Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Gazdálkodástani Doktori Iskola

Az üzleti modell innovációk evolúciója

Az értékteremtés és az értékelési paradigmák átalakulása

– Fókuszban a platformgazdaság és a felhasználó

Doktori értekezés tézisei

Készítette: Balogh Virgínia

Témavezető: Dr. Bedő Zsolt

habilitált egyetemi docens

Pécs, 2024.

Tartalom

Témaválasztás indoklása 1
A kutatás jelentősége 3
A dolgozat célkitűzései 3
Az értekezés felépítése 5
Kutatási kérdések és hipotézisek 6
Kutatás módszertana 8
Az értekezés tudományos eredményei 13
Hasznosíthatóság lehetőségei 17
Jövőbeli kutatási irányok 18
Felhasznált források 20
Publikációk jegyzéke 21

Absztrakt

Kulcsszavak: digitális transzformáció, üzleti modell, platformvállalat, vállalatértékelés, felhasználói értékelés, felhasználói értékdinamika

JEL-kódok: G32, M13, O33

Az értekezés összetett vizsgálatot folytat az üzleti modell innovációk témakör kapcsán, melynek egyik szelete, hogy feltárásra kerüljenek olyan evolúciós változások, melyeket a gazdasági környezet megváltozása hívott életre, valamint ehhez kötődően más tulajdonságok változását is vizsgálja az új üzleti modell innovációk létrejöttekor (értékmozgatók, vállalatértékelési módszerek). Ezt követően kifejezetten a platformgazdaságra helyeződik a hangsúly, többek között olyan kérdések kerülnek górcső alá, mint miképp lehet értékelni a digitális platformok stratégiai potenciálját a felhasználói aktivitás skálázására és pénzzé tételére való képességük szempontjából, valamint ezen túl a vizsgálat tárgyát képezi, hogy egy belső felhasználó-alapú értékelési megközelítés hogyan segítheti a befektetőket és a tulajdonosokat a digitális üzleti modellel rendelkező platformvállalatok értékbecslésében. Az értekezés megállapításai köré egy keretrendszer is épül, amely tőzsdén jegyzett platformok stratégiai értékelésére kerül alkalmazásra esettanulmányokon keresztül, mely főként növekedési és monetizációs oldalról közelíti meg a vizsgált vállalatokat.

A platformok értékelését illetően a bemutatott felhasználó-alapú értékelési megközelítés különbséget tesz az új felhasználók értéke és a meglévő felhasználók értéke között, lehetővé téve annak értékelését, hogy a platform ügyfélszerzésbe történő befektetései megtérülnek-e. A felhasználó-alapú értékelési megközelítés továbbá értékes, felhasználó-specifikus betekintést kíván nyújtani arra vonatkozóan, hogy hol és minek hatására keletkezik az érték. Különösen az válik világossá, hogy a bemutatott esetek kapcsán az érték nagy részét az új felhasználók generálják. Végül pedig vizsgálandó elemként kitér az értekezés a felhasználó-specifikus változók érzékenységvizsgálatára is, amely konkrét betekintést nyújt a kulcsfontosságú változók - például a felhasználók számának növekedése, vagy éppen a lemorzsolódási arányok - változásainak értékkövetkezményeibe.

Mindezeken túl a globális vezető platformvállalatok érték-értékmozgató elemzése is elvégzésre kerül az értekezésben, ezáltal részletesebb rálátást adva a legnagyobb digitális üzleti modellel rendelkező vállalatok értékének pontosabb és részletesebb becslési folyamatába.

Az esettanulmányok vizsgálata után kijelenthető, hogy a felhasználó-alapú értékelési megközelítés valóban segít enyhíteni a digitális platformok értékelésével kapcsolatos kihívások egy részét. Ennek ellenére az információk közzétételének elmaradása és az átláthatatlan számviteli gyakorlatok miatt a platformok felhasználói adatokon alapuló értékelése gyakorlati korlátokkal jár még jelenleg, a hagyományos értékelési módszertanok kiegészítő elemeként alkalmazható, hogy több oldalról láthassuk az érték keletkezésének folyamatát.

A disszertáció célja, hogy bemutassa az új üzleti modellekhez kapcsolódó értékelési folyamatok átalakulását, javasoljon modern vállalatértékelési módszereket kiegészítő módszertanként, és irányt mutasson a szakembereknek a vállalatértékelés terén, mélyebb betekintést nyújtva a vállalatok értékeinek mozgatórugóiba és az értéktöbblet generálásának lehetőségeibe.

Készítette: Balogh Virgínia

Témavezető: Dr. Bedő Zsolt

Témamegjelölés

A disszertáció fő témája a platformvállalatok értékelésének új típusú, felhasználó alapú értékmeghatározása, mely a hagyományos értékelési alapokon nyugszik, és kiegészítő módszertanként javasolt alkalmazása. A kutatás célja egy olyan keretrendszer kidolgozása volt, amely segítségével mind a befektetői, mind pedig a tulajdonosi oldal képesek pontosabban meghatározni ezeknek a vállalatoknak a valódi értékét, figyelembe véve az üzleti modellek innovációit és fejlődését, valamint egyedi tulajdonságait, és a legnagyobb értékmozgatók és -generálók szerepét, mely nem más, mint a felhasználói bázis.

A kutatás központi témája az üzleti modellek digitális átalakulása, különös tekintettel a platformalapú vállalatok értékelési módszertanára és értékmozgatóira. A platformgazdaság előretörése, amely olyan cégek révén vált meghatározóvá, mint az Amazon, az Airbnb vagy a Google, a modern gazdasági környezet egyik legfontosabb jelensége. A kutatás célja, hogy a platformalapú üzleti modellek elemzésével olyan módszertani keretet hozzon létre, amely segítséget nyújt a tulajdonosi és befektetői oldal döntéshozatalában.

Témaválasztás indoklása

A platformvállalatok, mint például a digitális piacterek és közvetítő platformok, napjaink gazdaságában egyre meghatározóbb szerepet játszanak. Az ilyen típusú vállalatok értékelése azonban jelentős kihívásokkal jár, mivel az üzleti modelljük gyakran eltér a hagyományos vállalatokétól. Ezért fontos, hogy a befektetők számára megbízható, az üzleti modellekre épülő értékelési módszereket dolgozzunk ki, amelyek figyelembe veszik ezen vállalatok sajátos jellemzőit és növekedési potenciálját.

A téma kiválasztása több tényezőre vezethető vissza. A doktori tanulmányok kezdetén a vállalatértékelési módszerekre fókuszálva egy szűkebb kutatási területre volt szükség. A digitális átalakulás és a platformalapú üzleti modellek térnyerése egyre aktuálisabbá vált, különösen a COVID-19 világjárvány következtében, amely felgyorsította a gazdaság és gazdaság szereplőinek digitalizálódását. Ezzel párhuzamosan új üzleti modellek jelentek meg, amelyek kihívásokat és lehetőségeket teremtettek a vállalatértékelés területén. A platformalapú vállalatok értékelése azért különösen fontos, mert ezek a cégek nemcsak a piaci kapitalizáció

szempontjából, hanem működési modelljük révén is meghatározóvá váltak a globális gazdaságban.

Az utóbbi időben egyre többször lehet már találkozni azzal a jelenséggel, hogy a platformvállalatok vagy épp a befektetők a platformcégek sikerét az aktív felhasználókon keresztül kezdték el mérni. Bár az érték végső soron a szabad pénzáramlásokból származtatható, de a felhasználókon (és az általuk generált hálózati hatásokon) keresztül jön létre, mely egy megfelelő kiegészítő módszertanként szolgálhat a hagyományos értékelési megközelítésekhez kapcsolódóan (Damodaran, 2018). Viszont figyelemmel kell lennünk a piac tekintetében a nagy különbségekre, ugyanis sok technológiai óriásnak már sikerült pénzzé tennie a felhasználókon keresztül a platform által kínált szolgáltatásokat, viszont rengeteg olyan platformvállalat ismert a piacon, akik több millió felhasználóval rendelkeznek, de kevés bevételük van, vagy gyakran nincs is bevételük, amely alátámasztaná a felhasználói bázis méretét és piaci potenciáljukat. A bizonytalanság azzal kapcsolatban, hogy egy platform tovább fog-e növekedni, és képes lesz-e növelni az árrést a skálázás során, megnehezíti az értékelésüket. Ezt az értékelési problémát pedig tovább fokozza az eszközhiányos jellegük és az a tény, hogy gyakran nagyon fiatalok (Parker és mtsai., 2016).

Damodaran munkássága széles körben alkalmazott és elismert a pénzügyi elemzések és a vállalatértékelés terén, különösen a diszkontált cash flow (DCF) modellek és a kockázati tényezők számszerűsítése kapcsán. Azonban a platformgazdaságban végzett vállalatértékelés bonyolultsága megköveteli, hogy több szerző különböző megközelítéseit is figyelembe vegyük. Tirole (2017) kiemeli, hogy a platformok különleges piacokat hoznak létre, ahol a hagyományos elemzések nem alkalmazhatók egyszerűen a hálózati hatások miatt, és a többoldalú platformok több szereplőt is vonnak maguk után, melyek külön-külön járulnak hozzá az értékteremtéshez. Shapiro és Varian (1999) hangsúlyozza, hogy a platformok értékelésében az információs költségek, a skálahozadék és a hálózati hatások kritikus tényezők. Munkáik rávilágítanak arra, hogy a platformok esetében a hagyományos értékelési modellek, például a DCF, kiegészítést igényelnek, hogy figyelembe vegyék az ilyen speciális gazdasági jellemzőket. Parker és szerzőtársai (2016) is rámutatnak arra, hogy a platformok értékelésében nemcsak a pénzügyi tényezők, hanem a hálózati hatások, a felhasználói bázis növekedése és a platform kiterjedtsége is kritikus jelentőségűek. Ez különösen igaz az olyan digitális platformok esetében, ahol a növekedési potenciál és a skálázhatóság meghatározó szerepet játszik az értékelésben. Majd végül Zhu és Iansiti (2019) munkáját is érdemes megemlíteni, melyben

bemutatják, hogyan alakítják a digitális platformok a versenyt és az innovációt különböző iparágakban, és hogyan befolyásolják ezek a tényezők a platformok értékelését.

A digitális platformok növekvő számával a modern gazdaságban egyre nyilvánvalóbbá válik az ilyen vállalatok értékelésének kihívása. A platformok értékelése nem csak azért nehéz, mert a felhasználók külső erőforrásain alapuló értéket teremtenek, hanem azért is, mert az ilyen vállalatok többsége fiatal, újszerű ötleteken alapul, kevés vagy semmilyen előzménnyel sem rendelkezik (Damodaran, 2018). Az életciklus korai szakaszában lévő vállalatok értékelése több okból is kihívást jelent: a vállalatok korlátozott tapasztalattal rendelkeznek, gyakran veszteségesek és csak kevés bevételt termelnek, hajlamosak a kudarcra (a legtöbbjük nem éli túl az első nehéz éveket), és nagyon illikvid befektetések lehetnek (Gupta és mtsai., 2006). Az értekezés egyik alapvető motivációja annak vizsgálat az, hogy hogyan lehetne ezt a kihívást enyhíteni.

A kutatás jelentősége

A kutatás hozzájárul ahhoz, hogy a befektetők és az üzleti elemzők jobban megértsék a platformvállalatok működési mechanizmusait és értékteremtési folyamatait. Az eredmények alapján kialakított keretrendszer segíthet a döntéshozatalban, valamint az ilyen vállalatok értékelésében, ami különösen fontos a dinamikusan változó piaci környezetben. Ezen felül, a kutatás elősegíti az üzleti modell innovációk jobb megértését és alkalmazását, amely kulcsfontosságú lehet a jövőbeni üzleti sikerek szempontjából.

A dolgozat célkitűzései

A dolgozat célja a digitális üzleti modellek és a platformvállalatok értékelésére szolgáló módszertanok fejlesztése és tesztelése. Kiemelt cél, hogy egy olyan keretrendszert kialakítása, amely a modern vállalatértékelési módszereket üzleti modell specifikus szempontok alapján való beépítése egy kiegészítő módszertanként a hagyományos értékelési módszerek sorába, valamint, hogy empirikus adatgyűjtéssel és esettanulmányokkal bemutatásra kerüljön ennek a keretrendszernek a gyakorlati alkalmazhatósága.

A kutatás célja egy átfogó módszertan kidolgozása, amely lehetővé teszi a platformalapú vállalatok értékmozgatóinak azonosítását és értékelését. Ezzel a módszertannal a kutatás támogatni kívánja a tulajdonosi és befektetői döntéshozatali folyamatokat, különös tekintettel

a digitális gazdaságban működő vállalatokra. A kutatás során külön figyelmet kap a platformalapú üzleti modellek és a hagyományos üzleti modellek közötti különbségek feltárása, valamint az ezekhez kapcsolódó vállalatértékelési kihívások kezelése és enyhítése.

Összességében az értekezés fő célja, hogy mélyrehatóan vizsgálja az üzleti modell specifikumok szerepét és hatását a platformalapú vállalatok értékelésében, különös tekintettel a hálózati hatásokra, a felhasználói bázis dinamikájára, valamint a bevételszerzési stratégiákra.

A kutatás célkitűzései az alábbi főbb irányok köré csoportosíthatók:

1. **Üzleti modell innovációk fejlődésének feltárása és értékelése**:
    - A dolgozat célja az üzleti modell innovációk típusainak és jellemzőinek feltárása, különösen a platformvállalatok esetében. Ezen belül a kutatás vizsgálja, hogy milyen mértékben járulnak hozzá az innovatív üzleti modellek a vállalatok versenyképességéhez és piaci sikeréhez.
2. **A platformvállalatok értékelésének sajátosságai**:
    - A kutatás célja, hogy azonosítsa azokat a speciális tényezőket, amelyek meghatározzák a platformvállalatok értékelését. Ez magában foglalja a hálózati hatások, a felhasználói bázis növekedésének és aktivitásának, valamint a bevételszerzési stratégiák szerepének elemzését.
3. **Elméleti és gyakorlati keretrendszer kidolgozása**:
    - A dolgozat célja egy olyan elméleti és gyakorlati keretrendszer kidolgozása, amely segíti a platformvállalatok üzleti modelljeinek értékelését, és amely alkalmazható a vállalati döntéshozatalban, valamint a további tudományos kutatásokban. Valamint egy stratégiai értékelési keretrendszer kidolgozása, mely a növekedési és monetizációs lehetőségekre épül, és a felhasználó-alapú értékelési modell kiegészítő és támogató eleme.
4. **Tudományos közösségi hozzájárulás**:
    - Az értekezés célja, hogy új perspektívákat és elméleti kereteket biztosítson az üzleti modell innovációk kutatásának területén, valamint hozzájáruljon a platformvállalatokkal kapcsolatos tudományos diskurzus bővítéséhez.

Az értekezés felépítése

Az értekezés a következő főbb fejezetekből épül fel:

- A *2. fejezetben* fontosnak tartottam, hogy bemutassam azt a kutatási módszertant, mely alapján összeállítottam a saját kutatásomat is, és az értekezés egy-egy része a bemutatásra kerülő keretrendszer alapján készült el, mely a tervezési és előkészítési szakaszokban támogatta a munkám.
- A *3. fejezetben* az üzleti modellek témakörét járom körül, szintén a digitalizációs folyamatot is bevonva a vizsgálódásba, illetve az üzleti modell keretrendszer is bemutatásra kerül, valamint a digitális átalakulást követően az ehhez kapcsolódó változások is bemutatásra kerülnek az alkalmazott keretrendszerhez kapcsolódóan. Mind a szakirodalmi áttekintés, mind pedig az evolúciós folyamat bemutatása is ebben a fejezetben található.
- A *4. fejezet* az „érték" témaköre köré épül fel, ahol szintén szakirodalmi áttekintés olvasható, valamint az üzleti modell innovációk által generált új/megváltozott értékkomponensek és értékmozgatók is bemutatásra kerülnek.
- Az *5. fejezetben* a hagyományos és modern vállalatértékelési módszertanokat vezetem be, melyek a végső alkalmazott modell kapcsán fontos szerepet látnak el. A fejezet zárásaképp az üzleti modell innovációk létrejöttét párhuzamba állítom az értékelési módszertanokkal, melyből kiderül, hogy minden fontos gazdasági változást lekövetnek új üzleti modellek, és vállalatértékelés során figyelembe kell venni a modellhez kapcsolódó specifikumokat is. Valamint a digitális transzformáció következtében létrejött üzleti modell innovációk legfőbb értékgenerálóira fókuszál, melyek a felhasználók különféle csoportjai. Ebben a fejezetben a felhasználók értékének mérhetőségére és becslésének folyamatára térek ki, valamint a platform üzleti modellekhez való kapcsolódási pontokra, értékelési lehetőségekre.
- A *6. fejezetben* már kifejezetten a platformgazdaság, és az ezt alkotó platformvállalatok kerülnek a fókuszba, és lehatárolásra kerül a platformvállalat, mint definíció, valamint a különféle típusai, értékének mozgatórugói, illetve a hozzájuk kapcsolódó kihívások és lehetőségek kerülnek bemutatásra. A digitális transzformációs folyamat rövid ismertetését, az átalakult gazdaság tulajdonságainak bemutatását, a digitalizáció értékteremtő képességét.

- A *7. fejezet* a korábban ismertetett módszertanok gyakorlati alkalmazhatóságára koncentrál, itt mind esettanulmányokon keresztül, mind pedig egy átfogó piaci elemzésen át mélyebben megismerhetővé válik az átalakult digitális gazdaságban létrejött platformvállalatok csoportja. Ehhez kapcsolódóan egy saját gyűjtésű céges adatbázison végzem el az elemzéseket és a vizsgálatokat.
- A *8. fejezet* az értekezés összegzését és a konklúziót tartalmazza, ahol a kapott eredményekből leszűrhető következtetéseken túl a jövőbeni kutatási irányok is kijelölésre kerülnek. Az eredmények összegzésével zárul a dolgozat, mely a kutatási kérdésekre és hipotézisekre adott válaszként szolgál.

Kutatási kérdések és hipotézisek

A kutatás során a következő *kutatási kérdésekre* fókuszáltam:

- 1. kérdés: Hogyan alakultak át az üzleti modellek az elmúlt évtizedekben?
- 2. kérdés: Hogyan változtak az értékmozgatók idő múlásával, ezek kapcsolatban vannak-e az üzleti modell innovációkkal?
- 3. kérdés: Milyen összefüggés van az üzleti modellek és a vállalatértékelés között?
- 4. kérdés: Miben térnek el a digitális üzleti modellek a hagyományos üzleti modellektől?
- 5. kérdés: Mely stratégiai tényezők határozzák meg a platformokban rejlő potenciált a felhasználói aktivitás növelésére vonatkozóan?
- 6. kérdés: A felhasználókon keresztül milyen módon képes bevételt generálni egy platformvállalat?
- 7. kérdés: Mi teszi nehézzé a platformok értékelhetőségét a hagyományos cégekhez képest?
- 8. kérdés: Hogyan lehet a belső értékelést kiterjeszteni a felhasználó értékére?
- 9. kérdés: Hogyan teljesítenek a tőzsdén jegyzett platformok különböző típusai a pénzügyi teljesítmény tükrében egymáshoz viszonyítva?
- 10. kérdés: A felhasználó alapú értékelés során általánosságban mely értékkomponens szerepel nagyobb súllyal a platformértékben?
- 11. kérdés: Milyen kihívásokkal szembesülnek az elemzők és a befektetők a hagyományos értékelési módszerekről a felhasználó alapú értékelési módszerekre való áttérés során?

Valamint a kutatáshoz kapcsolódóan a következő *hipotéziseket* állítottam fel:

H_1: Az üzleti modellek fejlődése befolyásolta a vállalatok értékelési módszereit.

H_2: Az üzleti modellek változása összefüggésben van a vállalatok piaci értékének és piaci pozíciójának alakulásával.

H_3: Az értékmozgatók szerepe az üzleti modellek fejlődésével párhuzamosan változott.

H_4: Azon országok állnak hatékony platformgazdasági lábakon a teljes világpiacot tekintve, melyek kapcsán a legtöbb és legnagyobb piaci kapitalizációval rendelkező platformvállalat azonosítható.

H_5: A platformvállalatok kapcsán az érettség és a nyereségesség között pozitív, szignifikáns kapcsolat mutatható ki.

H_6: A platformvállalatok kapcsán az érettség és a piaci kapitalizáció értéke között pozitív, szignifikáns kapcsolat mutatható ki.

H_7: A platformvállalatok kapcsán a nyereségesség és a piaci kapitalizáció között pozitív, szignifikáns kapcsolat mutatható ki.

H_8: A különféle platformvállalatokhoz kapcsolódó felhasználói értékkomponensek között különbség fedezhető fel.

H_9: A tranzakciós platformok végső értékére az egy felhasználóra jutó bevétel (ARPU) van a legnagyobb hatással az üzleti modell bevételszerzési lehetőségeit figyelembe véve.

H_{10}: A közösségi platformok végső értékére az egy felhasználóra jutó tartalomköltségek vannak a legnagyobb hatással, mivel az üzleti modell bevételszerzési lehetőségeit figyelembe véve ezen költségelem támogatja mind az új felhasználók megszerzését, mind pedig a felhasználók megtartását.

H_{11}: A tartalom-megosztó platformok esetében a mögöttes üzleti modellt vizsgálva ezen platformok freemium üzleti modellekkel, vagy előfizetéses modellel működnek, emiatt a platformértékükre a legnagyobb hatást az előfizetési díj változása gyakorolja.

H_{12}: A digitális üzleti modellekhez külön értékelési keretrendszerekre van szükség, amelyek figyelembe veszik az ilyen modellekben rejlő skálázhatóságot és hálózati hatásokat.

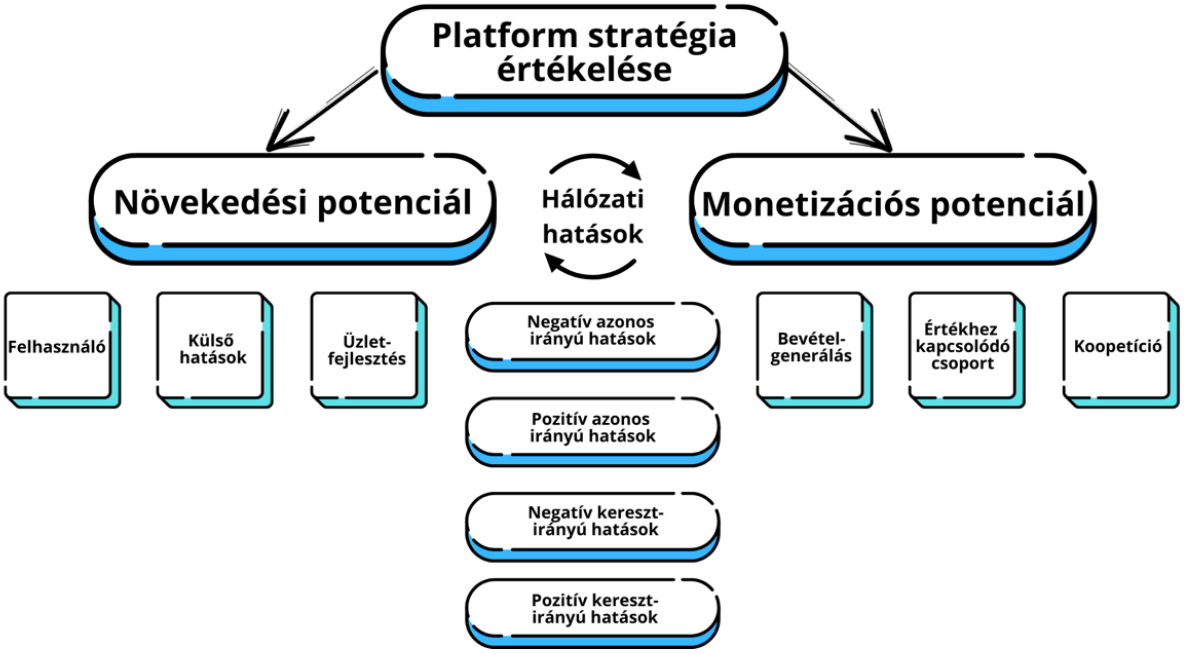
Ezek a kutatási kérdések és hipotézisek kulcsszerepet játszanak a disszertációban, mivel mind a platformvállalatok értékelésének sajátosságaira, mind az üzleti modell innovációk hatásaira összpontosítanak. A kutatás során ezek a hipotézisek részletes vizsgálat alá kerülnek, és az empirikus eredmények segítségével igazolásra vagy cáfolatra kerülnek.

Kutatás módszertana

A kutatás módszertana az induktív megközelítésen alapul, melynek során a kutatási folyamat a konkrét megfigyelésekkel kezdődik, majd ezek elemzése után elméleti következtetések levonásával és ezek gyakorlati alkalmazhatóságának bemutatásával zárul. A kutatás fő célja egy átfogó keretrendszer kialakítása a platformvállalatok értékének meghatározásához, mely egy stratégiai értékelési keretrendszert és egy felhasználó-alapó vállalatértékelési modellt is tartalmaz, amely a dolgozat második felében különféle típusú platformvállalatok kapcsán esettanulmányok formájában kerül ismertetésre. Az esettanulmányok esetében a platformpiacok és az értékelések területén gyűjtött empirikus adatok és szakirodalmi megállapítások képezik az alapot a további elemzésekhez. Az alkalmazott keretrendszer a következő két elemből áll:

Miután megvizsgáltam a digitális platformok mögöttes üzleti mechanizmusait, és azt, hogy a platformstratégia miben különbözik a hagyományos stratégiától, létrehoztam ezek ismeretében egy keretrendszert arra vonatkozóan, hogyan lehet értékelni egy platform stratégiai potenciálját. Ez az értékelés megalapozza a későbbiekben bemutatott esettanulmányok értékeléseit. A felhasználók növekedése és a bevételszerzés közötti kompromisszum megvilágítása érdekében a növekedési potenciált és a bevételgenerálási potenciált külön fogom elemezni. Ezen a pontos szintén egy fontos kijelentéssel szeretnék élni: a keretrendszer olyan platformok értékelésére került kifejlesztésre, amelyek már jelentős számú felhasználóval rendelkeznek, és nem korai fázisban vannak. A keretrendszert az 1. ábra mutatja be részletesen, a szakirodalomból származó eredményeken alapul, és a teljes keretet a felhasználó alapú értékelés fogja lezárni, mely módszerről jelen keretrendszert követően írok részletesen.

1. ÁBRA: PLATFORM STRATÉGIA ÉRTÉKELÉSI KERETRENDSZERE



Forrás: saját szerkesztés, 2024

A platformok stratégiai értékelését két fő lépésre bontottam, melyet már korábban is említettem, ezek a növekedési és monetizációs potenciál vizsgálata. Az 1. ábra közepére helyeztem el a hálózati hatásokat, mint a két potenciál értékeléséhez legnagyobb súllyal kapcsolódó erőt, és ez a piaci potenciál kulcsa is. A hálózati hatások alatt négy különféle hálózati hatást láthatunk, ezeket szintén a korábbiakban részletesen bemutattam már, most erre külön nem térnék ki. A platformok közül sokan kihasználják a méretgazdaságossági előnyöket a hálózati hatások generálásával, amelyet az információs technológia és az adatelemzés fejlődése tesz lehetővé. A növekedési potenciál értékeléséhez alapvető fontosságúnak tartom a már említett hálózati hatások értékelésén túl, a hagyományos stratégiából származó elemek vizsgálatát is, mely a felhasználók mindkét oldalát magában foglalja (vevők és beszállítók), ezenfelül vizsgálja az üzletfejlesztési lehetőségeket (például kiegészítő platformok integrációja, földrajzi és piaci lefedettség, valamint az adatok gyűjtése és feldolgozása), és nem utolsó sorban a külső tényezők ismerete is elengedhetetlen egy platform kapcsán a növekedési lehetőségek feltérképezésére, mely főként a jogi környezetre, a fogyasztói trendekre és a változó piaci környezetre fókuszál.

A másik lába a platformstratégia elemzésének a bevételgenerálási lehetőségek feltárása, melyre szintén nagy hatást gyakorolnak a különféle hálózati hatások, mely esetenként súrlódásokhoz vezethet. A monetizációs potenciál értékelése magában foglalja az ilyen súrlódásokból eredő

növekedési és jövedelmezőségi következmények elemzését, valamint azt, hogy hogyan lehet ezeket enyhíteni. És kitér arra is, hogy a felhasználók megtartása kapcsán mely pontokon tapasztalható gyengeség vagy erősség a platform által folytatott tevékenységet megfigyelve. Ebben az elemzésben külön hangsúlyt kell fordítani a bevételszerzés módjára, mely kapcsán a különféle kategóriákat (pl: tranzakciós díj) szintén ismertettem, és ezek mellett azt is meg kell vizsgálni, hogy az értéket mely felhasználói csoportoknak teremti és milyen értékmegosztással zajlik ez, valamint a koopetícióból származó esetleges extra bevételek és költségek feltérképezése is kulcsfontosságú.

A keretrendszer kapcsán szeretném kihangsúlyozni, hogy a stratégiai elemzés két lába nem önállóan kezelendő, hiszen köztük is kölcsönhatások figyelhetők meg, így egyes részeik kihatnak egymásra, ezt majd a konkrét esettanulmányoknál jobban lehet érzékelni. Ezt követően a stratégia vizsgálatáról az értékelésre helyezem a hangsúlyt, és a fenti keretrendszert a legnagyobb értékgeneráló bázis értékelésével fogom kiegészíteni majd.

Az értékezésben alkalmazott vállalatértékelési keretrendszer különböző szakirodalmi megállapítások, modellek és keretrendszerek konszolidációjaként került összeállításra, különösen Gupta és szerzőtársai (2006), valamint Damodaran (2018) alapján – ez utóbbi a munkám fő inspirációs forrása. A modell a belső értékelési megközelítéseket kiterjeszti az felhasználók értékére, és három fő összetevőre oszlik: a meglévő felhasználók értéke, az új felhasználók értéke, és az úgynevezett vállalati egyéb költségek (ezek olyan költségek, melyek nem a felhasználókhoz köthetők). A modellt a következőképpen fejezzük ki, melyet az 1. egyenlettel írhatunk fel általánosítva (ahol V = érték):

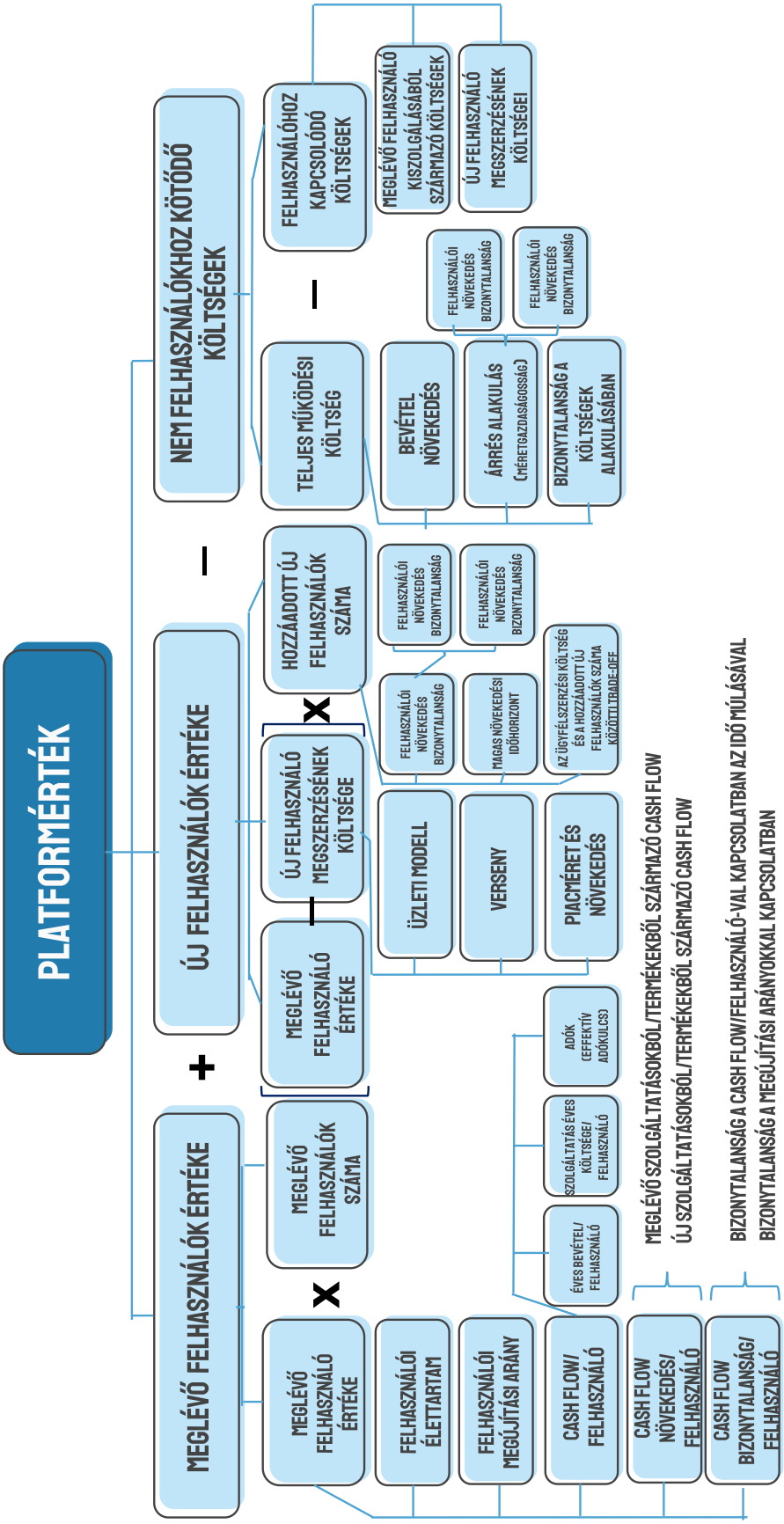
$$V_{Platform} = V_{Meglévő\ felhasználók} + V_{Új\ felhasználók} - V_{\text{Egyéb,nem felhasználókhoz köthető költségek}} \quad (1)$$

A felhasználó alapó érékelési keretrendszer használatakor először egy meglévő felhasználó értékét becsüljük meg, és alkalmazzuk az összes meglévő felhasználó értékére. Másodszor, egy új felhasználó értékét az ügyfélszerzési költségek (azaz egy új felhasználó megszerzésének költsége) nettósításával becsülik meg. Az összes új felhasználó értékének kiszámításához meg kell becsülni a következő években hozzáadott új felhasználók mennyiségét. A meglévő és új felhasználók értékének összegzése megadja az összes felhasználó értékét. Harmadszor (és végül) az úgynevezett vállalati egyéb költségek értékét – amely a felhasználók kiszolgálásához

vagy megszerzéséhez nem kapcsolódó kiadások kifejezésére szolgál – levonjuk az összes felhasználó értékéből, hogy megkapjuk a platform vállalati értékét (Damodaran, 2018).

A keretrendszer különbséget tesz az új és a meglévő felhasználók között, hogy lehetővé tegye a beszerzési költségek elemzését. Ezáltal az elemzők kritikusan fel tudják mérni, hogy egy platform ügyfélszerzésbe (a platformok kulcsfontosságú költségeleme) való befektetések megtérülnek-e – nem csak abból a szempontból, hogy több felhasználót adnak a platformhoz, hanem az e befektetésekből származó érték, azaz a befektetés megtérülése szempontjából is. Az alábbi 2. ábra részletesebben szemlélteti a modellt és annak alkomponenseit.

2. ÁBRA: A PLATFORMÉRTÉK KISZÁMÍTÁSÁNAK KERETRENDSZERE



Forrás: saját szerkesztés Damodaran (2018) *alapján, 2024*

Emellett a kutatás során felhasznált módszerek között szerepel a bibliometriai elemzés, amely kulcsszavak együttes előfordulásán alapuló hálózati vizualizációkat készít, valamint klaszterelemzést végez a kutatási trendek azonosítására. A platformpiac elemzésére vonatkozóan ezeken felül az úgynevezett DEA (burkológörbe elemzés) kerül alkalmazásra, mely országspecifikus tényezőkön keresztül vizsgálja a különféle országok platformgazdaságban elfoglalt helyét hatékonyság szerint rangsorolva. Mindezen módszertanok szükségesek voltak ahhoz, hogy a kutatás célkitűzései megvalósulhassanak, és a vizsgálat tárgyát képező tématerület teljeskörű megértését és magyarázatát biztosítsa.

Az értekezés tudományos eredményei

A szakirodalmi kutatás és az esetelemzés eredményei alapján a növekedési potenciál értékeléséhez kulcsfontosságúnak találtam, hogy a hálózati hatások négy kategóriájának elemzésével értékeljem az adott platform felhasználói számának növelésére való képességét, mely hatások a pozitív és negatív azonos oldali hatások, valamint a pozitív és negatív keresztirányú hatások voltak. A hagyományos stratégiából származó összetevők alkalmazásához kapcsolódóan kiemelésre került a keretrendszer összeállításakor, más, külső tényezők vizsgálata is, melyek a következők voltak a növekedési potenciál vizsgálatakor: a felhasználók (tulajdonságai és tevékenységeik), az üzletfejlesztési lehetőségek (különösen kiegészítő platformok integrációja, kiegészítő termékek/szolgáltatások fejlesztése, valamint a földrajzi lefedettség és telítettség kiterjesztése), és a külső tényezők (a jogi környezet, a fogyasztói trendek és a más platformok, valamint a nem platformok által generált verseny). A monetizációs potenciál értékelésénél pedig a következő elemek kerültek beemelésre az elemzésbe: az adott platform bevételi modelljének erősségei és gyengeségei (a felhasználók megszerzése, megtartása és pénzzé tétele szempontjából), a felhasználói tevékenység monetizálásából eredő hálózati hatásokkal járó súrlódások vizsgálata (mind kereszt-, mind azonos oldali hatások), a koopetíció lehetőségei és korlátai.

Egyes növekedési stratégiák több értéket teremtenek, mint mások akár értéket is rombolhatnak. Általában egy felhasználó-alapú vállalat vagy úgy tud növekedni, hogy meglévő felhasználóit ráveszi, hogy többet használják a platformját (intenzitásnövekedés), vagy úgy, hogy új felhasználókat vonz be. A fiatal vállalatok gyakran dilemmába kerülnek, és felmerül a kérdés, hogy új felhasználók megszerzésére fordítsanak-e erőforrásokat, vagy próbáljanak meg a lehető legtöbbet a meglévő felhasználók csoportjára szánni. Ez platformonként eltérő lehet, a három

vizsgált platform kapcsán talán ebben a kérdésben a Snap esik a kivétel kategóriába, mivel nála prioritást kell élveznie annak a célnak, miszerint a meglévő felhasználóknak a szolgáltatás használatára való rávétele a legfontosabb stratégia a cég növekedése és fejlődése céljából, nem pedig az új felhasználók keresése. Korábban a szakirodalom alapján feltárásra került, hogy a platformvállalatok alapvetően három üzleti modellt alkalmaznak: a hirdetési, a tranzakciós és az előfizetéses modellt. Mindhárom modell a legfontosabb értéknövelő tényezők tekintetében különbözik, ezeket is szemléltettem az esettanulmányok kapcsán, kifejezetten ez is cél volt a cégek kiválasztásakor, hogy különféle bevételi modellekkel rendelkezzenek. Ha az értékelési eredményeket tekintjük, akkor befektetőként vagy elemzőként, aki ezekbe a vállalatokba kíván befektetni, három választási lehetősége van e téren. Az egyik, hogy marad a hagyományos aggregált megközelítésnél, és megpróbálja megragadni a felhasználók és előfizetők által nyújtott előnyöket a bevételnövekedésben és az árrésben, valamint a felhasználók megszerzésének költségeit az újrabefektetésben. A másik lehetőség, hogy egy becslés készül egy felhasználó vagy előfizető értékére, először a belső értékelés alapelveit alkalmazva, majd összesítve azokat, megismerhetővé válik a felhasználókból származtatott vállalatérték. Véleményem szerint mindkettőnek vannak előnyei, és mivel nincs ok arra, hogy az egyik megközelítés használata miért zárja ki a másik használatát, érdemes lehet mindkettőt alkalmazni, mely valójában a harmadik lehetőség, ahol a hagyományos értékelési módszertanokra alapozva, de ezeket az előrejelzéseket egyértelműbben összekapcsolva az iparágat legjobban reprezentáló felhasználói számokkal, beleértve a felhasználók megszerzésének költségeit és a felhasználói csoportok várható értéket. Az előző fejezetben rávilágítottam arra, hogy a befektetők számára milyen előnyökkel járhat a felhasználókra lebontott értékelés. Fontos azonban megjegyezni, hogy a felhasználó alapú értékelés sokkal több inputot igényel, mint a hagyományos aggregált értékelési módszer. Emiatt a felhasználó-alapú vállalat kulcsfontosságú teljesítménymutatóira vonatkozó információk hiánya arra kényszerítheti a befektetőket, hogy sok feltételezést tegyenek, és nem biztos, hogy ezek közül a feltételezések közül mindegyik pontos, emiatt kiegészítő információkat kíván meg maga a módszertan. Ez egy elég nagy korlátja magának az alkalmazott keretrendszenek, mely megoldásra szorul mindenképp a jövő tekintetében. Arra is oda kell figyelni, hogy a technológiai vállalatokhoz hasonlóan a felhasználó-alapú vállalatok pénzügyi kimutatásai, például a nettó jövedelem, alulértékeltek. Amint azt korábban már említettük, a felhasználó-alapú vállalatoknál a probléma sokkal összetettebb, mivel a K+F ráfordításokkal ellentétben, amelyek külön szerepelnek az eredménykimutatásban, az új vagy meglévő felhasználókkal kapcsolatos költségek gyakran felhígulnak a különböző működési költségek között. Alapvetően

a kutatásom és ennek eredményei (valamint a teljes disszertáció) gyakorlatorientált fókusszal készültek el, mely kapcsán a kevésbé kutatott piaci szegmens közelebb kerülhet a gyakorlati szakemberekhez, valamint egy olyan eszközt és keretet ad a kezükbe, mellyel az értékteremtés mélyebb és többoldalú megértését tudom biztosítani számukra. Valamint ezáltal a keretrendszer kapcsán azonosított hiányosságok, illetve gyengeségek is feltárásra kerülnek és könnyebben fogalmazhatók meg a különféle változókhoz kapcsolódóan fejlesztési javaslatok.

Ahogy már többször említettem, az általam bemutatott felhasználó alapú értékelésnek és a hozzá kapcsolódó kutatásnak vannak korlátai. Az egyik legnagyobb, az adatközlés hiánya és hiányosságai, melyet alapvető számviteli standardok változtatásával lehetne csak kiküszöbölni elsődlegesen, de ez biztosan nem fog megvalósulni a közeljövőben, főként nem nemzetközi szinten. Emiatt a modell javítása érdekében egy még mélyebb piackutatást igényelne az elérhető adatok és adatforrások tekintetében, valamint a feltételezések megfogalmazásához is egy pontosított keretrendszer szükséges, mely segítségével hasonló módon tudnak eljárni az elemzők a vizsgált vállalatok kapcsán. A felhasználói adatok hiányos közlése a legfőbb hátráltató tényező, melyek becslésével és előrejelzésével több publikáció is foglalkozott, viszont esetemben nem voltak alkalmazhatók, mivel jóval részletesebb adatstruktúrákra lett volna szükségem ahhoz, hogy a különféle túlélési függvényekkel feltárható és előrejelezhető legyen az adott platformhoz kapcsolódó felhasználói csoport számossága, emiatt választottam alternatív megoldásokat az előrejelzések elkészítésére, melyek biztosan nem a legjobb megoldások, de a modell ismertetésére elégségesek voltak esetemben. A kutatásom végső célja, a fent említett korrekciókkal, valamint a továbbiakban ismertetésre kerülő kiegészítésekkel együtt, egy olyan komplex keretrendszer elkészítése, mely akár egy szoftveres támogatással, platformspecifikus értékelési megoldást nyújthat a szakértők és az elemzők számára.

Összességében elmondható, hogy a szakirodalom komplex feltárása azt az eredményt hozta, mely kapcsán kijelenthető, hogy az **üzleti modell innovációs ciklusok megváltoztatták az értékteremtés és értékmozgatók folyamatát, ami új, kiegészítő vállalatértékelési módszertanokat vont maga után**. A bibliometriai elemzés pedig mindhárom nagy témakör kapcsán megerősített a választott tématerület kutatási relevanciájában és az ehhez kapcsolódó hiányosságokban is, mivel maga a digitalizáció okozta platformgazdaság egy olyan terület, melyben még több oldalról megközelíthető kutatási potenciál rejlik. Az egyik legismertebb tőzsdeindex vezető vállalati részvényeit megvizsgálva az is megállapíthatóvá vált, hogy az **innovációs ciklusok** hatására keletkező újtípusú üzleti modellek megjelenése időről időre felborítják a legnagyobb vállalatok rangsorát, és **átalakítják a piaci pozíciókat**. Emiatt

érdekesnek találtam megvizsgálni **a hagyományos és a platform üzleti modellek közti** legnagyobb **különbségek**et, mely kapcsán **az értékteremtési folyamat** módja és tulajdonságai**, és** ezen belül is **a hálózati hatások** kiemelendők. A platformpiac mélyebb szintű megismerése elengedhetetlen volt a platformstratégiák azonosítására, valamint a platform üzleti modellek megismerése kapcsán. Országokra, valamint **platformkategóriák**ra (az általam meghatározott, **funkcionalitás alapján csoportosított** négy kategóriái) lebontott vizsgálatot is folytattam, mely a piacvezető országokat, a mögöttes infrastruktúrák meglétét és társadalmi, valamint kormányzati szinten az elfogadottságot és támogatást mutatja be, ezáltal **azonosítva hatékony és kevésbé hatékony országokat a platformpiacon**. A **pénzügyi teljesítmény alapján** is vizsgálat alá vontan a különféle platformcsoportokat, mely egyértelműen rávilágított arra, hogy főként **a bevételszerzés módja miatt különbségek fedezhetők fel a platformcsoportok között**. Mely állítást az **esettanulmányok** is megerősítették, és **feltárták** egy-egy platformeset kapcsán **az értékteremtés módját és eszközeit, a fejlesztendő területeket, és a platformértékek legfőbb és legmeghatározóbb mozgatórugóit platformtípusokra általánosítva** – mely nem teljesértékű, szélesebbkörű mintán való tesztelést igényel -, és egy **kiegészítő és támogató módszertanként javasolt ennek a beépítése a DCF módszertan értékelési keretei mellé**.

A disszertációmban a platformpiac és a benne működő vállalatok általános és széleskörű ismertetését vállaltam, mely cél elérésére egy szakirodalommal megtámogatott stratégiai értékelési keretrendszer, valamint egy platformérték számítására alkalmas vállalatértékelési módszertan került bemutatásra. A stratégiai keretrendszer segít azonosítani a platform üzleti modell típusát, valamint egyedi összetevőit, mely az értékelés kapcsán kulcsfontosságú támogatást nyújt az elemzőnek, szintén segít azonosítani az üzleti modellben rejlő hiányosságokat (és természetesen a lehetőségeket is) mély vállalati és piaci ismeretekre alapozva. Rávilágít arra – melyet az esettanulmányok kapcsán is láthattunk -, hogy az egyes platformtípusok, vagy akár az egyedi jegyekkel rendelkező platformvállalatok értéke hol keletkezik, mely felhasználói csoportokban rejlik, és azokon belül is mely változók mozgatják a legnagyobb mértékben. Ezáltal egy teljes képet kaphatunk arról, hogy pontosan mely folyamatok a kiemelten fontosan az értékteremtés szemszögéből (mind a növekedési és a bevételszerzési potenciál vizsgálatával együtt), és melyekre kell nagyobb hangsúlyt fektetni a jövőben a platformcégek fenntartható fejlődésének érdekében. Meglátásom szerint, a jövőbeli kutatási irányokkal és az ebből származó eredményekkel kiegészítve az általam összeállított és ismertetett keretrendszert, egy olyan komplex értékelési keretté lehet formálni, mely már jelen

formájában is áthidalja az elmélet és a gyakorlat közti hidat, és egy támogató módszertanként azonosítható a hagyományos DCF modell mellett, de a kiegészítések tesztelése és a modell finomítása után egy teljesértékű értékelési és fejlesztési eljárássá formálható, mely mind a tulajdonosi, mind pedig a befektetői és elemzői oldal döntéstámogató eszköztárába jól beilleszthetővé válhat.

Hasznosíthatóság lehetőségei

A kutatás eredményei széleskörűen hasznosíthatók mind az elméleti kutatások, mind pedig a gyakorlati alkalmazások terén:

1. **Stratégiai döntéshozatal és üzleti modell fejlesztés**:
    - Az értekezésben bemutatott eredmények segíthetnek a vállalati döntéshozóknak az üzleti modelljeik fejlesztésében és innovációjában. A kutatás alapján kidolgozott keretrendszer alkalmazható a vállalatok üzleti modelljeinek értékelésére és optimalizálására, különösen a platformvállalatok esetében. A platformvállalatok esetében az eredmények alapján javasolt üzleti modell specifikus értékelési módszerek javíthatják a vállalati stratégiák kidolgozását, segítve a hosszú távú növekedést és versenyképességet.
2. **Elméleti hozzájárulás és kutatási irányok**:
    - A kutatás eredményei hozzájárulnak az üzleti modellek és innovációk elméleti kereteinek bővítéséhez, új perspektívákat nyitva a tudományos közösség számára. A bibliometriai elemzések eredményei révén a kutatók újabb kutatási irányokat azonosíthatnak, és jobban megérthetik a tudományos diskurzusok fejlődési irányait. Az értekezés hozzájárulhat ahhoz is, hogy a kutatók jobban megértsék a különböző iparágakban és régiókban zajló üzleti modell innovációk különbségeit, és ezek alapján finomítsák az általánosan elfogadott elméleteket.
3. **Gyakorlati alkalmazások**:
    - Az eredmények alkalmazhatók a digitális átállás és a fenntarthatóság területén is. Az innovatív üzleti modellek bevezetése különösen fontos a digitális gazdaságban, ahol a gyorsan változó technológiai környezet új kihívásokat és lehetőségeket teremt, melyhez folyamatosan alkalmazkodni kell. Ezeken felül a

gyakorlati szakemberek számára egy olyan komplex értékelési keretrendszert prezentál, mely a vállalati érték sokrétű megértését biztosítja, az üzleti modell specifikus változók figyelembevételével egyedi elemzések eredményét megmutatva. Illetve a különféle platformtípusok jellemzőit az elemzésekbe beépítve, a legnagyobb értékmozgató kategória mélyebb elemzésével és megértésével mélyebb betekintés kapható az értékteremtési folyamatba, valamint a specifikus tulajdonságokhoz kapcsolódóan az értéknövekmények is elemzés alá vonhatók.

Jövőbeli kutatási irányok

A kutatás során több új irány is felmerült, melyek az értekezés kereteibe nem fértek bele. Elsőként érdemes elgondolkodni mind a stratégiai értékelési keretrendszer, mind pedig a hozzá kapcsolódó felhasználó alapú értékelési módszer kibővítésén. A szakirodalomfeltárás kapcsán több olyan lehetőséget is láttam, melyekkel kibővíthetővé válik a mindkét keretrendszer, viszont ezek beépítése nem valósulhatott meg a dolgozat keretei miatt. Ha a stratégiai értékelési keretrendszerre nézünk, akkor elsődlegesen a nem tőzsdén jegyzett, fiatal platformokra is kiterjeszthető már ebben a formájában is, viszont esetükben az úgynevezett „platform readiness" vizsgálata is izgalmas lába lehet a keretrendszernek, mivel ezáltal az is megvizsgálható, hogy mennyire érettek a piacra lépésre, és ezen érettségi fázis meghatározásával olyan fejlesztési és növekedési utak jelölhetők ki, melyek a kudarc elleni harcban támogatják őket. Akár a nagyobb vállalatok kapcsán egy-egy új piacra való betörés lehetőségével párhuzamosan is érdemes ezt e kérdéskört jobban körüljárni. Mindezeken túl érdekes kiegészítő elem lehetne egy felvásárlásokkal kapcsolatos vizsgálat is, hogy mikor és milyen típusú vállalatokat érdemes felvásárolniuk a platformoknak mind a növekedési, mind pedig a bevételszerzési potenciál erősítése szempontjából, melyet szintén túlélési függvényekkel lehetne modellezni, az ehhez kapcsolódó kiegészítő adatbázis már összeállításra került, viszont a disszertáció keretei nem tették ebben a körben lehetővé ennek részletes elemzését és ismertetését.

A felhasználó alapú értékelési keretrendszer kapcsán pedig a feltételrendszer pontosabb keretekbe történő helyezése mellett egy reálopciós kiegészítésen is érdemes elgondolkodni, melyet már (Damodaran, 2018) is feszegetett. Főként azon platformok kapcsán nyújthatna extra információt, akik már egy fix, nagy számosságú, hűséges ügyfélkörrel rendelkeznek és eddig

még nem indítottak díjköteles szolgáltatásokat. Kulcsfontosságú kérdés ezen vállaltok szempontjából, hogy érdemes-e prémium előfizetéseket indítani, ha igen, mikorra érdemes időzíteni azokat. Ez az értékelési keretrendszerben a meglévő felhasználói értékkomponens kiegészítésére szolgálhat, mely egy újabb iránymutatást nyújthatna mind a tulajdonosi, mind pedig a befektetői és elemzői körnek. Ezen a ponton lenne érdemes bevezetni a Schwartz és Moon (2001) által lefektetett modellt, mely javítana a meglévő modellen főként a többrétegű és nagy bizonytalanság megfelelő kezelésével, mely a jelenlegi modell korlátai közé sorolandó. Emellett összetettebb és több kimenetellel rendelkező döntési szituációk is modellezhetővé válnának. Ennek részletes ismertetése és a modellbe való beépítése szintén az értekezés keretei miatt nem került bemutatásra.

Az üzleti modellek és azok innovációi témakörének kutatása folyamatosan fejlődő terület, amely számos új és izgalmas kutatási irányt kínál. A dolgozatban elvégzett bibliometriai elemzés és a klaszterelemzések alapján az alábbi főbb jövőbeli kutatási irányok azonosíthatók:

1. **Fenntartható üzleti modell innovációk**: A fenntarthatóság egyre nagyobb szerepet játszik az üzleti modellek kialakításában. A jövőbeli kutatások a fenntarthatóság és az üzleti modell innováció közötti kapcsolat mélyebb feltárására koncentrálhatnak, különös tekintettel a körkörös gazdaság elveinek integrálására.

2. **Új digitális technológiák és adatvezérelt gondolkodás**: A digitalizáció és az adatvezérelt üzleti döntéshozatal egyre nagyobb teret nyer. A jövőben a kutatások ezen új technológiák hatását vizsgálhatják az üzleti modellekre, különösen az AI, IoT és Big Data alkalmazásai révén. Valamint, „az adat, mint új eszköz” értékelési kérdés is izgalmas kutatási kérdéseket rejt.

3. **Ipar 4.0 és gyártás**: Az Ipar 4.0 és a kapcsolódó technológiák (például a robotika, automatizálás, és a digitális gyártás) szintén ígéretes terület a kutatások számára. Az ilyen technológiák bevezetésének hatásai az üzleti modellek átalakulására és az értékláncok újraszervezésére kiemelt figyelmet igényelnek.

4. **Értékmozgatók Elméletfejlesztése**: Az üzleti modellekben rejlő értékmozgatók (value drivers) elméleti alapjainak és gyakorlati alkalmazásainak fejlesztése szintén fontos kutatási irány. Ezen a területen a jövőbeli kutatások célja lehet az értékteremtés mechanizmusainak részletes feltárása és optimalizálása különböző iparágakban.

Ezek az irányok nemcsak elméleti szempontból relevánsak, hanem gyakorlati alkalmazásaik is jelentősek lehetnek a vállalatok számára, amelyek innovációval, digitalizációval és fenntarthatósággal kapcsolatos kihívásokkal néznek szembe

Felhasznált források

A kutatás során felhasznált források széles spektrumot ölelnek fel, beleértve a releváns szakirodalmat, piaci és vállalati információkat, valamint empirikus adatokat is. A disszertációban alkalmazott módszertanokhoz és elemzési technikákhoz a legfrissebb tudományos publikációk és adatbázisok, például a Scopus és Google Scholar szolgáltatták az alapot. Emellett a kutatás célzott esettanulmányokra épít, amelyek konkrét piaci szereplőket és platformokat vizsgálnak, ehhez különféle piaci és vállalati adatbázisokból kerültek legyűjtésre az adatok. Jelen tézisfüzet elkészítésekor felhasznált irodalom pedig a következő elemekből áll.

Damodaran, A. (2018). Going to Pieces: Valuing Users, Subscribers and Customers. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.3175652

Gupta, S., Hanssens, D., Hardie, B., Kahn, W., Kumar, V., Lin, N., Ravishanker, N., & Sriram, S. (2006). Modeling Customer Lifetime Value. Journal of Service Research, 9(2), 139–155. https://doi.org/10.1177/1094670506293810

Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You. W. W. Norton & Company. ISBN 9780393249125

Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Harvard Business Press. ISBN 9780875848631

Tirole, J. (2017). Economics for the Common Good. Princeton University Press. ISBN 978-0691175164

Zhu, F., & Iansiti, M. (2019). Why Some Platforms Thrive and Others Don't. Harvard Business Review, 97(1), 118-125. https://hbr.org/2019/01/why-some-platforms-thrive-and-others-dont

Publikációk jegyzéke

Lendvai, T. – Balogh, V. – Tésits, R. – Alpek, B. L. (2025). A külföldi működőtőke-áramlás trendjei és lenyomatai Közép- és Nyugat-Dunántúlon. Modern Geográfia 2025/1.

Balogh, V. (2024). Az üzleti modell innovációk evolúciója: A platformvállalatok új stratégiai értékelési keretrendszere. X. Taylor Gazdálkodás És Szervezéstudományi Konferencia, Szeged 2024.

Lendvai, T. - Balogh, V. - Tésits, R. - Alpek, B. L. (2024). A pénzügyi mutatók és a gazdasági teljesítmény értékelése az autóipari vállalatok körében Közép- és Nyugat-Dunántúlon. TERÜLETI STATISZTIKA 64: 6 pp.

Balogh, V. (2024). Measuring and developing entrepreneurial competences through a practice-oriented course. VSLLN4YOU - Final Conference, 2024.

Balogh, V. (2023). Hackathon, as a teaching methodology - focus on sustainability. Visegrad Sustainable Living Labs - Network 4 Youth of Universities (VSLLN4YOU), Rzeszow, 2023.

Balogh, V. (2023). Az egyetemek, mint a tudás-megosztás platformjai. XXI. Szentágothai János Multidiszciplináris Konferencia, Pécs 2023.

Balogh, V. (2022). Fintech vállalatok értékelése: A vállalatérték és a piaci érték közelítése. In: Molnár, Dániel; Molnár, Dóra; Nagy, Adrián Szilárd (szerk.) Tavaszi Szél 2022 / Spring Wind 2022 Tanulmánykötet II. Budapest, Magyarország: Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ) (2022) 584 p. pp. 158-179., 22 p.

Balogh, V. (2022). A felhasználó, mint értékmozgató - A platform üzleti modellek értékelése. In: Koncz, István; Szova, Ilona (szerk.) TIZENKILENC ÉVE AZ EURÓPAI MAGYARORSZÁG TUDOMÁNYOS MEGÚJULÁSA ÉS A FIATAL KUTATÓK SZOLGÁLATÁBAN: A PEME XXIII. PhD – Konferenciájának előadásai (Budapest, 2022. április 28.). Budapest, Magyarország : Professzorok az Európai Magyarországért Egyesület (2022) 163 p. pp. 2-14., 13 p.

Balogh, V. (2022). Fintech vállalatok értékelése – a vállalatérték és a piaci érték közelítése. konferenciaelőadás, XXV. Tavaszi Szél Konferencia, Pécs.

Balogh, V. (2022). A platform üzleti modellek lehetőségei és kihívásai. konferenciaelőadás, XIV. Pécsi Pénzügyi Napok, Pécs, 2022.

Balogh, V. (2022). A felhasználó, mint értékmozgató - A platform üzleti modellek értékelése. konferenciaelőadás, XXIII. Nemzetközi Tudományos PhD-Konferencia, Budapest, 2022.

Csapi, V. - Balogh, V. (2020). A financial performance-based assessment of SMEs' competitiveness – an analysis of Hungarian and US small businesses. PROBLEMS AND PERSPECTIVES IN MANAGEMENT 18: 3 pp. 452-464., 13 p. (2020)

Balogh, V. (2019). Innovációk pénzügyi értékelése - Kihívások és megoldások. konferenciaelőadás, XVI. Szentágothai János Multidiszciplináris Konferencia, Pécs, 2019.

Balogh, V. (2019). Optimális stratégiai döntéshozatal - célkeresztben az időzítés. konferenciaelőadás, XIII. Pécsi Pénzügyi Napok, Pécs, 2019.