

ЗАДАЧА ПРОГНОЗУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ІТ-КОМПАНІЇ

М. А. Гринченко, В. Ю. Москаленко

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Більшість ІТ-компаній для аналізу свого стану та формування стратегій розвитку відстежують стратегічні КРІ (Key Performance Indicators). Ці КРІ треба не тільки аналізувати, але й прогнозувати. Зазвичай ІТ компанії використовують дев'ять стратегічних КРІ [1].

1. Коефіцієнт виграшу (Win Rate) – це відсоток потенційних клієнтів, яких можна перетворити на платоспроможних клієнтів, особливо на невеликих ринках, де потенційних клієнтів мало.

2. Середній дохід на рахунок (Average Revenue Per Account) характеризує фінансову цінність ключових ділових відносин з клієнтом.

3. Середня вартість угоди – це ключовий показник для відділів продажів, який показує оцінку доходу від кожної угоди.

4. Щомісячний поточний дохід (Monthly Recurring Revenue – MRR) є основним показником для вимірювання фінансового стану та вартості ІТ-компанії, яка орієнтована на надання послуг із довгостроковими контрактами.

5. Прибуток до оподаткування прибутку та амортизації (Earnings Before Income Tax and Amortization – ЕВІТА) є одним із найважливіших показників прибутковості компанії, на який звертають увагу інвестори, оцінюючи вартість бізнесу, особливо коли порівнюють компанії в одній галузі.

6. Рентабельність контракту (Contract Profitability). Відстеження цього КРІ допомагає керівникам ІТ-бізнесу керувати та підвищувати ефективність своїх операцій.

7. Довічна вартість клієнта (Client Lifetime Value) – це показник фінансових переваг залучення та утримання кожного клієнта, включає витрати на продажі, маркетинг і підтримку, вартість товарів і послуг, а також різні джерела доходу.

8. Швидкість відтоку клієнтів (Churn Rate) визначає відсоток клієнтів, яких компанія втрачає за певний період часу.

9. Вхідна кваліфікована швидкість потенційного клієнта (Inbound Qualified Lead Velocity). Показник використовується для розуміння напрямку можливостей продажів компанії.

Отже, постає задача вибору методів прогнозування та формування даних для цих КРІ. Якщо є статистичні дані, на основі яких можна зробити прогнози, то рекомендовано використати метод ARIMA (autoregressive integrated moving average). ARIMA – це модель авторегресійної інтегрованої ковзної середньої, використовується для аналізу часових рядів та довгострокового прогнозування. Для інших випадків краще використовувати експертні прогнози.

Список використаних джерел: 1. The Nine Key Performance Indicators Every IT Company Should Track (2023). <https://www.quotewerks.com/blog/The-Nine-Key-Performance-Indicators-Every-IT-Company-Should-Track.asp>.