



Warszawa, 26 kwietnia 2018
Informacja prasowa

Model biznesowy od nowa

Model biznesowy - prawdopodobnie jeden z najbardziej powszechnych terminów z korporacyjnego słownika. Jednak częstotliwość i ogólnikowość korzystania z tego pojęcia sugeruje konieczność ponownego przemyślenia tej kwestii. Mając to na uwadze, Instytut CIMA zaprosił wiodących ekspertów biznesowych z całego świata do współpracy nad stworzeniem modelu biznesowego, którego centralnym punktem jest wartość. Zebrane podczas tych badań wnioski były głównym tematem kwietniowego wydarzenia Warsaw Money Talks.

Istnieje wiele definicji modelu biznesowego. Mogą one być np. rozumiane jako struktura i zarządzanie operacjami tak, aby tworzyć wartość poprzez wykorzystanie możliwości biznesowych. Modele biznesowe to także historie wyjaśniające, jak działają firmy, w tym, w jaki sposób zarabiają i jak zapewniają wartość klientom poprzez efektywność kosztową.

*- Badania CIMA pokazują, że modele biznesowe są często źle rozumiane, brak im spójności i ustandaryzowania. Większość firm używa tego terminu, jednocześnie nie stosując się do żadnych konkretnych procesów ani struktur w celu tworzenia modelu i zarządzania nim. Aby organizacja mogła z czasem zaspokoić potrzeby klienta i innych interesariuszy, musi zrozumieć, w jaki sposób tworzona jest dzisiaj wartość, jaki jest potencjalny wpływ zmian w ekosystemie firmy oraz w jaki sposób można generować wartość w przyszłości. Taki jest cel badań CIMA, w wyniku których powstały ramy modelu biznesowego – tłumaczy **Jakub Bejnarowicz**, szef CIMA w Europie kontynentalnej.*

Ramy modelu biznesowego CIMA obejmują wszystkie obszary, które mogą go potencjalnie współtworzyć. W centrum znajduje się szeroko pojęta wartość - CIMA skupia się jednocześnie na tym, jak wartość jest definiowana przez klientów, inwestorów i innych partnerów, jak również w jaki sposób jest tworzona poprzez wykorzystanie kluczowych zasobów i relacji, w jaki sposób jest dostarczana klientom i w końcu – jak jest przechwytywana w celu reinwestycji i dystrybucji do akcjonariuszy oraz po prostu społeczeństwa.

*- Proces tworzenia modelu biznesowego organizacji jest niezwykle złożony, dlatego tak ważne jest, aby firmy opierały się na uniwersalnych zasadach, dzięki którym model będzie adekwatny do potrzeb przedsiębiorstwa i jego interesariuszy niezależnie od dynamicznych zmian natury ekonomicznej, technologicznej czy demograficznej. Istotna jest także jego transparentność – zarówno każdy członek zarządu organizacji, jej pracownicy oraz interesariusze muszą znać zasady, w oparciu o które firma funkcjonuje na rynku. Jest to oczywiście nierozdzielne z problematyką etyki w biznesie, która powinna odgrywać kluczową rolę w każdym przedsiębiorstwie. Tym bardziej, że etyka niejednokrotnie decyduje o jego pozycji rynkowej – dodaje **Jakub Bejnarowicz**.*



Money Talks to seria spotkań poświęconych przyszłości finansów, organizowanych w największych miastach Polski. Pomysłodawcą projektu jest Instytut CIMA (Chartered Institute of Management Accountants). W wydarzeniach biorą udział przedstawiciele największych organizacji biznesowych w kraju, jak również pracownicy naukowcy z czołowych uczelni ekonomicznych.

Założony w 1919 r. Chartered Institute of Management Accountants (Instytut Rachunkowości Zarządczej CIMA) jest czołową i jednocześnie największą światową organizacją zrzeszającą specjalistów z dziedziny rachunkowości zarządczej. CIMA zrzesza ponad 232 000 członków i studentów ze 177 krajów, którzy zajmują kluczowe stanowiska w świecie biznesu. Członkowie i studenci CIMA pracują w przemyśle, handlu, sektorze publicznym i organizacjach non-profit. CIMA ściśle współpracuje z pracodawcami i sponsoruje nowatorskie badania, nieustannie aktualizując swoją ofertę kwalifikacji profesjonalnych i ustawicznego kształcenia zawodowego oraz ustanawiając przez siebie wymogi doświadczenia zawodowego. Dzięki temu Instytut pozostaje najchętniej wybieranym przez pracodawców dostawcą usług edukacyjnych wspierających rekrutację liderów biznesu wykształconych w zakresie finansów liderów biznesu. Profesjonalizm i etyka to wartości leżące u podstaw działalności CIMA, a każdy członek i słuchacz Instytutu zobowiązany jest do przestrzegania niezawodnych standardów. Taki model działania łączy uczciwość, wiedzę i doświadczenie z przemyślaną wizją rozwoju.

CIMA i AICPA wspólnie stworzyły kwalifikację Chartered Global Management Accountant (CGMA). Tytuł CGMA – Chartered Global Management Accountant – ma wzmocnić globalne znaczenie profesji specjalisty ds. rachunkowości zarządczej. Desygnacja ta przyznawana jest najbardziej utalentowanym i zaangażowanym specjalistom ds. rachunkowości zarządczej, którzy – dzięki dyscyplinie i umiejętnościom – przyczyniają się do osiągnięcia trwałego sukcesu w biznesie.

AICPA i CIMA utworzyły ponadto Association of International Certified Professional Accountants (Międzynarodowe Stowarzyszenie Dyplomowanych Specjalistów ds. Rachunkowości), organizację reprezentującą branżę rachunkowości publicznej i zarządczej na całym świecie. Stowarzyszenie działa na rzecz interesu publicznego oraz rozwoju umiejętności zawodowych, kompetencji i szans zatrudnienia posiadaczy tytułów CPA, CGMA oraz innych specjalistów w dziedzinie finansów i rachunkowości na całym świecie.
