

# Spis treści

<b>Wprowadzenie</b> . . . . .	<b>5</b>
<b>Rozdział 1</b>	
<b>Na co komu potrzebny biznes plan, czyli kto to jest przedsiębiorca i czego może oczekiwać</b> . . . . .	<b>7</b>
<b>Rozdział 2</b>	
<b>Definicja i funkcja biznes planu oraz podstawowe pojęcia związane z jego konstruowaniem</b> . . . . .	<b>23</b>
<b>Rozdział 3</b>	
<b>Analiza otoczenia na potrzeby biznes planu</b> . . . . .	<b>49</b>
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
<b>Rozdział 4</b>	
<b>Analiza ryzyka na potrzeby biznes planu. Konstruowanie scenariuszy wydarzeń</b> . . . . .	<b>79</b>
4.1. Asy Przesztorzy sp. z o.o. – prezentacja przypadku . . . . .	80
4.2. Identyfikacja obszarów ryzyka biznesowego na przykładzie firmy Asy Przesztorzy . . . . .	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