

Wprowadzenie 5

Rozdział 1

Na co komu potrzebny biznes plan, czyli kto to jest przedsiębiorca i czego może oczekiwać 7

Rozdział 2

Definicja i funkcja biznes planu oraz podstawowe pojęcia związane z jego konstruowaniem 23

Rozdział 3

Analiza otoczenia na potrzeby biznes planu 49

3.1. Prognozowanie sprzedaży na podstawie analizy rynku i konkurencji 49

3.2. Analiza i prognoza cen na potrzeby biznes planu 62

3.3. Krótki przewodnik po badaniach rynku 68

Rozdział 4

Analiza ryzyka na potrzeby biznes planu. Konstruowanie scenariuszy wydarzeń 79

4.1. Asy Przystworzy sp. z o.o. - prezentacja przypadku 80

4.2. Identyfikacja obszarów ryzyka biznesowego na przykładzie firmy Asy Przystworzy 85

4.3. Wariantowe scenariusze w obszarach ryzyka 88

4.4. Ryzyko finansowe związane z kapitałem obrotowym 96

Rozdział 5

Określanie wartości firmy i poszczególnych jej składników na podstawie biznes planu 101

5.1. Zdyskontowana wartość strumienia gotówki jako kryterium wyceny wartości firmy oraz czynniki kształtujące tę wartość. Analiza przypadku firmy Barwy Orientu 101

5.2. Zdyskontowana wartość strumienia wypłat jako uniwersalna metoda oceny rozwiązań biznesowych - analiza przypadku Supra Computers 112

Rozdział 6

Biznes plan jako instrument decyzji menedżerskich 121

Rozdział 7

Horeca Machines sp. z o.o. - pełna analiza przypadku planowania biznesowego 137

7.1. Punkt wyjścia, czyli: co zamierzamy robić? 137

7.2. Otoczenie rynkowe i jego analiza 139

7.3. Plan sprzedaży i jego konsekwencje 146

7.4. "Dopinanie" rachunku wyników i bilansu 149

Bibliografia 157