

Biznesplan : jak go budować i analizować / Krzysztof Opolski, Krzysztof Waśniewski. – Wydanie VI (dodruk). – Warszawa, 2022

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 Przewozy sp. z o.o. - prezentacja przypadku	80
4.2. Identyfikacja obszarów ryzyka biznesowego na przykładzie firmy Asy Przewozy	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

oprac. BPK