

Вплив бізнес-моделі на оцінку підприємства

Прокоф'єва Катерина

канд. екон. наук, доцент
kateryna.lohinova@hneu.net

Білецький Олександр

канд. екон. наук, доцент
kateryna.lohinova@hneu.net

Омаров Ельвін

доктор філософії з менеджменту, доцент
omarovelvin@gmail.com

Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця
Україна

Надійна та захищена бізнес-модель, у поєднанні зі стійкими конкурентними перевагами, такими як унікальні технології, сильні мережеві ефекти або лідерство за витратами, дозволяє компанії генерувати вищі та стабільніші грошові потоки. Чітка та масштабована бізнес-модель диктує, як компанія створює, доставляє та захоплює вартість. Конкурентні переваги, часто звані «ровом», захищають прибутковість компанії від конкуренції, забезпечуючи довгострокову стійкість її грошових потоків. Це безпосередньо впливає на темпи зростання та стабільність майбутніх прибутків, які є критичними вхідними даними для оцінки.

Існує чотири основні моделі створення вартості, які визначають чотири основні напрями – будівельники активів, постачальники активів, творці та технологи, оркестратори мереж.

Будівельники активів (Asset Builders): Ці компанії зосереджені на виробництві або володінні фізичними активами, такими як продукти харчування, нерухомість або сировина. Їхній успіх залежить від якості їхніх активів та здатності надійно та ефективно доставляти їх клієнтам. Вартість таких компаній часто обмежується наявним інвентарем, купівельною спроможністю та географією. Наприклад, автовиробник може виготовити лише певну кількість транспортних засобів, маючи доступні кошти та кредитні лінії. Вартість бізнесу, що створює активи, також обмежена пропозицією активів та попитом на них на ринку. Компанії, орієнтовані на активи, як правило, оцінюються приблизно вдвічі більше, ніж їхній річний прибуток.

Постачальники послуг (Service Providers): Ці компанії зосереджені на людях та успішні завдяки можливостям своїх співробітників. Вони значно інвестують у підбір персоналу, таланти, навчання та можливості

обслуговування клієнтів для створення вартості та диференціації від конкурентів. Зосереджуючись на досвіді клієнтів, ці компанії перевершують ринкову вартість будь-яких матеріальних активів, які вони можуть надавати. Класичними прикладами є ресторани, медичні установи та консалтингові фірми.

Творці та технологи (Creators & Technologists): Ці компанії зосереджені на ідеях, таких як контент, технології та дані. Вони створюють вартість через інтелектуальну власність, інновації та розробку нових технологій.

Оркестратори мереж (Network Orchestrators): Ці компанії зосереджені на зв'язках між сторонами. Вони створюють вартість, полегшуючи взаємодію та транзакції між великою кількістю користувачів або постачальників. Компанії, які зосереджуються на зв'язках, можуть бути оцінені до восьми разів більше, ніж їхній річний прибуток.

Компанії можуть збільшити свою ринкову оцінку, розширюючи або змінюючи свою модель створення вартості в бік інтелектуальної власності та/або мережевої оркестрації. Успішна бізнес-модель використовує цінності клієнтів, зацікавлених сторін та самої організації, що призводить до сталого успіху, задоволеності клієнтів, конкурентних переваг та залучення зацікавлених сторін.

Компетентність, бачення та доброчесність управлінської команди є першочерговими. Сильне корпоративне управління забезпечує прозорість, підзвітність та узгодження інтересів між керівництвом та акціонерами, сприяючи довірі інвесторів. Здатна управлінська команда може ефективно долати ринкові виклики, виконувати стратегію та ефективно розподіляти капітал. Добрі практики управління зменшують ризик шахрайства, безгосподарності та конфліктів інтересів, тим самим зменшуючи "дисконт управління", який інвестори можуть застосовувати до оцінки компанії. Це підвищує сприйняту надійність та стійкість майбутніх прибутків.

Стратегічні фактори, зокрема конкурентна перевага та інновації, є не лише рушійними силами майбутніх грошових потоків, але й значно впливають на премію за ризик та темпи зростання, що застосовуються в моделях оцінки. Сильна конкурентна перевага, наприклад, технологія, захищена патентом, сильний бренд або мережеві ефекти, зменшує ймовірність того, що конкуренти зменшать частку ринку або маржу. Це перетворюється на більш передбачувані та стійкі майбутні грошові потоки. Більш передбачувані та стійкі грошові потоки зменшують сприйнятий ризик бізнесу, що призводить до нижчої ставки дисконтування (нижчий WACC) у моделях DCF. Одночасно інновації та надійна бізнес-модель забезпечують вищі, стійкіші темпи зростання доходу та прибутку. Тому стратегічна сила безпосередньо впливає як на чисельник (грошові потоки, зростання), так і на знаменник (ставка дисконтування) оцінки, посилюючи її вплив на вартість підприємства.

Якість управління та корпоративне управління діють як множник або детермінант для всіх інших рушійних сил вартості. Навіть при сильних фінансових показниках та хорошій бізнес-моделі, погане управління може неправильно розподіляти капітал, не адаптуватися до ринкових змін або

займатися неетичними практиками. І навпаки, відмінне управління може вивести з кризи компанії, що перебувають у скрутному становищі, виявити нові можливості та оптимізувати операції. Це означає, що якість управління впливає на ефективне виконання всіх стратегій, ефективність операцій та цілісність фінансової звітності. Вона впливає на довіру інвесторів, що, у свою чергу, впливає на вартість капіталу компанії та її здатність залучати кошти. Висококваліфікована управлінська команда з сильним управлінням може розкрити весь потенціал активів та стратегій компанії, ефективно примножуючи їх позитивний вплив на вартість, тоді як погане управління може знищити вартість навіть у перспективних підприємствах.

Список використаних джерел

1. Jankalová, M., Kurotová, J., & Bajza, F. (2024). Approaches to Sustainable Enterprise Value. *Administrative Sciences*, 14(9), 203. <https://doi.org/10.3390/admsci14090203>
2. Bratu, M., Vasile, E.-A., & Vasile, I. (2022). Sustainable Value Creation: A New Approach to Enterprise Valuation. *Sustainability*, 14(9), 203. <https://www.mdpi.com/2076-3387/14/9/203>
3. HBK. External Factors in a Business Valuation. Retrieved from <https://hbkcpa.com/insights/external-factors-in-a-business-valuation/>

Відомості про авторів, які взяли участь у 4-й Міжнародній науково-практичній конференції «Modern Perspectives on Global Scientific Solutions» (4-6 серпня 2025 | Берген, Норвегія)

Прізвище ім'я по-батькові	Автор 1	Прокоф'єва Катерина Сергіївна
	Автор 2	Білецький Олександр В'ячеславович
	Автор 3	Омаров Ельвін Шахін огли
Для сертифікату Ім'я та Прізвище латинськими літерами	Автор 1	Prokofieva Kateryna
	Автор 2	Biletskyi Oleksandr
	Автор 3	Omarov Elvin
Заклад вищої освіти або організація	Автор 1	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
	Автор 2	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
	Автор 3	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Науковий ступінь та вчене звання Для здобувачів вищої освіти рівень (бакалавр / магістр)	Автор 1	канд. екон. наук
	Автор 2	канд. екон. наук
	Автор 3	доктор філософії з менеджменту
Назва кафедри	Автор 1	Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування
	Автор 2	Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування
	Автор 3	Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування
E-mail	Автор 1	kateryna.lohinova@hneu.net
	Автор 2	kateryna.lohinova@hneu.net
	Автор 3	omarovelvin@gmail.com
Назва секції (обов'язково)		

Паперова версія сертифікату з мокрою печаткою та підписом (оплачується окремо)	Автор 1	Ні
	Автор 2	Ні
	Автор 3	Ні
Дані для відправлення паперової версії сертифікату Новою поштою ПІБ Номер телефону Назва міста відділення № Вартість виготовлення паперового сертифікату не входить у вартість організаційного внеску та становить 50 грн. (за один сертифікат)		Заповнюється тільки у разі замовлення друкованого сертифікату