



RECENZJE KSIĄŻEK / BOOK REVIEWS

Recenzja monografii *Modele biznesu przedsiębiorstw. Analiza i raportowanie*

Monograph review entitled *Business models. Analysis and reporting*

MONIKA ŁADA *

Pojęcie modelu biznesu przewija się przez współczesne publikacje naukowe i popularyzatorskie dotyczące bardzo wielu obszarów nauk ekonomicznych, w tym rachunkowości. Powszechność stosowania tego określenia oraz zróżnicowana interpretacja jego znaczenia stawia przed badaczami trudne wyzwanie powiązania swoich rozważań z określonym nurtem. Udany przykładem zmierzenia się z tym wyzwaniem w dziedzinie badań nad rachunkowością jest recenzowana książka autorstwa Jana Michałaka pt. *Modele biznesu przedsiębiorstw. Analiza i raportowanie*. Autor zdecydował się na odważną próbę polegającą na znalezieniu równowagi różnych podejść do modeli biznesu. Przedstawione w opracowaniu rozważania teoretyczne, dotyczące znaczenia tej konstrukcji pojęciowej do odwzorowania działalności współczesnych przedsiębiorstw, zostały powiązane z bardzo ciekawymi badaniami empirycznymi dotyczącymi zakresu ujawnień informacji ekonomicznej.

Rozważania zawarte w książce są efektem poszukiwań przez autora odpowiedzi na cztery pytania badawcze.

1. W jaki sposób modele biznesu są przedstawiane w raportach rocznych, raportach zintegrowanych i prospektach emisyjnych (dokumentach informacyjnych)?
2. W jaki sposób modele biznesu wpływają na sposób prezentowania informacji w sprawozdaniach finansowych?
3. W jaki sposób systemy rachunkowości finansowej i zarządczej są dostosowywane, aby umożliwiły prawidłowe odwzorowanie modeli biznesu?
4. W jaki sposób można analizować modele biznesu?

* Dr hab., Monika Łada, profesor nadzwyczajny, AGH Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, Wydział Zarządzania, Katedra Ekonomii, Finansów i Zarządzania Środowiskiem, mlada@zarz.agh.edu.pl



Struktura opracowania odzwierciedla określone nurty rozważań teoretycznych dotyczących modeli biznesu. W pierwszej kolejności prezentowane jest podejście polegające na rozumieniu pojęcia *model biznesu* jako unikatowego sposobu prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorstwa. Następnie modele biznesu są opisywane jako konstrukcje teoretyczne pozwalające w uproszczony sposób dokonywać wyróżnienia najczęściej występujących typów działalności gospodarczej. W ostatniej części natomiast dyskusja o modelach biznesu jest prowadzona z perspektywy sposobu wizualizacji i komunikowania informacji o sposobie prowadzenia działalności gospodarczej. Wszystkie te złożone i powiązane koncepcyjnie podejścia zostały zaprezentowane przejrzysto i logicznie.

Na recenzowaną monografię składają się cztery rozdziały poprzedzone krótkim wstępem.

Rozdział I. *Model biznesu – istota i klasyfikacje*

Rozdział II. *Analiza modeli biznesu*

Rozdział III. *Raportowanie modeli biznesu*

Rozdział IV. *Prezentacja modeli biznesu w dokumentach informacyjnych spółek notowanych na rynku NewConnect*

Pierwszy rozdział poświęcony jest dyskusji dotyczącej zróżnicowanego postrzegania znaczenia pojęcia *model biznesu*, genezy tego określenia oraz sposobów wykorzystania w badaniach – głównie z obszaru nauk o zarządzaniu. Zostały wskazane i szczegółowo omówione związki z takimi określeniami jak strategia czy cele przedsiębiorstwa. Właściwie powiązano znaczenie tej konstrukcji pojęciowej z poszukiwaniem przez współczesne przedsiębiorstwa nowych sposobów prowadzenia działalności (w tym działalności w wymiarze wirtualnym) oraz narzędzi służących do jej opisu, analizy i ujawniania. Bardzo obszerną część rozdziału zajmuje przegląd najczęściej przytaczanych klasyfikacji i typologii modeli biznesu. Całość przedstawiona została bardzo logicznie – od charakterystyki pojęcia po jego zastosowania jako zbioru kategorii opisu pozwalających dostrzegać zróżnicowanie działalności podmiotów gospodarczych.

W drugim rozdziale przedstawiono cztery najpopularniejsze metody pozwalające na wizualizację i strategiczną analizę działalności podmiotów. Do wartych szerszego omówienia Autor zaliczył: szablon modelu biznesowego, „magiczny” trójkąt, model biznesowy klienta oraz mapy kreowania wartości. Nie wyczerpuje to z pewnością całej gamy metod, które mogą wspomagać strategiczną analizę działalności przedsiębiorstw ale stanowi znaczącą ich reprezentację. Dyskusja dotycząca powiązań w modelach biznesu stała się przyczynkiem do omówienia problematyki wykorzystania metod analitycznych do poszukiwania przez przedsiębiorstwa (np. typu *start-up*) nowej drogi rozwoju oraz poruszenia kwestii trwałości modeli biznesu. Rozdział kończy się przeglądem polskich badań dotyczących modeli oceny różnych aspektów modelu biznesu, w tym ich spójności.

Rozdział trzeci poświęcony jest raportowaniu modeli biznesu. Problematyka ta została ciekawie wpisana w trendy zmian zachodzące we współczesnej praktyce i teorii

rachunkowości. Szczególną uwagę zwrócono na istotne poszerzenie zakresu informacji z systemu rachunkowości (w tym zawartości sprawozdań finansowych) poza – tradycyjnie dostarczane – dane w ujęciu wartościowym. Przejawem tych trendów jest m.in. dokładnie opisane zjawisko wprowadzania określenia *model biznesu* do regulacji i założeń wpływających na zakres ujawnień informacji ekonomicznej przez przedsiębiorstwa. Rozważania teoretyczne dotyczące nowych form raportowania uzupełniają liczne studia przypadków ilustrujące różnorodność sposobów prezentacji (w tym graficznych) informacji o modelu biznesu stosowanych przez m.in. przykładowe spółki zagraniczne notowane na giełdzie londyńskiej oraz polską spółkę Orlen.

Najciekawszą, typowo badawczą część pracy zawiera rozdział czwarty. Omówiono w nim wyniki badań empirycznych dotyczących sposobu prezentacji modeli biznesu w dokumentach informacyjnych spółek notowanych na rynku NewConnect. Badaniami objęto 10 zróżnicowanych spółek nowych technologii. Za pomocą zaproponowanej przez autora matrycy oceny jakości informacji został zweryfikowany zakres i sposób ujawnień przez każdą ze spółek. Dodatkowo przeanalizowano dalsze losy każdego podmiotu. Na podstawie tych wielu studiów przypadków opracowano wnioski, co do zakresu i jakości ujawnień oraz trwałości samych modeli.

Przedstawione rozważanie teoretyczne opracowane na podstawie przeglądu literatury przedmiotu oraz uzyskane wyniki własnych badań empirycznych pozwoliły autorowi na udzielenie interesujących i wyczerpujących odpowiedzi na sformułowane pytania badawcze. Podsumowując, książka pt. *Modele biznesu przedsiębiorstw. Analiza i raportowanie* stanowi syntetyczne i kompleksowe podsumowanie aktualnego stanu wiedzy na temat raportowania informacji o sposobie prowadzenia działalności gospodarczej, zilustrowane licznymi przykładami z praktyki gospodarczej oraz uzupełnione interesującymi wynikami oryginalnych dociekań naukowych.

