



ROAD zenodo   Scopus[®]

ISSN : 2466-0744

MULTIDISCIPLINE PROCEEDINGS OF
**DIGITAL FASHION
CONFERENCE**

KOREA, REPUBLIC OF

Multidiscipline Proceedings of

DIGITAL FASHION CONFERENCE

Copyright © 2021
By Woongjin Think Big Co., Ltd.
All rights reserved.
Available at digitalfashionsociety.org
Published:
서울 합정역
파주출판도시
ISSN 2466-0744
Seoul
Korea, Republic of

EDITORIAL BOARD

Katharina Sand

*PhD Candidate - Faculty of Communication, Culture and Society, USI -
Università della Svizzera italiana*

Alice Noris

*PhD Candidate - Faculty of Communication, Culture and Society, USI -
Università della Svizzera italiana*

Michela Ornati

*Faculty of Communication, Culture and Society, USI - Università della
Svizzera italiana*

ELSEVIER



SSRN
Electronic Journal Library

Universal
Impact Factor



**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ
ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ**

Абдуллаева Матлуба Нематовна

Ташкентский государственный транспортный университет,
к.э.н., доцент

Саидахмадов Саидакром Саидасқарович

студент 1 го курса факультета "Экономика" гр.МN-1

Абдувоҳидов Исмоил Абдувосит ўғли

студент 1 го курса факультета "Экономика" гр.МN-1

Аннотация. В данной статье отражены возможности применения концепции - сбалансированной системы показателей (ССП), как основной фактор эффективности деятельности предприятий.

Ключевые слова. Предприятия, концепция, сбалансированная система показателей, рыночная экономика, конкурентная стратегия, стратегическое планирование.

Abstract. This article reflects the possibilities of applying the concept - a balanced scorecard (BSC), as the main factor in the efficiency of enterprises.

Keywords. Enterprises, concept, balanced scorecard, market economy, competitive strategy, strategic planning.

С переходом Узбекистана к рыночной экономике на основе собственной модели поэтапного перехода к рыночным отношениям принципиально изменились внешние условия деятельности каждого предприятия. Для того чтобы стать полноправным субъектом рыночной системы, ему необходимо самостоятельно осуществлять поиск инвестиций для приобретения современной техники и технологии, способных обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции, анализировать рынки сбыта, устанавливать связи с новыми поставщиками сырья и материалов и др.

При этом традиционное измерение эффективности деятельности предприятия, основанное только на финансовых показателях, полученных из систем бухгалтерского учета, устарело и не дает полного представления и информации состояния предприятия, а также не позволяет построить точный прогноз его развития. В связи с этим появилась необходимость в более совершенных и эффективных методах глобальной оценки деятельности всего предприятия. Современные подходы к стратегическому планированию призывают учитывать такие нефинансовые составляющие как, персонал, бизнес-процессы, инновации, отношения с потребителями.

Особая роль в разработке конкурентной стратегии развития субъектов реального сектора принадлежит использованию современных методов и механизмов стратегического планирования. В настоящее время резерв конкурентоспособности, базирующийся только на снижении издержек, использования активов, логистике практически исчерпан. Корпорации ищут новые способы повышения своей операционной эффективности. "Balanced Scorecard Collaborative" [1] приводит такие данные:

только 5% рабочей силы понимает стратегию своей компании;

только 25% менеджеров получают вознаграждение, напрямую связанное со стратегией;

60% организаций не связывают бюджет со стратегией;

86% руководящих команд тратят менее часа в месяц на обсуждение стратегии.

С конца 80-х годов XX столетия происходит переосмысление и развитие финансово - ориентированной концепции управления бизнесом в сторону многосторонней ориентации [2]. Новые модели на базе новой концепции получили в англоязычной литературе по аккаунтингу (отчетности) и контроллингу название Performance Measurement, или измерение достижений (ИД). Измерение достижений преследует своей целью объединение большинства существующих сейчас систем показателей в разных сферах деятельности предприятия (например, затраты, доходы, инвестиции, инновации, маркетинг) для оценки и анализа эффективности действий на каждом организационном уровне. Развитие, внедрение и применение ИД относится к числу наиболее важных задач в контроллинге и аккаунтинге. Кроме того, оно играет важную роль в составлении стратегических планов, в оценке деятельности подразделений организации и повышении мотивации сотрудников на выполнение планов.

Сбалансированная Система Показателей - это система измерения эффективности деятельности всего предприятия (система стратегического планирования), основанная на видении и стратегии, которая отражает наиболее важные аспекты бизнеса.

Внедрение данной концепции означает широкую перестройку всего процесса осуществления организационной стратегии. В этой связи важно учитывать следующих два обстоятельства. Во-первых, применение сбалансированной системы показателей - это процесс не разработки стратегии, а ее реализации, предполагающий наличие на предприятии уже четко сформулированной стратегии. Во-вторых, новую концепцию надо рассматривать не столько как систему показателей, сколько как всеохватывающую систему управления. При ее внедрении не следует также пытаться систематизировать в той или иной форме монетарные и немонетарные показатели.

Данная система обеспечивает целенаправленный мониторинг деятельности предприятия, позволяет прогнозировать и упреждать появление проблем, органично сочетает уровни стратегического и оперативного управления, контролирует наиболее существенные финансовые и нефинансовые показатели деятельности предприятия. Степень достижения стратегических целей, эффективность бизнес-процессов и работы всего предприятия в целом, каждого его подразделения и каждого сотрудника определяется значениями так называемых ключевых показателей эффективности, которые тесно связаны с системой мотивации сотрудников. Показатели с их целевыми и граничными значениями определяются таким образом, чтобы максимально охватить все критические области, влияющие на реализацию стратегии.

Стратегия компании становится чрезвычайно важным инструментом конкурентной борьбы, и одновременно, уникальным торговым преимуществом. Если обратиться к опыту ведущих корпораций, то можно заметить, что они переходят от традиционного управления и контроля к стратегии построения организаций, ориентированных на потребителя. Тактические решения уступают место стратегическим, а эффективность бизнес-процессов постоянно корректируется с учетом пожеланий потребителя.

К слабым сторонам данной концепции следует отнести слабую взаимосвязь со стратегией, сложность проведения периодической оценки из-за множества параметров.

С нашей точки зрения наилучшие концепции отвечают следующим

характеристикам:

в них четко сформулированы и прописаны все процессы и области использования;

для каждой сферы деятельности предприятия существует система показателей либо набор показателей;

превалирует количественная оценка показателей над качественной.

В этой связи важны два следующих обстоятельства:

1. Использование сбалансированной системы показателей - это процесс не разработки стратегии, а ее реализации, предполагающий наличие на предприятии уже четко сформулированной стратегии.

2. Новую концепцию надо рассматривать не столько как систему показателей, сколько как всеохватывающую систему управления. При ее внедрении не следует также пытаться систематизировать в той или иной форме монетарные и немонетарные показатели. Каплан и Нортон специально подчеркивают, что нацеленная на успех программа сбалансированных показателей должна начинаться с признания того факта, что это не проект из области "мер и весов", а проект, рассчитанный на изменения 3 .

Р. Каплан считает, что процесс реализации новой концепции должен состоять из четырех этапов:

- разработка сбалансированной системы показателей - превращение перспективных планов и стратегии в совокупность целей и мероприятий. После разработки система должна быть интегрирована в управленческий процесс;

- сцепление - увязка всех иерархических уровней (от высшего управленческого звена до вспомогательных звеньев) путем выстраивания соответствующих целей и показателей, организация стратегической коммуникации, обеспечение компенсации за инициативные решения;

- планирование - определение путей достижения во времени запланированных результатов через конкретные плановые задания, распределение ресурсов, проектирование стратегических мероприятий;

- обратная связь и обучение - тестирование теоретической базы стратегии и обновление последней с отражением полученных знаний 3 .

В заключении следует отметить, что сбалансированная система показателей является инструментом, позволяющим полномасштабно увязать стратегию предприятия с оперативным бизнесом, а также новая система дает возможность принимать правильные решения в части распределения ресурсов, что является одним из важных элементов в обеспечении конкурентоспособности предприятия в целом.

Список использованной литературы.

1. www.novatex.ru
2. Приватизация и расширение частного сектора - путь эффективного роста экономики области // Экономический вестник Узбекистана. - Ташкент, 2004. - № 1-2. - С.17-20.
3. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. / Изд. 2-е, испр. и доп.: Пер. с англ. - М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2003, 320 с.

ELSEVIER



SSRN
Electronic Journal
Library

Universal
Impact Factor