

## ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ МЕТРИК ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Сучасна епоха стрімкого розвитку цифрового бізнес-середовища характеризується автоматизацією процесів прийняття рішень на основі передових технологій аналізу даних. Підприємства все більше зосереджуються на новій парадигмі розвитку, де дані розглядаються як стратегічний актив. Застосування метрик для оцінки якості впровадження інновацій та дослідження поточного стану розвитку продукту є одним із ключових факторів, який необхідно враховувати під час впровадження трансформаційних процесів компанії та переходу в цифрову площину.

Водночас, значний сегмент бізнес-спільноти не повною мірою усвідомлює значення моніторингу метрик розвитку та операційної діяльності. Можливість оцінювання, аналізу та формування рішень на основі даних є фундаментальним елементом конкурентної переваги, що надає організаціям можливість виявляти слабкі місця, прогнозувати майбутні результати та оптимізувати операційну діяльність.

Цифрові метрики – це міра, яка дозволяє кількісно оцінювати та здійснювати моніторинг ефективності діяльності компанії [1]. Система встановлених цілей забезпечує основу для порівняльного аналізу ефективності та контролю якості функціонування бізнесу на основі дослідження відповідних мір та метрик. Міри, як правило, є первинними даними, отриманими безпосередньо в результаті операційної діяльності та не потребують складного аналізу, наприклад, кількість транзакцій або тривалість виконання завдання [1]. Метрики, в свою чергу, використовуються для порівняння та оцінки динаміки розвитку, наприклад, річний обсяг реалізації або середньомісячне виробництво [1].

У сучасній практиці управління бізнесом ключові показники ефективності (KPI) є невід'ємною складовою системи оцінки та моніторингу діяльності підприємства [1]. Високорівневі метрики, що входять до складу KPI, дозволяють здійснювати комплексний аналіз ефективності функціонування компанії або її окремих підрозділів. Важливо зазначити, що для забезпечення успішного управління розвитком підприємства, необхідно здійснювати регулярний та методичний перегляд системи KPI з метою її адаптації до змін зовнішнього середовища та внутрішніх потреб компанії.

Збалансована система показників (Balanced Scorecard) є ключовим інструментом для оцінки ефективності бізнес-процесів та оптимізації управління життєвим циклом продукту [1]. Впровадження системи дозволяє організаціям здійснювати комплексну оцінку своєї діяльності, враховуючи п'ять ключових перспектив: зростання бізнесу, клієнтський досвід, операційну ефективність, фінансові результати та розвиток організаційного потенціалу [1]. Ця модель дозволяє компанії зосередитися на ключових показниках ефективності, які є найбільш важливими для досягнення стратегічних цілей компанії. Детальні метрики, що використовуються для кожного складника збалансованої системи показників, представлено на рис. 1.

Перспектива зростання бізнесу в контексті збалансованої системи показників відображає динаміку розвитку компанії, її здатність до інновацій та можливості виходу на нові ринки. Пріоритетними напрямками є впровадження новітніх продуктів, технологічне оновлення, географічна експансія та залучення нових клієнтів, що є визначальними факторами забезпечення довгострокової конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємства.

Для оцінки успішності в досягненні цілей зростання використовуються різноманітні метрики. Зокрема кількість нових клієнтів за визначений період демонструє темп приросту клієнтської бази та ефективність маркетингових зусиль компанії. Частка ринку компанії відображає конкурентну позицію підприємства у відповідному сегменті його функціонування.

Час виведення нового продукту на ринок (Time-to-Market) оцінює оперативність компанії у впровадженні інновацій та її здатність адаптуватись мінливій кон'юнктури ринку. Чим менше часу потрібно для виведення нового продукту на ринок, тим більш конкурентоспроможною є компанія. Кількість нових продуктів або послуг, запущених за рік, показує інтенсивність оновлення продуктового портфеля компанії, а рівень інноваційних інвестицій демонструє її стратегічний фокус на розвиток у новітніх сферах діяльності.

| Зростання бізнесу                                                                                                                                                                                                                                                                        | Задоволення клієнта                                                                                                                                                                                                                 | Операційна ефективність                                                                                                                                                                                       | Фінансові результати                                                                                                                                                                                                                   | Організаційний потенціал                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Частка ринку компанії.</li> <li>• Час виведення нового продукту на ринок (Time-to-Market).</li> <li>• Кількість нових продуктів або послуг, запущених за рік.</li> <li>• Рівень інвестування в інновації у % від загального бюджету.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Індекс лояльності клієнтів (Net Promoter Score).</li> <li>• Рівень утримання клієнтів.</li> <li>• Частота повторних покупок.</li> <li>• Середній час відгуку на запити клієнта.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Час простою обладнання.</li> <li>• Витрати на одиницю продукції.</li> <li>• Рівень дефектів у виготовленій продукції.</li> <li>• Час виконання замовлень.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Чистий прибуток (Net Profit).</li> <li>• Рентабельність інвестицій (Return on Investment, ROI).</li> <li>• Виручка (Revenue).</li> <li>• Коефіцієнт ліквідності (Liquidity Ratio).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Показник плинності кадрів (Employee Turnover Rate).</li> <li>• Рівень задоволеності співробітників.</li> <li>• Індекс ефективності управління проектами.</li> </ul> |

Рисунок 1 – Приклади показників згідно складників збалансованої системи показників  
Джерело: розроблено авторами на основі [1]

Оцінка клієнтського досвіду відображає рівень задоволеності клієнтів та ефективність взаємодії з ними, що є критично важливим для забезпечення лояльності та довгострокових відносин. Висока якість обслуговування, персоналізований підхід та оперативне вирішення проблем є ключовими факторами успіху в перспективі. Серед метрик, що можуть бути використані у розрізі даної парадигми варто виокремити індекс лояльності клієнтів (NPS), який вимірює ймовірність того, що клієнти рекомендуватимуть компанію. Рівень утримання клієнтів (Customer Retention Rate) відображає здатність компанії зберігати існуючих клієнтів та будувати з ними довгострокові відносини. Високий рівень обох індексів свідчить про те, що компанія успішно задовольняє потреби споживачів та забезпечує високу якість обслуговування.

Частота повторних покупок аналогічно дає уявлення про рівень довіри до бренду та якість продукції. Клієнти, які здійснюють повторні покупки, демонструють свою лояльність та задоволеність продукцією компанії. Оперативний та професійний відгук на запити клієнтів, що вимірюється метрикою «середній час відгуку», є критично важливим фактором для забезпечення їх задоволеності.

Наступним складником збалансованої системи показників є операційна ефективність, яка відображає рівень якості бізнес-процесів, швидкість виконання завдань та ефективність використання ресурсів. Високий рівень операційної ефективності є запорукою зменшення витрат, підвищення продуктивності та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Серед основних метрик можна виділити час простою обладнання, скорочення якого є важливим фактором підвищення ефективності виробничого процесу. Метрика «витрати на одиницю продукції» дозволяє оцінити виробництво з точки зору використання ресурсів, а «рівень дефектів продукції» визначити якість вже виготовлених товарів.

Аналіз фінансових результатів, що характеризують стабільність та прибутковість компанії, є критично важливим для забезпечення ефективного управління та прийняття обґрунтованих інвестиційних рішень. Даний аналіз є ключовим для інвесторів, власників бізнесу та фінансових менеджерів. Серед найбільш вагомих метрик, що досліджуються в рамках даної перспективи, слід виділити чистий прибуток, як основний індикатор фінансової стійкості та рентабельності компанії, рентабельність інвестицій, що відображає ефективність використання залученого капіталу, коефіцієнт ліквідності, що дозволяє оцінити здатність компанії виконувати свої короткострокові зобов'язання, та виручка, як інтегральний показник обсягу діяльності.

Заключним складником збалансованої системи показників є організаційний потенціал, що фокусується в першу чергу на людських ресурсах, корпоративній культурі та структурі керівництва компанії. Його найбільш вагомими метриками є показник плинності кадрів, рівень задоволеності співробітників та ефективності управління проектами. Високий рівень організаційного потенціалу сприяє стабільності та продуктивності компанії.

Отже, у контексті сучасних тенденцій розвитку бізнесу використання цифрових метрик, застосовуючи зокрема збалансовану систему показників, є необхідним інструментом комплексної оцінки діяльності організації. Ключові показники ефективності сприяють формуванню стратегій для забезпечення довгострокового та сталого розвитку підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Chaudhry R. How to develop effective business metrics during digital transformation. Medium. URL: <https://medium.com/razi-chaudhry/how-to-develop-effective-business-metrics-during-digital-transformation-6336d586a181> (the date of application: 10.02.2025).