

Spis treści

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 Przeworzy sp. z o.o. – prezentacja przypadku	80
4.2. Identyfikacja obszarów ryzyka biznesowego na przykładzie firmy Asy Przeworzy	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 zrobić? 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