqtisodiy ta’sirga qaratilgan. Shuning uchun u rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholash vositasi sifatida mos kelmaydi. Shunga qaramay, ushbu vosita muqobil strategiya variantlarini tanlashda yaxshi ishlaydi yangi strategiyani ko‘rib chiqish bosqichida rivojlanadi.

Rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholashning navbatdagi yondashuvi baholash mezonlari orqali samaradorlikdir.

Rivojlanish strategiyasining samaradorligini mezonlarni baholashning bir nechta tizimlari mavjud. Dissertatsiyaning birinchi bobida ko‘rib chiqilgan eng mashhurlari D. Kambell va J. Stonehouse va A. T. Zuba mezonlar tizimi. Ko‘pgina mezon tizimlari bir-biriga

juda o‘xshash va ko‘pincha korxonani rivojlantirishning zarur yo‘nalishlarini qamrab oladigan o‘xshash mezonlarni o‘z ichiga oladi. Barcha mezonlar to‘plamida ijobiy va salbiy sifat mavjud-bu ularning ko‘p qirraliligi. Mezon tizimlari turli sohalardagi aksariyat korxonalar uchun qo‘llanilishi uchun yaratilgan, ammo baholashning sifati ushbu universallikdan aziyat chekmoqda.

Ushbu yondashuv korxonaning sohasining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olmaydi va noto‘g‘ri baho berishi mumkin. Umuman olganda, ideal sharoitda mezon tizimlari rivojlanish strategiyasining samaradorligini yaxshi sifatli baholashni ta‘minlaydi, ammo ularning yordami bilan miqdoriy baho olish mumkin emas.

Bundan tashqari, rivojlanish strategiyasining mezonlarga muvofiqligini tekshirish ko‘pincha tajribali strategik tahlilchilarni yoki hatto butun strategik bo‘limni (yirik korxonalar uchun) talab qiladi, bu esa kichik va o‘rta korxonalar tomonidan ushbu yondashuvdan foydalanishga jiddiy cheklovlar qo‘yadi. Yirik kompaniyalar haqida gapiradigan bo‘lsak, ular strategik bo‘lim mavjudligi bilan sanoatning o‘ziga xos xususiyatlarini va korxonaning ishining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga oladigan o‘z mezonlarini ishlab chiqishga qodir.

Baholashning so‘nggi yondashuvi maqsadlarga erishish darajasi sifatida rivojlanish strategiyasining samaradorligi hisoblanadi. Ushbu yondashuv boshqalar orasida eng ahamiyatsizi emas.

O.S.Vixanskiyning ko‘rib chiqilgan metodologiyasi kompaniyaning rivojlanish strategiyasini uning vazifasi va maqsadlariga, atrof-muhitning holati va talablariga muvofiqligi va kompaniyaning salohiyati va imkoniyatlariga muvofiqligini tekshirishni taklif qiladi.

Ushbu uslub rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholashning alohida toifasiga ajratilgan bo‘lsa-da, u faqat ushbu vazifani rasmiy ravishda bajaradi. Darhaqiqat, rivojlanish strategiyasi, agar u muvofiqlik tekshiruvidan o‘tmasa, samarali bo‘lishi mumkin emas, lekin bundan tashqari, ushbu tekshiruvdan o‘tmagan taqdirda, rivojlanish strategiyasini hayotiy deb atash qiyin, chunki bu asosiy talablardir. Shuning uchun ushbu texnikadan faqat rivojlanish strategiyasini shakllantirishni boshlagan kichik kompaniyalar uchun foydalanish mumkin (ammo bu kompaniyaning vazifasi va maqsadlari mavjudligini talab qiladi). Biz ko‘rib chiqilgan usullarni 1-jadvalda umumlashtiramiz.

1-jadval

Rivojlanish strategiyasining samaradorligini baholash usullarini tahlil qilish

Nomi	Afzalliklar	Kamchiliklar	Cheklovlar
Muvozanatli ko‘rsatkichlar tizimi	rivojlanish strategiyasi samaradorligini miqdoriy baholash	sifatli baholash yo‘q notog‘ri tanlangan ko‘rsatkichlar tufayli baholashni buzish ehtimoli	Faqat tajribali strateglar va tahlilchilarga ega korxonalar uchun javob beradi
Samaradorlikni baholash mezonlari tizimi	rivojlanish strategiyasining samaradorligini sifatli baholash ko‘p qirralilik	sifatli baholash yo‘q korxonaning hududining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olmaydi	Faqat o‘z strategik bo‘limiga ega kompaniyalar uchun javob beradi
Muvofiqlikni baholash metodologiyasi	rivojlanish strategiyasining “yashovchanligini” tekshiradi	na miqdoriy, na sifat jihatidan baholashni ta‘minlaysamaydi	Faqat kichik biznes uchun javob beradi

Xulosa va takliflar

Yuqoridagi jadvalga asoslanib, bugungi kunda rivojlanish strategiyasining samaradorligini sifat va miqdoriy baholashni ta'minlaydigan usul yo'q degan xulosaga kelishimiz mumkin. Bir vaqtning o'zida baholashsiz tanlangan rivojlanish strategiyasining samaradorligi to'g'risida to'liq va yakuniy xulosa chiqarish mumkin emas.

Bundan tashqari, mavjud texnikalar ulardan foydalanishda jiddiy cheklovlarga ega, bu esa aksariyat korxonalarga hatto universal usullardan foydalanishga imkon bermaydi. Shu munosabat bilan, strategik-tahlilchilarning yuqori vakolatlarini talab qilmasdan, rivojlanish strategiyasining samaradorligini to'liq baholaydigan yangi metodologiyani taklif qilish kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Бондарь Ю. А. Особенности оценки стратегии развития компании // Вестник ТГЭУ. –2014. –№1 (69). –С. 35–42.
2. Лапыгин Ю.Н. Теория организации // –М.: Инфра–М. –2007. –С. 193–197.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. –2017. –С. 379–397
4. Драчева Е.Л. Менеджмент // –М.: ИЦ «Академия». –2013. –С.109–118.
5. Дмитриева Д. М. Обоснование комплексного подхода к оценке эффективности стратегии развития интегрированной горной компании / Д. М. Дмитриева, Т. В. Пономаренко // Социально–экономические и экологические проблемы горной промышленности, строительства и энергетики: Материалы 10–й Международной Конференции по проблемам горной промышленности, строительства и энергетики. – ТулГУ. – Тула, 2014, Т1, – С. 391–395.
6. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: перевод с англ. / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон – М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2003.
7. Бондарь Ю. А. Методология разработки и оценки стратегии развития предприятия / Ю. А. Бондарь // Стратегическое планирование на межрегиональном, региональном и городском уровнях: каким будет Дальний Восток России после кризиса. – М.: Московский общественный научный фонд; Дальневосточный центр экономического развития; ДВГУ. 2010. № 207. – С. 235–246.
8. Campbell D., Stonehouse J., Houston B. Business Strategy: An Introduction. – Oxford: Butterworth–Heinemann, 1999. – 333 p.
9. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: учебное пособие для вузов. / А. Т. Зуб – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
10. Виханский О. С. Стратегическое управление: учебник. 3–е изд. / О.С. Виханский – М.: Экономистъ, 2003. – 528 с.