

METRIKA UČINKOVITOSTI EKONOMSKIH PLATFORMI

Ivana Mičković, bacc. oec., Tehničko veleučilište Zagreb

dr. sc. Vlatko Mičković, prof., Tehničko veleučilište Zagreb

Goran Sirovatka, dipl. ing., Tehničko veleučilište Zagreb

SAŽETAK: Nove ekonomske platforme zahtijevaju i novo definiranje metrika kojima se mjeri uspješnost poslovanja. U radu se predstavlja analiza pojam metrike kako je vide različite tvrtke te se daje prijedlog modela metrike koji sintetizira modele koji su analizirani, te upozorava na česte propuste u definiranju metrike koji koriste tvrtke. Osobita pozornost dana je definiranju razine i životnog ciklusa metrike. Predlaže se model metričkih faza s obzirom na razvijenost tvrtke, zaključno model učinkovitosti ekonomske platforme razvijen kao rezultat prethodnih analiza.

Ključne riječi: *ekonomska platforma, metrika, učinkovitost*

JEL: F15, F23, I25

UVOD

Susret s novim oblikom gospodarskog djelovanja je posebno zanimljiv za ekonomiste koji se bave teoretskim pristupom gospodarstvu. Ekonomske platforme stvaraju i omogućuju sustave koji uz pravilan dizajn imaju i stvaraju koristi od širenja i uključivanja skupa vrijednih sudionika. Tehnologija – distribuirana, mobilna, ugrađena – omogućuje postizanje nezapamćenih, fizičkih i geografskih uporaba i utjecaja. Razvoj takvih platformi – siguran, a otvoren i fleksibilan, ima svoje nositelje i sudionike, kao i suradnike i konkurente. Uspjeh ekonomskih platformi ovisi o povjerenju: vjerovanju u zajednički prosperitet i mogućnostima za rast koji uključuje sve sudionike. Ekonomske platforme predstavljaju kolektivne oči, uši i mogućnosti za rast i širenje, s izravnim pristupom koji je gotovo neograničen. Klijenti koji su ranije bili izvan dosega postali su aktivni suradnici, a ideje, koje je organizirao i primijenio tim ekonomske platforme, postaju dio masovne podrške. Tim ekonomske platforme čine ljudi iz javnog i privatnog sektora koji se bave rješavanjem stvarnih globalnih izazova.

Modeli poslovanja i organizacije se mijenjaju. Vrijednost kupca postaje najvažnija. Vodstvo koje se temelji na vrijednostima pobjeđuje s obzirom na mobilnost svih – kupaca, radnika, partnera. Prošli su dani gospodarstava kao kanala, lanaca – integratori, preprodavači, partneri za upućivanje – u kojima jedan primarni partner isključivo podupire svoje sljedbenike, često podržavajući jednostranu moć nad mrežom. Raznolikost aktera potiče rast, a ne potkopava ga – baš kao i u prirodi. Promotrimo li aktivaciju imovine u odnosu na kontrolu imovine, tržišnu učinkovitosti koja se ostvaruje u gospodarstvu na zahtjev, a istovremeno – povratak dionika i profitabilnost, uočit ćemo da nijedan model nije savršen: prvi, kao primjer, nosi kontroverzan utjecaj na dinamiku rada i plaće, dok drugi može imati elemente vodstva koji tek počinju prikazivati dijelove evoluiranih i učinkovitijih poslovnih modela.

Prema globalnom izvješću o robnoj marki Interbrands za 2015. godinu, četiri od pet vodećih svjetskih brandova vode s modelom temeljenim na ekonomskoj platformi.

Gospodarstvo temeljeno na ekonomskoj platformi zahtijeva razdvajanje gospodarskog rasta i potrošnje resursa. Razvojni modeli razvijani su više desetljeća iz više ekonomskih teoretskih škola međutim teorije o ekonomskim platformama pojavljuju se posljednjih nekoliko godina. Sa svojim nedavnim postupcima ekonomska je platforma potvrdila jedinstvenu definiciju, okvir i načina mjerenja u svijetu.

Mjerenje napretka u ekonomskim platformama predstavlja izazov. Što i kako tvrtka, organizacija ili Vlada odlučuju dati svoj doprinos ekonomskim platformama ovisi o njezinim ciljevima, opsegu i namijeni. Čak i unutar privatnog sektora, pokazatelji, metodologije i cilj ekonomskih platformi varira. Različitost metrika po sektorima i zemljopisnim područjima stvorio je okruženje konkurentnih i često proturječnih pokazatelja ostvarenog napretka ekonomskih platformi. Cilj je ekonomskih metrika postići sklad u načinu na koji pojedine tvrtke – ekonomske platforme mjere svoj napredak. Izvješće zaključuje prvu fazu radnog tijeka metrika, s ciljem razumijevanja trenutne pozicije platforme. Na temelju nalaza i preporuka, radni tijek će se početi razvijati kao okvir temeljen na konsenzusu za mjerenje uspješnosti na razini tvrtke.

Metodologija

Neke ekonomske platforme su provele analizu rada. Prikupljanje informacija i podataka za proces uključivalo je pregled i analizu 28 tvrtki i 5 nevladinih organizacija, te pregledom 87 godišnjih izvješća i 25 drugih relevantnih izvora. Istraživanje je obuhvatilo 5 sektora s platformama koje djeluju na pet kontinenata. Ravnomjerna geografska rasprostranjenost djelovanja platformi i godišnjih izvješća jedan je od uvjeta vjerodostojnosti ovog rada. Globalni raspon analize bio je podložan identifikaciji tako da su ispitanici aktivni u ekonomskoj platformi i da su voljni dijeliti iskustva. Zbog toga je većina ispitanika radila za tvrtke sa sjedištem u Europi, ali i djelovanjem izvan.

Vrijednost mjerenja za poslovanje ekonomskih platformi

Ekonomске platforme već mjere kako njihove gospodarske inicijative stvaraju financijsku vrijednost. One pronalaze procese i proizvode koji mogu smanjiti troškove, poboljšati odnose sa zaposlenicima i promovirati pouzdane kupce, a potom promovirati razliku od konkurencije i poticati inovacije. Međutim, ekonomska platforma predstavlja nešto drugo za svaku tvrtku u geografskim područjima i grani industrije. Većina platformi ima svoju definiciju djelovanja ekonomske platforme. Zapravo, 74% ispitanika su naveli da njihova tvrtka ima vlastiti okvir za mjerenje djelovanja. To ukazuje na to da je ekonomska platforma kao koncept relativno nejasna i amorfnja i da tvrtke oblikuju koncept temeljen na tome kako je on najznačajniji za njihovu osnovnu djelatnost. Broj jedinstvenih okvira i definicija ekonomske platforme predstavlja izazov za stvaranje okvira temeljenog na konsenzusu za mjerenje uspješnosti u sljedećoj fazi.

Na temelju analize 28 tvrtki, postoji pet glavnih razloga zašto su tvrtke zainteresirane mjerenje učinkovitosti:

1. Potaknuti uspješnost poslovanja ili strategiju
2. Vanjsko opravdavanje postignuća
3. Integriranje učinkovitosti u cijelu tvrtku
4. Upravljanje rizikom povezanim s postojećim linearnim poslovnim modelom
5. Spoznati utjecaj njihovih aktivnosti

Nadalje prikazujemo postotak ispitanika koji su se pozvali na taj upravljački program kao razlog za mjerenje učinkovitosti. Zbog višestrukog izbora zbroj nije 100%

POSLOVNE ZNAČAJKE ILI STRATEGIJA: Najviše se spominje (77% ispitanika) mjerenje učinkovitosti u poslovanju koje potiče povećanje poslovnih rezultata ili ostvarenje strategije. Tvrtke se sve više vide kao ekonomske platforme koje su pokretač vrijednosti, prepoznajući financijsku mogućnost u ponovnoj procjeni poslovnih modela. To se nalazi u tvrtkama s naprednom organizacijom platforme. Da bi se to postiglo, poslovanje ne smije samo ugraditi metriku učinkovitosti u svoju strategiju održivosti, nego i njihovu korporativnu strategiju. U nekoliko analiziranih tvrtki plaća uprave vezana je za učinkovitu metriku, naglašavajući ulaganja koja poduzeća poduzimaju prema učinkovitosti.

OPRAVDANA DOSTIGNUĆA U VANJSKOM DJELOVANJU: 67% ispitanika navelo je važnost metrike u ostvarenju vanjskih postignuća kao razlog za mjerenje. Predstavnici tvrtki su navodili potrebu za vjerodostojnim i dosljednim objavljivanjem ili izvješćivanjem o inicijativama upućenim relevantnim dionicima, uključujući (prema redoslijedu najveće do najniže važnosti): kupce, investitore, regulatore, tijela za izvješćivanje, dobavljače i nevladine organizacije. Tvrtke upotrebljavaju platforme za komuniciranje s klijentima.

INTEGRIRATI METRIKU U POSLOVANJE: 49% ispitanika navelo je potrebu za integracijom ekonomske platforme u tvrtke kao razlog za usvajanje i metrike učinkovitosti. Za učinkovito integriranje ekonomske platforme u ekonomska načela, u misiju ili strategiju tvrtke, ona mora uključiti te elemente u svoje operacije i sustave upravljanja učinkom. Da biste poslovne jedinice tvrtke uputili prema ekonomskom sustavu platforme, metrike i ciljevi trebali bi biti primjenjivi na timove i pojedince i poticati njihovo poboljšanje tijekom vremena. Tvrtke su otkrile da se pomoću metrika mogu mijenjati proizvodi i procesi tijekom vremena, stvarajući stvarnu financijsku vrijednost za organizaciju u cjelini. Zapravo, istraživanje TFC-a pokazalo je da 97% ispitanika navodi da je ekonomija platformi potaknula inovacije i učinila tvrtku učinkovitijom i konkurentnijom. 51% je izjavilo da aktivnosti platforme povećavaju dobit tvrtke.

UPRAVLJANJE RIZIKOM PREMA POSTOJEĆEM LINEARNOM POSLOVNOM MODELU: Izvješće koje je TFC objavio u 2017. utvrdilo je da je oko 20% ispitanika izjavilo da je upravljanje rizikom pokretač za njihovu tvrtku koja time usvaja poslovne modele platforme. 28% ispitanika navodi da je upravljanje rizikom razlog zašto je njihova tvrtka zainteresirana za mjerenje učinkovitosti platforme. Primjeri "linearnih" rizika koje tvrtke nastoje ublažiti uključuju cijenu robe, volatilnost, sigurnost opskrbe resursima, vrijednost branda i ugled i kontinuitet poslovanja.

MJERITI UTJECAJ AKTIVNOSTI EKONOMSKE PLATFORME: Jedan od iznenađujućih rezultata je da je analiza pokazala da je samo 28% predstavnika tvrtki izjavilo da su mjerili svoje djelovanje kako bi se razumjeli širi učinci njihovih aktivnosti (npr. utjecaj na okoliš). To usmjerava primarni fokus poslovanja na financijske mogućnosti ekonomske platforme, s ekološkim i socijalnim mogućnostima koje zauzimaju sekundarnu ulogu kao pokretači, s tim da sva rješenja nemaju pozitivne učinke na okoliš i društvo. Važno je osigurati da poticaji koje uspostavlja okvir platforme ne dolazi na trošak prirodnih, društvenih ili ljudskih glavnica.

Metrika i mjerenja u tvrtki

Kao što je spomenuto u prethodnom odjeljku, većina tvrtki ima svoju definiciju i okvir kako razumiju ekonomsku platformu. Prema tome, metrika i opseg tih metrika su dijelovi koje oni također različito definiraju i prihvaćaju.

Opseg metrike učinkovitosti ekonomskih platformi:

Metrika ekonomskih platformi nije u ispitivanjima uzimala u obzir mnoge elemente, ali su svi ispitanici postavljali materijale kao element metrike učinkovitosti. Energija (76% ispitanika) i zaposlenici (63%) su tipični elementi, ali nisu jednoglasno označeni. Gotovo polovica ispitanika je izjavila da njihova tvrtka uključuje materijale, energiju i rad u okviru ekonomske platforme. Ostali elementi koje spominju tvrtke uključeni u njihove metrike uključuju digitalizaciju, marketing i upravljanje, ali mnogo manje. Važno je napomenuti kako sektor ili položaj tvrtke u vrijednosnom lancu utječe na ono što i kako mjeri svoj

doprinos ekonomskoj platformi. Na primjer, kemijsku tvrtku ne može zanimati samo kako metrika materijala djeluje na unutarnji ustroj i učinkovitost platforme nego trebaju znati kako njihovi proizvodi omogućavaju ostvarenje lanca vrijednosti kako bi se postigla učinkovitost bez dodatnih efekata. To je drastično drugačiji razlog mjerenja koju investitor može poduzeti, dajući prednost metrici učinkovitosti portfelja na temelju financijskih, okolišnih i upravljačkih pokazatelja svake ekonomske platforme.

U sljedećim primjerima pokazujemo kako ključna metrika učinkovitosti može varirati u različitim industrijama. To su pokazatelji koji nisu ni sveobuhvatni niti dosljedni u svim sektorima. Glavna poruka je uočiti raznolikost u prioritetima koje bi zajednički okvir trebao riješiti.

Razine mjerenja

Kako je ekonomska platforma širok pojam, on uključuje nekoliko dionika. Ti dionici imaju različite uloge u gospodarstvu i društvu i tako imaju različite ciljeve. Kada radite na razvoju ekonomskih platformi, relevantno je identificirati različite ciljeve i povezane akcijske planove prema kojima dionici sudjeluju u razvoju ekonomskih platformi (tj. koja je razina analize prikladna):

- Makro: to je najviša razina na kojoj se nalaze gradovi, zemlje i međunarodne agencije
- Među: predstavlja sve među-industrijske i među-poslovne mreže
- Mini: to je razina na kojoj se nalaze tvrtke i potrošači
- Mikro: to je najniža moguća razina analize na kojoj se nalaze proizvodi i komponente.

Istraživanja i publikacije uključuju više razina jer se moraju povezati ciljevi i aktivnosti na više razina da bi se razvila metrika učinkovitosti ekonomske platforme. Posebno u privatnom sektoru, metrika učinkovitosti se sastoji od tri razine: mikro, mini i među. Svaka aktivnost ili metrika aktivnosti se sastoji od niza metrika razina ispod njega. Industrija na razini klastera u poljoprivredi koja predstavlja ekonomsku platformu se sastoji od svih razina:

- Mikro: sjeme, gnojivo,
- Mini: sjetva, žetva
- Među: silosi, spremišta
- Makro: prehrambena industrija

Tvrtka može mjeriti učinkovitost na više od jedne razine. Primjerice, tvrtka u poljoprivredi može izmjeriti učinkovitost svake razine mjerenjem kvalitete sjemena, radova na sjetvi, silosa i učinkovitosti industrijske prerade i zatim agregirati tipove na razini tvrtke

te razumjeti kako njihov portfelj ukupno radi. Nadalje, investitor možda želi razumjeti učinkovitost platforme agregiranjem pojedinačnih performansi svake tvrtke.

Rezultati analize otkrili kako većina tvrtki ocjenjuju svoju učinkovitost na Mini ili na razini poduzeća (76%). To se može učiniti bilo agregiranjem ukupne količine proizvoda ili usluge ili izračunavanje ulaznih resursa i izlaze cijele tvrtke.

19% ispitanika izjavilo je da mjere učinkovitosti platforme proizvoda ili usluga (Mikro razina). 5% tih istraživanja je pokazalo da mjere učinkovitosti platforme na Među razini. To znači da ocjenjuju učinkovitost njihovog portfelja, koji se sastoji od više tvrtki ili Mini entiteta.

Faktori životnog ciklusa

Osim rješavanja razlika u opsegu i razinama metrikama učinkovitosti, zajednički okvir za mjerenje učinkovitosti na razini poduzeća morat će riješiti nijanse uzrokovane položajem u životnom ciklusu. Metrika učinkovitosti ekonomskih platformi (i unutarnje i vanjske) mogu se razlikovati u fazama životni ciklusa, kao i relativni omjeri metrika koje se danas koriste. Dajemo nekoliko značajnih nalaza:

- 48% identificiranih metrika učinkovitosti se odnosi na unutarnje operacije ili procese u poslovanju. Primjeri takvih mjerenja uključuju „relativnu“ učinkovitost resursa (tj. energetska učinkovitost ili potrošnju energije po jedinici) pokazatelja ili “apsolutnih” pokazatelja (tj. obnovljivih izvora energije). S obzirom na usklađenost tih vrsta mjernih podataka s redovitim operativnim pokazateljima izvedbe, ne iznenađuje da se one najčešće pojavljuju u analizi.
- 22% i 20% analiziranih metrika se kvalificira u okviru sirovina i kraja faze poslovnog ciklusa. Indikatori kao što su potrošnja materijala, reciklirani sadržaj i opasni materijali su uobičajeni pokazatelji. Otpad koji je preusmjeren na odlagalište otpada u odnosu na reciklirane količine proizvoda koje se vraćaju su tipični pokazatelji kraja završne faze ciklusa .
- Pokazatelji faze dizajna, distribucije i korištenja se rijetko koriste (6%, 1% i 4% respektivno).

Ovi pokazatelji zahtijevaju da tvrtka integrira naprednije razine razmišljanja o ciklusima proizvodnje u svoje sustave upravljanja učinkom i izvješćivanjem.

Industrijski čimbenici

Pokazatelji metrike učinkovitosti ovise o značajnosti pitanja za tu tvrtku, industriju ili zemljopisno područje. Na primjer, pokazatelji učinkovitosti vode vjerojatno će biti značajniji predmet metričke analize za Indijca i njegovu kemijsku tvrtku nego što mogu biti britanskoj tvrtki financijske usluge. To sugerira da okvir za mjerenje učinkovitosti treba

prepoznati relativnu kritičnost pojedinih metrika ovisno o industrijskom ili zemljopisnom kontekstu.

Razvijanje mjernih podataka

Tvrtke su u različitim stupnjevima zrelosti s obzirom na svoje ambicije kao ekonomske platforme. Mnogi počinju svoje putovanje tkanjem pripovijesti o gospodarstvu platformi i implantaciju u njihovu sadašnjost operacije. Manji dio integrira svoje razmišljanje u svoju strategiju održivosti, uzimajući ambiciozniji korak u njihovom putovanju. Malo je tvrtki preispitalo svoju korporativnu strategiju temeljenu na načelima ekonomskih platformi.

Tablica 1 – Metričke faze

	Početni	Srednji	Napredni
Strateška ambicija metrike	Metrika nije formalno priznata	Metrika integrirana u strategiju	Metrika integrirana u korporativnu strategiju
Metrika	Operativna učinkovitost	Održivost provedbe	Stvaranje nove vrijednosti

S obzirom na tu evoluciju, postoji trend da tvrtke usvoje operativnu učinkovitost i održivost prokazuju kroz pokazatelje izvješćivanja prije pokazatelja stvaranja nove vrijednosti. Prepoznavanje je razlika u tome da tvrtke definiraju i komuniciraju unutar ekonomske platforme.

Rezultati metrike učinkovitosti koje objavljuju tvrtke mogu se podijeliti u ove tri kategorije:

- Podaci o operativnoj učinkovitosti često su standardni pokazatelji izvedbe koji se mogu pratiti čak i prije usvajanja korporativnog programa održivosti. Primjeri uključuju izvor učinkovitosti, potrošnje energije, vode i otpada.
- Mjerenja učinka održivosti prikazujući učinkovitost platforme na razini trajnog djelovanja (iako u sustavu ekonomskih platformi trajnost nije prihvatljiv pojam), kao i društveni učinci aktivnosti i proizvoda platforme. Primjer metrike uključuje djelovanje endogenog sustava platforme (radnici, uprava, ...) i egzogenog sustava platforme (dionici, obitelji, kooperanti...) te mjerenje emisije stakleničkih plinova, uključivanje lokalne zainteresirane strane ili utjecaj poslovne raznolikosti.
- Mjerne informacije o stvaranju nove vrijednosti prate kako se poslovanje poboljšava kroz učinkovitost inicijative. Primjeri mjernih podataka uključuju prihod platforme, postotak portfelja platforme i očuvanu vrijednost.

Iako nije reprezentativan uzorak, šira poslovna zajednica promatra, analizira i upotrebljava razne vrste metrika koje platforme primjenjuju. Ti se podaci temelje na podacima

87 analiziranih izvješća o učinkovitosti. Mjerenja su provedena samo ako se tvrtka pozvala na metriku učinkovitosti u kontekstu ekonomske platforme. Srednje tvrtke s održivošću usredotočile su se na širok raspon mjernih podataka koji su bogatiji od onih koji se fokusiraju na “početne” tvrtke gdje se mjeri samo operativna učinkovitost. U sljedećoj fazi ambicija platforme, tvrtke s fokusom na stvaranje nove vrijednosti, teže usredotočiti se na skup mjernih podataka. Prema tome, opseg njihovih mjerenja je veći i izravno uključuje druge dionike. Donji grafikon prikazuje kako se vrste mjernih podataka mijenjaju kao tvrtka napreduje u svom razmišljanju.

Tablica u nastavku daje više pojedinosti o tome kako se mjerni podaci povezani s informacijama mogu promijeniti kad tvrtka aspirira od operativne učinkovitosti prema stvaranju nove vrijednosti. Donja tablica nije sveobuhvatan i zamišljena je kao primjer.

Tablica 2. – Metrika učinkovitosti ekonomske platforme (opći primjer)

	Operativna učinkovitost	Održivost	Stvaranje nove vrijednosti
Ekološki	Energetska uč. Učinkovitost vode Materijalna uč.	Sadržaj recikliranog materijala Projekti Otpad odložen na odlagalište	Valorizacija ostatka Očuvana vrijednost Dodana vrijednost
Socijalno	Radno vrijeme po jedinici Razina produktivnosti Transparentnost opskrbnog lanca	Uključeni lokalni sudionici Uključeni korisnici Broj incidenata i nezgoda	Otvorena radna mjesta Početci socijalnih poduzeća Ukupni ekonomski doprinos
Financijski	Troškovi energije po jedinici Cijena po jedinici resursa Naknade	Krediti, ekološki, razvojni Nabava Ušteda resursa	Prihod Postotak portfolia Prodana roba

Izazovi i mogućnosti

Identificirali smo mnoge čimbenike i izazove za uspješno razvijanje zajedničkog okvira za mjerenje učinkovitosti na razini ekonomskih platformi. Navedena su otvorena pitanja odgovora i kategorizirani kako bi pružili jasniju sliku o najboljim mogućnostima.

Izazovi

- Razmjena ideja i učinkovita komunikacija među platformama pokazala se izazovom za mnoge tvrtke. Okvir mora rezonirati s unutarnjom publikom kao što su top management ili zaposlenici u različitim poslovnim jedinicama. Međutim, ekonomska platforma također mora izbjegavati suradnju s nevladinim organizacijama, a prihvaćati suradnju s kreatorima politike kako bi razumjeli okvir koji stvara novu vrijednost.
- Izazov je mjeriti učinkovitost ekonomske platforme i to mjerenje (i vrijednost) društvenih i ekonomskih učinaka proizvodnih aktivnosti. Važno je uzeti u obzir i pozitivne i negativne utjecaje (uključujući povratne učinke) koji su rezultat djelovanja platforme za uspostavu vjerodostojnog okvira.
- Brojne različite definicije ekonomskih platformi bit će značajan izazov u kreiranju uspješne faze projekta. Međutim, uspostavljanje konsenzusa o tome prva je prepreka presudna za budući uspjeh projekta.
- Dostupnost podataka predstavlja izazov u većini korporativnih mjerila održivosti. Metrika ekonomskih platformi nije iznimka. To je stvaranje novih mjernih podataka koje su evoluirale iz ranijih pokazatelja održivosti ili operativnih pokazatelja, a to čini čak i veći izazov.
- Unutarnje upravljanje, ili promjena u obrazovanju i kulturi, bit će izazov u integraciji metrike ekonomskih platformi u cijeloj tvrtki. Bit će presudno usvojiti metrike koje pokreću pojedinca, poboljšanje učinkovitosti poslovne jedinice i tvrtke tijekom vremena. To zahtijeva buy-in od vrha upravljanje i priznanje od zaposlenika da imaju ulogu u većem cirkularnost tvrtke.
- Uspostava zajedničkog okvira kako tvrtke u različitim industrijama i lanci vrijednosti mogu razumjeti i komunicirati unutar ekonomskih platformi, a što bi bio veliki korak u smjeru mjerenja učinkovitosti. Ovo može biti najveći izazov uz stvaranje zajedničkih definicija. Uspostavljanje dijeljenog okvira za poslovanje omogućuje iznimnim tvrtkama da se ističu od svoje konkurencije, dopuštajući investitorima donijeti bolje odluke i kreirati bolje politike kako bi svi bolje razumjeli kako potaknuti privatni sektor.
- Regulatori i kreatori politike također mogu biti način za poboljšanje izgleda za uspjeh u novom metričkom okviru. Suradnja s ključnim dionicima javnog sektora može utjecati na prihvaćanje konačnog okvira. Metriku ekonomske platforme su usvojile i neke nacionalne vlade.

- Uzimajući u obzir da je to bio jedan od najvećih očekivanih izazova, nije iznenađujuće da je interno upravljanje je jedan od najcitiranijih čimbenika za zajedničku metriku učinkovitosti ekonomskih platformi.
- Ako metrika može omogućiti tvrtkama da uspostave unutarnju i vanjsku učinkovitost, povećala bi šanse za njezin uspjeh. Mogućnosti za to uključuje uspostavljanje jasne veze s izjavama i politikama misija tvrtke ili stvaranje priča o uspjehu.
- Pozivanje istaknutih akademskih institucija na sudjelovanje u razvoju metrike osigurao bi vjerodostojnost i strogost. Mnoge tvrtke spominju suradnju sa sveučilištima na tu temu i dijele svoja pozitivna iskustva. Slično regulaciji ili politici, predstavnici koji sudjeluju u razvojnom procesu pozivali bi akademske institucije na razmišljanje i izradu znanstvenih radova na teme metrike učinkovitosti ekonomskih platformi.

LITERATURA

1. Wolf, Charles.; Levaux, Hugh P.; Tong, Daochi. “Economic Openness : Many Facets, Many Metrics”, RAND 1999
2. The Rise of the Platform Economy , By Martin Kenney, John Zysman, *ISSUSE IN SCIENCE AND TECHNOLOGY* Vol. XXXII, No. 3, Spring 2016 (<https://issues.org/the-rise-of-the-platform-economy/>)
3. Ioanna Constantiou , Attila Marton, Virpi Kristiina Tuunainen Four Models of Sharing Economy Platforms, December 2017 (16:4) | *MIS Quarterly Executive*
4. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy – And How to Make Them Work for You W.W. Norton & Company, 1st Edition, March 28, 2016
5. WORLD ECONOMIC FORUM: How to measure success in digital age, <http://reports.weforum.org/digital-transformation/how-to-measure-success-in-the-digital-age/>
6. E-Metrics Business Metrics For The New Economy, © 2000 NetGenesis Corp.
7. Impact of science: the need to measure As research becomes more international, the use of metrics to measure the economic and societal impact of science has gained in importance By Andrew Plume, PhD. Posted on 11 September 2014, Elsevier
8. Assessing Value in the Digital Economy By Sherree DeCovny Posted In: Drivers of Value, Economics, Equity Investments, Future States, Performance Measurement & Evaluation, Portfolio Management 2018 (<https://blogs.cfainstitute.org/investor/2018/04/18/assessing-value-in-the-digital-economy/>)
9. Ana Babić Rosario, Francesca Sotgiu, Kristine De Valck, and Tammo H.A. Bijmolt (2016) The Effect of Electronic Word of Mouth on Sales: A Meta-Analytic Review of Platform, Product, and Metric Factors. *Journal of Marketing Research*: June 2016, Vol. 53, No. 3, pp. 297-318.
10. The sharing economy as the commons of the 21st century Karin Bradley Daniel Pargman *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, Volume 10, Issue 2, 1 July 2017, Pages 231–247, <https://doi.org/10.1093/cjres/rsx001> Published: 18 February 2017
11. R. Stahel, *Performace Economy*, Palgrave Macmilan, 2010.
12. Jim Sterne – *Web metrics_ proven methods for measuring Web site success-Wiley* (2002).
13. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy--And How to Make Them Work for You, Author(s): Parker, Geoffrey G; van Alstyne, Marshall W; Choudary, Sangeet Paul W. W. Norton & Company 2016

EFFECTIVENESS METRICS IN PLATFORM ECONOMY

Abstract: New economic platforms require a new definition of metrics to measure business performance. This paper presents the concept of metrics as different companies see and proposes a metric model that synthesizes models that are analysed and warns of frequent defects in defining metrics used by companies. Particular attention is given to defining metric levels and life cycle. A model of metric phases is proposed with regard to company development. We propose the efficiency metric model of the economic platform developed as a result of previous analyses.

Keywords: *economic platform, metrics, efficiency*

JEL Classification: F15, F23, I25