

SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH TIZIMINI BAHOLASHNING NAZARIY VA USLUBIY JIHATLARI

Muxamedova Aziza Ravshanovna

O'zbekiston respublikasi Prezidenti huzuridagi
statistika Agentligi Kadrlar malakasini oshirish va
statistik tadqiqotlar instituti tadqiqotchisi

Annotatsiya

Maqolada ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlar sharoitida savdo xizmatlarini rivojlantirish tizimini baholashning nazariy va uslubiy jihatlari shakllantirish va rivojlantirishning umumiy masalalari ko'rib chiqilgan. Ishni taqdim etish jarayonida savdo xizmatlarini rivojlantirish tizimini baholashning asosiy elementlari umumlashtirilgan va uning funksiyalari tizimlashtirilgan, rivojlanish omillari o'rganilgan, shuningdek, savdo xizmatlarini rivojlantirish tizimini baholashning roli o'rganilib, savdo va milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish platformasini shakllantirishda savdo xizmatlarini rivojlantirishga e'tibor berilgan.

Kalit so'zlar: iqtisodiyot, savdo savdo xizmatlari, tizimini baholash, savdo korxonalari, tijorat faoliyati, samaradorlik, savdo tizimi, texnologik tizim, samaradorlik ko'rsatkichlari.

Аннотация

В статье рассмотрено общие вопросы формирования и развития теоретико-методологических аспектов оценки системы развития торговых услуг в условиях социально-экономических трансформаций. В ходе изложения работы обобщены и структурированы основные элементы оценки системы развития торговых услуг, систематизированы ее функции, изучены факторы ее развития, а также роль оценки системы развития торговых услуг в формировании платформы устойчивого развития торговли и образующих её национальных экономик.

Ключевые слова: экономика, торговля торговые услуги, системная оценка, торговые предприятия, коммерческая деятельность, эффективность, торговая система, технологическая система, показатели эффективности.

Abstract

The article considers general issues of formation and development of theoretical and methodological aspects of assessment of the trade services development system in the context of socio-economic transformations. In the course of the presentation of the work, the main elements of assessment of the trade services development system are summarized and structured, its functions are systematized, the factors of its development are studied, as well as the role of assessment of the trade services development system in the formation of a platform for sustainable trade development and the national economies that form it.

Keywords: economy, trade trade services, system evaluation, trade enterprises, commercial activity, efficiency, trade system, technological system, efficiency indicators.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida global raqobat kuchayib borayotgan sharoitda savdo xizmatlarini rivojlantirishning ahamiyati sezilarli tarzda oshib bormoqda. Aholiga ko'rsatiladigan savdo xizmatlari sifatini oshirish, savdo xizmatlarini innovatsion va raqamlashtirish asosida taraqqiy ettirishga ustuvorlik berish, xizmatlar raqobatbardoshligini ta'minlash, sohaning kelgusi taraqqiyot strategiyasini belgilab olish kabilar muhim ahamiyatga ega. Savdo xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish masalalariga alohida e'tibor qaratilib, 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "hududlarda xizmat ko'rsatish va servis sohaslarini rivojlantirish orqali keyingi 5 yilda xizmat ko'rsatish hajmini 3 barobarga oshirish hamda ushbu yo'nalishda jami 3,5 million yangi ish o'rinlari yaratish"[1] vazifasi belgilangan. Respublikada savdo xizmatlarini rivojlantirishda iste'molchilarning o'sib borayotgan ehtiyojini sifatli qondirishni ta'minlash masalalari ustuvor vazifalardan hisoblanib, savdo xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari ko'rsatkichlarini ishlab chiqish masalalarini hal qilishga katta e'tibor berilmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Zamonaviy mahalliy va xorijiy iqtisodiy adabiyotlarda savdo xizmatlarining rivojlanishi, ularning bozor iqtisodiyotida tutgan o'rniga juda juda ko'p tadqiqotlar bag'ishlangan. Bozorga yo'naltirilgan xizmatning asosi sifatida savdo faoliyatini amalga oshirishning nazariy va amaliy asoslari xorij olimlaridan Merilin i Tom Ross[2] savdo xizmatlarini tashkil etish, Ch. Fatrel [3] savdo faoliyatini yo'lga qo'yish asoslarini, Mate E. [4] savdoda va savdodan keyingi xizmatlarni boshqarish jarayonlarini o'rganishga harakat qilishgan. MDH davlatlari iqtisodchi olimlari A.M.Fridman[5] savdo iqtisodiyoti va uni tashkil qilish, I.V.Aleshina[6] savdo jarayonida iste'molchilar harakati, B.I.Sineskiy[7], Ye.R.Mingazinova, A.A. Ignatyeva [8] kabi yetakchi olimlar savdoda samaradorlikni oshirish va bunga erishishda turli xil modellarni taklif etishgan. O'zbekistonlik olimlardan M.R. Rasulev[9], M.M. Muhammedov[10] kabi olimlar savdo xizmatlarining evolyutsiyasi hamda zamonaviy bozor munosabatlarida savdoni rivojlantirish muammolari bo'yicha chuqur tadqiqotlar olib borishgan.

Korxonaning savdo va texnologik tizimlari jarayonlarida savdoni boshqarish nazariyasi va amaliyoti sohasidagi muhim ilmiy va amaliy yutuqlarga qaramasdan, mavjud savdo turlari va texnologik tizimlar uchun statistik-iqtisodiy tahlil va boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari iqtisodiy adabiyotlarda to'liq darajada yoritilmaganligi ushbu mavzuda ilmiy maqola tadqiqotini amalga oshirishni taqozo etdi.

METODOLOGIYA

Maqola tadqiqotining nazariy va uslubiy asosini iqtisod fani klassiklarining fundamental ilmiy va amaliy ishlari, o'rganilayotgan muammo bo'yicha yetakchi mahalliy va xorijiy olimlarning ishlari, faoliyat ko'rsatish muammolari bo'yicha ixtisoslashtirilgan ilmiy-tadqiqot va savdo tashkilotlarining ishlanmalari tashkil etadi va savdoni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish tizimi, xalqaro, milliy va mintaqaviy ilmiy-amaliy konferensiyalar va seminarlar materiallari, davriy ilmiy jurnallarda nashrlar, savdoni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlar, Respublika va ijro hokimiyati va savdoni boshqarishning hududiy dasturlari tashkil etadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Jahon bozoridagi rivojlanish darajasi "ayniqsa, jahon savdosining yildan-yilga o'sib borayotganligi ko'rsatkichi 2021-yilda 21,051 trillion AQSH dollar tashkil etgan va jami ish o'rinlarining 40%dan ko'prog'i aynan savdo xizmatlariga to'g'ri kelmoqda"[11]. Mazkur jarayon va holatlarning barchasi savdo xizmatlarini jahon andozasiga mos rivojlantirishni hamda savdo korxonalarining tijorat faoliyati samaradorligi o'sib borishini ta'minlash zaruriyatini keltirib chiqarmoqda. Bugungi kunda savdo xizmatlarini rivojlantirish bo'yicha katta xorijiy tajriba mavjud bo'lib, turli savdo qilish usullarini qo'llash orqali savdo hajmini oshirish korxonaning rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etmoqda. Jahon tajribasiga asoslanib, yangi bozorlarni egallash, savdo korxonaning bozordagi ulushini oshirish kabi strategik maqsadlarni amalga oshiradi hamda sotuv jarayonida tobora ko'proq innovatsion texnologiyalar qo'llanish imkoniyatini yaratadi.

Jahonda amalga oshirilayotgan xalqaro savdoni kapitallar harakati va uning savdo xizmatlari bilan birga rivojlanishi mamlakatlarning iqtisodiy o'sish sur'atlariga ta'sir etadi. Yangi O'zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida jahoning yetakchi davlatlari bilan xalqaro iqtisodiy siyosiy aloqalarning rivojlantirish hamda xalqaro tajribadan foydalanish mamlakatimizda savdo tarmoqlari tizimini modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan qayta jihozlash yangi imkoniyatlarini yuzaga keltiradi. Xizmatlar sohasida savdo xizmatlarini ko'rsatish o'ziga xos murakkab jarayon bo'lganligi uchun uning samaradorligini aniqlashda o'ziga xos metodologik yondashuvni talab esa, alohida ko'rsatkichlar tizimi asosiy hisoblashni talab etadi.

Shunday ekan, zamonaviy savdo xizmatlarini amaldagi boshqaruvi savdo korxonalari samaradorlik ko'rsatkichlari sifatida attestatsion, harajatli, asosiy faoliyat ko'rsatkichlari, shuningdek, sohaning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, savdo korxonalari samaradorligini baholash ko'rsatkichlari tizimi orqali ham ifodalanadi. Bugungi kunda iqtisodiyotni jadal rivojlanayotgan hozirgi davrida savdo korxonalari samaradorligini va raqobatbardoshlik talablariga mos hisoblashda boshqaruv samaradorlik asosida baholash muhim hisoblanadi.

Asosiy faoliyat ko'rsatkichlari yordamida xodimlarning natijaviyligini samarali baholash imkoniyati paydo bo'ladi. Asosiy faoliyat ko'rsatkichlari xarajatlar

kalkulyatsiyasi hamda natijaviy kalkulyatsiyaga bosqichlari orqali umumlashib korxona oldiga qo'yilgan strategik maqsadlarga erishishning miqdoriy ko'rinishida namoyon bo'ladi. Xarajatlar kalkulyatsiyasida resurslar sarfi puldagi ko'rinishga keltiriladi va mehnat unumdorligi aniqlanadi. Keyin esa ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish quvvatlari aniqlanib, rentabellik ko'rsatkichlari hisob kitob qilinadi. Yuqoridagi ko'rsatkichlar asosida korxona tomonidan qo'yilgan maqsadli ko'rsatkichlarga mutanosibligi tekshiriladi va umumlashtiriladi. Asosiy faoliyat ko'rsatkichlarini tuzishda har bir ko'rsatkich boshqa ko'rsatkichlar bilan uzviy bog'langan bo'lishi va korxona maqsadlarini to'liq qamrab olishni e'tiborga olish lozim.

Umuman olganda, asosiy faoliyat ko'rsatkichlari korxona rahbariyati tomonidan xodimlarga aniq vazifalarni qo'yishi va ushbu vazifalarning bajarilishi ustidan qat'iy nazorat o'rnatilishi bilan bog'liq hisoblanadi. Ushbu usul korxona natijalarini oldindan hisoblash imkoni borligi va bosh strategiyani vaqt davomida to'g'rilab borish imkoni borligiga asoslangan gipotezada qurilgan hisoblanadi. Asosiy faoliyat ko'rsatkichlarining boshqa samaradorlik ko'rsatkichlaridan ustunligi shundaki, ushbu ko'rsatkichlar tizimi har bir korxona uchun faoliyat turiga qarab individual tuziladi hamda yuqori natijadorlikka erishgan xodimlarni aniqlash va ularni rag'batlantirishga zamin yaratadi. Savdo xizmatlarida asosiy faoliyat ko'rsatkichlari quyidagilarga asoslanadi: mahsulot realizatsiyasi, foyda, tannarx, aylanma kapital va korxona rezervlari hajmi kabilar hisoblanadi.

Asosiy faoliyat ko'rsatkichlari tizimini joriy etishda quyidagilarni inobatga olish lozim. Korxonaning umumiy natijadorligini o'lchash uchun yangi yaratilgan KPI tizimida kamida 10% asosiy natijadorlik ko'rsatkichlari; 80% ishlab chiqarish ko'rsatkichlari hamda 10% asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari qatnashishi talab etiladi. Asosiy faoliyat ko'rsatkichlari bo'yicha har bir ko'rsatkichga bitta mas'ul xodimni biriktirib qo'yish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Asosiy faoliyat ko'rsatkichlari tizimida foydalanilgan savdo korxonalarini samaradorligini baholash ko'rsatkichlari ilmiy asoslanadi va shunga binoan savdo korxonalarida samaradorlik quyidagi ko'rsatkichlar tizimi ishlab chiqildi.

Sotish xizmatlari rentabelligi quyidagicha ifodalangan holda, rentabellik,%

$$R = \frac{D_{jami}}{X_{jami}} * 100, \text{ Bu yerda}$$

R – rentabellik,%

D_{jami} –jami daromad so'm, X_{jami} – jami xarajat so'm

Savdo korxona samaradorligini asosiy faoliyat ko'rsatkichlariga asoslangan holdagi baholashning kompleks ko'rsatkichi,so'm

$$C_{savdo}^{(KPI)} = \frac{A_{jami}}{X_{mehnat} + Q_{tashqiayl} + Q_{ayl}}, \text{ bu yerda}$$

A_{jami} – jami aylanma mablag' so'm, X_{mehnat} –xodimlarni saqlashga ketgan xarajatlar so'm, $Q_{tashqiayl}$ –aylanmaydigan mablag'larning o'rtacha yillik qoldig'i, Q_{ayl} –aylanma mablag'larning o'rtacha yillik qoldig'i.

Yuqoridagi samaradorlik ko'rsatkichlarni savdo xizmatlari bilan shug'ullanuvchi deyarli barcha korxonalarida qo'llash mumkin. Shuning uchun ularni nisbatan umumiy ko'rsatkichlar deb atash ham mumkin bo'ladi. Ushbu ko'rsatkichlardan foydalangan holda har qanday savdo korxonasining samaradorligini hamda raqobatbardoshligini baholash imkoniyati paydo bo'ladi. Shunday ekan savdo xizmatlari tizimini ifodalovchi ko'rsatkichlar asosida uning samaradorligini baholash maqsadga muvofiqdir.

Savdo korxonalari samarali faoliyatini tashkil etishda ikki boshqaruv tuzilmasini qo'llanilishi yuqori natijalarni beradi. Bularga chiziqli divizional boshqaruv tuzilmalari kiradi. Chiziqli boshqaruv tuzilmasi an'anaviy boshqaruv tuzilmasi deb ham ataladi. Ya'ni bunda korxonada boshqaruv qarorlari yuqoridan pastga qarab qabul qilinadi. Har bir bo'lim o'ziga biriktirilgan vazifalarni lavozim iyerarxiyasiga bo'ysungan holda bajaradi. Masalan, marketing bo'limida mas'uliyatni bo'lim boshlig'i to'liq bo'yniga oladi va o'z xodimlariga yuqoridan kelgan maqsadlarga muvofiq tarzda topshiriqlar beradi. Ushbu chiziqli boshqaruv tuzilmasining ustunliklari va kamchiliklari quyidagi jadvalda keltirilgan (1-jadval).

1-jadval

Savdo korxonalari samaradorligini baholashda chiziqli boshqaruv tuzilmasining ustunliklari va kamchiliklari¹

Chiziqli boshqaruv tuzilmasining ustunliklari	Chiziqli boshqaruv tuzilmasining kamchiliklari
Bo'limlar o'rtasida bog'liqlikning soddaligi	Strategik rejalashtirish bo'g'inlarining mavjud emasligi;
Bir kishi tomonidan butun korxona jarayonlarining boshqarilishi,	har bir bo'limda operativ vazifalarning strategik vazifalardan ustun kelishi;
	muammoni yechishda mas'uliyatni boshqa bo'limlarga tashlash;
	o'zgarayotgan bozor talablariga moslashishdagi muammolar;
	bo'limlarning samaradorligini o'lchashda ularning turli vazifalaridan kelib chiqib, baholashda yagona shkalaga keltirishda qiyinchiliklar;
Korxona rahbarlari tomonidan berilgan buyruqlarning bo'ysunuvchi bo'limlar tomonidan tez qabul qilinishi va amalga oshirilishi	Ishchilar va bosh rahbariyat o'rtasida ko'p pog'onali boshqaruvning mavjudligi boshqaruv jarayonlarining samaradorligini kamaytiradi;
	Korxona natijalarining bosh rahbariyatning qobiliyatiga va izlanuvchanligi kuchli bog'langanligi;

Hozirgi kunda korxonalar tobora ko'proq avtomatlashgan tizimlar yordamida ishlab chiqarishni tashkil etishga intilishmoqda. Ushbu intilishning eng katta sababi bu shubhasiz yuqori samaradorlikning ta'minlanishi hisoblanadi. Avtomatlashgan tizimlarni joriy etish orqali korxonalarning inson mehnatidan foydalanishi keskin kamayishi natijasida ishlab chiqarish va boshqaruv xarajatlarining pasayishiga hamda

¹ Muallif ishlanmasi

sifatsiz mahsulot ishlab chiqarish ehtimolining kamayishiga olib keladi. Bu holat esa ishlab chiqaruvchiga raqobatlashgan bozorda ustunlikni ta'minlaydi.

Ko'rsatkichlarni qo'llashdan asosiy maqsad odatda biror maqsad va vazifalarga erishishni tekshirishdan iborat hisoblanadi. Samaradorlik ko'rsatkichlari korxonalarda biznes jarayonlarning qilingan xarajatlarni qanchalik "oqlayotgan"ligini aks ettiradi. Ko'rsatkichlarni qo'yilgan maqsadga erishish nuqtayi nazardan obyektiv va subyektiv turlarga ajratish mumkin. Obyektiv iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari asosan insonning o'rtacha mehnat unumdorligi va qo'yilgan maqsadga minimal xarajatlar bilan erishilganligini aniqlash uchun ishlatiladi. Subyektiv iqtisodiy ko'rsatkichlar esa xodimlarning ichki resurslari jismoniy va psixologik tayyorgarlik darajasini o'lchashga qaratilgan. Subyektiv samaradorlik ko'rsatkichlarida asosiy e'tibor xodimlarning motivatsiyasini o'lchashga qaratiladi. Motivatsiya qanchalik yuqori bo'lsa, ishlab chiqarish unumdorligi shunchalik yuqori bo'ladi deb qabul qilinadi. Bundan tashqari, xodimlarning o'z ishidan qoniqish darajasi, boshqalar bilan munosabatlari va ularning ishdan bo'sh chastotasi kabi ko'rsatkichlar ham subyektiv ko'rsatkichlar hisoblanadi. Samaradorlik ko'rsatkichlari tizimini ishlab chiqish korxonada ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishning barcha bosqichlarida mehnat unumdorligini monitoring qilish imkoniyatini yaratadi. Ko'rsatkichlar tizimini yaratishda odatda birinchi navbatda ishlab chiqarish intensivligi ko'rsatkichlarini ishlab chiqishdan boshlanadi. Ushbu ko'rsatkichlar asosida korxonaga joriy etilgan yangi texnologiyalarning ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishga ta'sirini darhol baholash imkoniyati paydo bo'ladi. Ko'plab iqtisodchilar yagona umumiy samaradorlik ko'rsatkichlari tizimini ishlab chiqishga harakat qilishgan, lekin vaqt o'tishi bilan bunday ko'rsatkichlarni tuzish imkonsiz ekanligi ayon bo'ldi. Chunki samaradorlik ko'rsatkichlari korxonaning faoliyatiga qarab turlicha tuziladi hamda shunga mos holda ko'plab omillarning ta'sirini o'lchashga qaratiladi. Tadqiqotlar davomida obyektiv va subyektiv samaradorlik ko'rsatkichlari o'zaro kuchli bog'langanligi tasdiqlangan. Shu bilan birga, ba'zi tadqiqotlar faqatgina moddiy rag'batlantirish bilan yaxshi natijaviy motivatsiyaga erishib bo'lmaydi degan xulosaga kelishgan. Odatda yosh xodimlar ko'proq ijtimoiy faol bo'lishsa, yoshi kattaroq xodimlar yuqori mehnat unumdorligini ta'minlashga intilishi isbotlangan.

Savdo xizmatlari samaradorligiga erishishda korxonalarda samarali ishchi muhitining shakllantirish jamoaviy birdamlikni ta'minlash muhim ahamiyatga ega. Jamoaviy birdamlikni ta'minlash orqali mehnat qilishda 3 xil psixologik vektorlar asosiy o'rinni egallaydi. Bular: turtkilovchi, boshqaruvchi va koordinatsiyalovchi vektorlar hisoblanadi. Turtkilovchi vektorga ma'lum bir moliyaviy manfaat va maqsadlarga erishish uchun xodimlarning birgalikda mehnat qilish istaklari misol bo'lishi mumkin. Boshqaruv vektori esa jamoa a'zolari tomonidan ma'qullangan yagona strategiya bo'yicha mehnat qilish orqali natijaviy ko'rsatkichga erishish hisoblanadi. Koordinatsiyalovchi vektor esa yuqorida keltirilgan vektorlarni qo'yilgan vazifalarni bajarishni nazorat qilishga qaratilgan bo'ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa tariqasida shuni qayd qilamizki:

savdo xizmatlari – iste'mol tovarlari bozorining asosiy segmenti hisoblanib, u jismoniy va yuridik shaxslarga xizmat ko'rsatadi. Uning vositasida aholi hamda korxona, tashkilot va muassasalar u yoki bu tovarlarga bo'lgan talab-ehtiyojlarini qondiradi. Savdo xizmati insonlar hayotini yaxshilashga, aholining bandligini ta'minlashga, daromadlarini oshirish orqali ularning farovonligini yuksaltirishga qaratilgan;

savdo xizmatlari aholi iste'moliga kuchli ta'sir ko'rsatadi va aholining iste'mol tanlovini belgilashga xizmat qiladi:

savdo xizmatlarini rivojlantirishning nazariy asoslari jahondagi soha mutaxassislari olimlar hamda respublika olimlarining ilmiy qarashlari va nazariyalar asosida umumlashtirildi.

tadqiqot ishida muallif tomonidan savdo korxonalari samaradorligini baholash bo'yicha ko'rsatkichlar tizimi taklif etilgan, hamda uni aniqlash uslubiyati bo'yicha savdo xizmati korxonalarini samaradorligini baholash uslubiyati takomillashtirilgan va bunda uning samaradorligini boshqaruv jarayoni bilan bog'lab aniqlash uslubiyati taklif etilgan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning 2022-yil 28-yanvarda PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Tarraqiyot strategiyasi". <https://lex.uz/docs/-6600413>
2. Мерилин и Том Росс. Большие идеи для малого бизнеса в сфере услуг. /Пер. с англ. - М.: Агентство «ФАИР», 1996.-304 с.
3. Фатреля Ч. Основы торговли / Пер. с англ. - Тольятти: Издательский дом ДОВГАНЬ, 1995. - 720 с.
4. Мате Э. Послепродажное обслуживание: Пер. с франц. / Обх. ред. В. С. Загашвили. -М.: А/О Издательская группа «Прогресс», 1993. -160 с.
5. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребителского общества. Учебник. -М. «Дишков и К». 2003 -628с.
6. Алешина И. В. Поведение потребителей.-М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. -384 с.
7. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. М.: Юристъ, 1998г.
8. Мингазинова Е.Р., Игнатьева А.А. Теоретические подходы к определению сущности услуг предприятий розничной торговли и их классификация // Бюллетень науки и практики. 2016. №10(11). С. 237-250.
9. Расулев М.Р. Бозор иқтисодиёти асослари. - Т.: Ўзбекистон, 1998. - 380 б.
10. Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли.Самарканд.1998.с.282;
11. WTO (2021), World Trade Report 2021: The Future of Services Trade, Geneva: WTO.
- 11/<https://www.kom-dir.ru/article/1457-pokazateli-effektivnosti-deyatelnosti>.