

Басолбасов И. С., Шингисбаева Р., студенты
Научный руководитель – Карсеко А. Е., ст. преподаватель
каф. «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

В условиях нестабильности внешней среды, ужесточения конкурентной борьбы в отрасли предприятия находятся в постоянном поиске средств для финансирования их дальнейшего роста. Одной из основных бизнес-моделей, позволяющих решить эту задачу, является модель нахождения точки выращивания стоимости продукта или услуги. Для её эффективного использования необходимо понимать, какие факторы в текущий момент времени в наибольшей степени влияют на рост ценности рассматриваемых продуктов или услуг. В случае наступления неясности в этом вопросе, невозможности определить, что именно может обеспечить дальнейший рост и развитие бизнеса, целесообразнее продать бизнес. И покупатель, готовый выкупить бизнес по привлекательной для владельца цене, всегда найдется.

Наиболее распространенными являются две стратегии роста. Первая стратегия, известная как «органический рост», означает, что средства, заработанные компанией на определенном виде бизнеса, вкладываются в развитие этого же бизнеса. Её недостатком является потеря времени и, возможно, точки наибольшего роста, а также замораживание средств, реинвестированных в бизнес, на инвестиционной стадии, которая может длиться до нескольких лет (например, при строительстве нового филиала). Альтернативой стратегии «органического роста» является так называемая стратегия M&A (mergers and acquisitions, или слияние и поглощение). Её идея заключается в том, что если в рыночном сегменте более 12-15 конкурирующих компаний, то 2-3 сильнейшие компании всегда готовы выкупить иные с небольшой премией, экономящей им потери, возникшие при реализации стратегии «органического роста».