

Opis produktu

W warunkach nieciągłości zmian w otoczeniu, rosnącej presji konkurencji i konieczności poszukiwania efektywnych rozwiązań kreujących wartość dodaną dla interesariuszy koncepcja modelu biznesu staje się coraz bardziej atrakcyjnym podejściem do zintegrowanego zarządzania strategicznego i operacyjnego przedsiębiorstwem. Niniejsza publikacja – jako jedna z pierwszych w polskim piśmiennictwie – jest poświęcona kompleksowej analizie modeli biznesu przedsiębiorstw, a także odzwierciedleniu mechanizmów ich funkcjonowania w sprawozdaniach finansowych i raportach biznesowych. Zostały tu przedstawione zarówno popularne, jak i mniej znane metody analizy modeli biznesu: szablon modelu biznesowego (*business model canvas*) A. Osterwaldera i V. Pigneura, trójkąt modelu biznesu O. Gassmana, analiza struktury strategicznego systemu audytu i mapy wartości. Zaproponowano oraz zilustrowano na przykładach sposoby oceny trwałości modelu biznesu z trzech perspektyw: ekonomicznej, społecznej i ekologicznej, a także scharakteryzowano czynniki utrudniające zmianę konstrukcji modeli biznesu.

Ponadto, w książce można znaleźć analizy wpływu modeli biznesu na kształtowanie obrazu jednostki w rachunkowości zarządczej i finansowej oraz zakresu informacji generowanych w różnego typu raportach, również zintegrowanych. W celu wzbogacenia rozważań koncepcyjnych zamieszczono wyniki badań empirycznych dotyczące treści rocznych raportów spółek notowanych na London Stock Exchange, zintegrowanych raportów wybranych spółek z Holandii, Niemiec, Hiszpanii i Polski, a także dziesięć studiów przypadków opisujących debiuty i dalsze losy spółek na alternatywnym rynku papierów wartościowych NewConnect prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie, ze szczególnym uwzględnieniem sposobu prezentacji modeli biznesu w dokumentach informacyjnych.

Publikacja jest adresowana do pracowników naukowych, menedżerów przedsiębiorstw, analityków biznesu, studentów z wyższych roczników studiów i słuchaczy studiów podyplomowych z zakresu zarządzania.

Spis treści

Wstęp 7

1. Modele biznesu – istota i klasyfikacje 13

1.1. Model biznesu – pojęcie i zastosowanie 13

1.2. Klasyfikacje modeli biznesu 25

2. Analiza modeli biznesu 67

2.1. Metody analizy modeli biznesu 67

2.2. Elementy modeli biznesu i zależności między nimi 79

2.3. Trwałość modeli biznesu a trwałość przedsiębiorstwa 100

2.4. Spójność modeli biznesu 116

2.5. Atrakcyjność inwestycyjna modeli biznesu 117

3. Raportowanie modeli biznesu 123

3.1. Wprowadzenie 123

3.2. Odzworowanie modeli biznesu w rachunkowości finansowej 125

3.3. Odzworowanie modeli biznesu w rachunkowości zarządczej 138

3.4. Rekomendacje dotyczące raportowania modeli biznesu	149
3.5. Porównanie wytycznych Rady ds. Sprawozdawczości Finansowej (FRC) i Międzynarodowej Rady ds. Raportowania Zintegrowanego (IIRC)	194
4. Prezentacja modeli biznesu w dokumentach informacyjnych spółek notowanych na rynku NewConnect	199
4.1. Rynki alternatywne – geneza i specyfika funkcjonowania	199
4.2. Prezentacja modeli biznesu w raportach wybranych spółek notowanych na rynku NewConnect – opisy przypadków	206
Zakończenie	253
Bibliografia	265
Spis tabel	279
Spis rysunków	282