

Spis treści

Wstęp	9
<i>Rozdział 1</i>	
Czy planowanie może być czynnikiem rozwoju przedsiębiorstwa?	13
1.1. Wprowadzenie	13
1.2. Fikcja planowania – dotychczasowe rozwiązania	13
1.3. Czy planowanie jest niezbędne?	15
1.4. Wybrane zasady nowoczesnego planowania	17
<i>Rozdział 2</i>	
Jak planować w przedsiębiorstwie?	21
2.1. Fazy procesu przygotowania i wdrożenia planu działania firmy ...	21
2.2. Identyfikacja problemu	23
2.3. Analiza strategiczna	23
2.4. Wybór strategii	25
2.4.1. Generowanie wariantów	25
2.4.2. Ocena i wybór wariantu	25
2.5. Plan działania firmy	26
2.6. Planowanie w małej firmie	26
<i>Rozdział 3</i>	
Co to jest biznes plan?	31
3.1. Funkcje biznes planu	31
3.2. Zasady konstrukcji biznes planu	35
3.2.1. Uwagi wstępne	35
3.2.2. Kto powinien opracowywać biznes plan?	37
3.2.3. Jak obszerny powinien być biznes plan?	37
3.2.4. Jak dokładny powinien być biznes plan?	38
3.2.5. Zagadnienie ryzyka przedsięwzięć opisanych w biznes planie	39
3.2.6. Jak zainteresować inwestora?	40
3.2.7. Czy zamieszczać informacje poufne?	41
3.2.8. Kto ma być adresatem biznes planu?	42
3.2.9. Sposoby prezentacji	43
3.3. Struktura biznes planu	43
3.4. Przykłady konstrukcji biznes planów	47
3.4.1. Biznes plan firmy CLUB MEDITERRANEE	47
3.4.2. Biznes plan firmy COMMODORE INTERNATIONAL LTD	49
3.4.3. Biznes plan firmy FREDRICK'S OF HOLLYWOOD	51

3.4.4. Biznes plan firmy NORTHERN ILLINOIS GAS COMPANY 52

Rozdział 4

Proponowany wzór biznes planu	59
4.1. Streszczenie projektu przedsięwzięcia	59
4.2. Profil i zakres działania firmy	60
4.3. Założenia planu strategicznego przedsięwzięcia	62
4.4. Plan techniczny	63
4.5. Plan marketingowy	66
4.6. Plan organizacyjny	70
4.7. Plan finansowy	73
4.8. Dane niezbędne do wypełnienia typowego wniosku kredytowego	74
4.9. Wnioski i podsumowanie	74
4.10. Załączniki	75

Rozdział 5

Plan finansowy	77
5.1. Jak opracować plan finansowy?	77
5.2. Założenia wstępne	79
5.3. Prognozy finansowe	82
5.4. Sprawozdania i analizy finansowe	86
5.4.1. Rachunek wyników	86
5.4.2. Bilans	89
5.4.3. Przepływy pieniężne (cash flow)	92
5.4.4. Punkt rentowności (punkt równowagi)	97
5.4.5. Analiza wskaźnikowa	104
5.4.6. Ocena efektywności inwestycji	116

Rozdział 6

Biznes plan firmy „CEGBUD”	121
6.1. Streszczenie projektu przedsięwzięcia	121
6.2. Profil i zakres działania firmy	122
6.2.1. Historia firmy	122
6.2.2. Zamierzenia na przyszłość	123
6.2.3. Cele i zasady działania firmy	126
6.3. Założenia planu strategicznego przedsięwzięcia	127
6.3.1. Analiza strategiczna (metodą SWOT)	127
6.3.2. Strategiczna pozycja firmy	129
6.3.3. Wybór i wdrożenie strategii	129
6.4. Plan techniczny	130
6.4.1. Opis wyrobu i procesu produkcji	130
6.4.2. Technologia produkcji i jej poziom	131
6.4.3. Program produkcji (zdolności produkcyjne)	131

6.4.4. Dostępność materiałów i surowców	133
6.4.5. Majątek trwały	133
6.4.6. Koszty produkcji	134
6.5. Plan marketingowy	136
6.5.1. Założenia planu marketingowego	136
6.5.2. Analiza rynku	137
6.5.3. Strategia cen	139
6.5.4. Strategia marketingowa	139
6.5.5. Strategia dystrybucji	139
6.5.6. Strategia promocji i reklamy	139
6.6. Plan organizacyjny	140
6.6.1. Wprowadzenie	140
6.6.2. Zasoby ludzkie	140
6.6.3. Kalendarz organizacyjny	140
6.7. Plan finansowy	141
6.7.1. Dane wejściowe	141
6.7.2. Rachunek wyników	142
6.7.3. Bilans	143
6.7.4. Przepływy pieniężne	143
6.7.5. Punkt równowagi	143
6.7.6. Analiza wskaźnikowa	143
6.7.7. Ocena efektywności inwestycji	144
6.8. Wnioski	144

Rozdział 7

Plan restrukturyzacji	159
7.1. Idea restrukturyzacji	159
7.2. Cechy programu restrukturyzacji	163
7.3. Fazy przygotowania programu restrukturyzacji	164
7.4. Kryteria oceny programów restrukturyzacji	166
7.4.1. Konieczność weryfikacji i oceny programów przez banki ...	166
7.4.2. Ocena programów przez agendy rządowe	169
7.5. Fragmenty planu restrukturyzacji	170
7.5.1. Struktura planu	171

Rozdział 8

Komputerowy program BPLAN-2	179
8.1. Rola i miejsce komputerowych modeli symulacyjnych w procesie planowania	179
8.1.1. Fazy zarządzania strategicznego versus fazy budowy modelu symulacyjnego	179
8.1.2. Konstrukcja strategicznego planu przedsięwzięcia	181

8.2. Arkusz kalkulacyjny jako narzędzi konstrukcji symulacyjnych modeli finansowych	182
8.3. Opis programu BPLAN-2	183
8.3.1. Przeznaczenie programu	183
8.3.2. Wymagania sprzętowe	184
8.3.3. Zawartość dyskietki dystrybucyjnej	185
8.3.4. Instalacja programu	185
8.4. Organizacja programu BPLAN-2	185
8.4.1. Uwagi wstępne	185
8.4.2. Funkcje programu BPLAN-2	186
8.4.3. Struktura menu programu	186
8.5. Podstawowe zasady obsługi programu	195
8.5.1. Klawiatura i myszka	195
8.5.2. Wydruki	196
<i>Aneks A</i>	
Lista potencjalnych szans, zagrożeń oraz słabych i silnych stron	197
<i>Aneks B</i>	
Przeciętne wartości wskaźników finansowych	205
<i>Aneks C</i>	
Program multimedialnego treningu menedżerskiego	
„Zasady konstrukcji planu działania firmy – symulacje komputerowe”	207
Bibliografia	213