

عنوان مقاله:

گزارشگری ارزش آفرینی مدل کسب و کار

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش در حسابداری و علوم اقتصادی، دوره 5، شماره 3 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

مجتبی قنبرزاده - دانش آموخته دکترای حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران

خلاصه مقاله:

ارزش آفرینی یکی از عناصر اصلی گزارشگری شفاف و آگاهی بخش بوده، چرا که ارائه دهنده تصور بهتری از ریسک ها و فرصت هایی است که یک شرکت با آن روبروست. انتظار بر این است که شرکت ها اطلاعاتی که در گزارش های مدیریتی خود ارائه می دهند بتوانند استفاده کنندگان را قادر سازد تا درک صحیحی از چگونگی، روش و میزان ارزش آفرینی فعلی و آینده مدل کسب و کار واحدهای تجاری کسب کنند. امروزه افشا و گزارش نحوه تاثیرگذاری مدل های کسب و کار بر ارزش آفرینی به یکی از درخواست های بارز سرمایه گذاران مبدل شده است. این شیوه گزارشگری به تازگی در ادبیات حسابداری و گزارشگری مالی وارد شده و همچنان در حال توسعه است. بر این اساس، مطالعه حاضر با هدف بررسی مفهوم مدل کسب و کار و شیوه گزارشگری ارزش آفرینی آن سعی دارد مروری بر مبانی نظری آن داشته و ابعاد آن را طبق شیوه نامه گزارشگری یکپارچه بیان نماید. بررسی انجام شده نشان می دهد که شرکت ها میتوانند بینش بهتری در مورد تاثیر بلندمدت راهبردهای خود در مدل های ارزش آفرین داشته باشند. علاوه بر این، گزارشگری ارزش آفرینی مدل های کسب و کار باید مورد مذاقه بیشتر قرار گرفته و جنبه های منفی ارزش آفرینی یا تخریب ارزش ها نیز در روند گزارشگری مورد توجه قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

ارزش، ارزش آفرینی، مدل کسب و کار، اطلاعات غیرمالی، گزارشگری یکپارچه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1499582>

