

WSTĘP

Przedstawione w książce procedury budowy planów są efektem ponad trzydziestoletniego doświadczenia autora w przygotowywaniu planów do celów kredytowania, pozyskiwania środków pomocowych z UE, tworzenia i funkcjonowania spółek z udziałem kapitału wysokiego ryzyka, planów restrukturyzacyjnych i naprawczych. Jest także wynikiem prowadzonych wykładów dla studentów specjalności: Kierowanie małą i średnią firmą oraz studentów kierunku Finanse i Bankowość na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Praca pomyślana została jako poradnik dla studentów, a także osób, które stoją przed problemem przygotowania planu swojej działalności gospodarczej. Autor ma przekonanie, że praktyczne wskazówki zawarte w książce znacząco to ułatwią. Na rynku jest wiele opracowań przeteoretyzowanych, stąd wydaje się, że trafi ona w rynkową niszę.

Książka ma jedenaście rozdziałów. W rozdziale pierwszym staramy się odpowiedzieć na szereg pytań takich jak: Dlaczego trzeba planować w gospodarce rynkowej? Na co zwracamy uwagę przy budowie planu, ale także co stanowi o jego wiarygodności i ocenie (strona formalna, projekcje sprzedaży, projekcje finansowe)? Jak sporządzić plan, by był wiarygodny? Jak stosować procedury przy jego budowie? Kolejne rozdziały są poświęcone poszczególnym elementom planu biznesowego i zawierają informację na temat tego, co powinno być ujęte w planie, gdzie szukać informacji na dany temat, jak badać środowisko biznesowe, jak sporządzać projekcje finansowe i jak oceniać efektywność przedsięwzięcia biznesowego. W rozdziale pierwszym przedstawiono również rynkowe uwarunkowania działalności gospodarczej, istotę planowania, warunki dobrego planu, czynniki determinujące wiarygodność planu. Drugi rozdział poświęcony jest omówieniu różnych struktur planu w zależności od celu planowania. Kolejne rozdziały książki ułożone są tak, by odpowiadały one strukturze hipotetycznego biznesplanu. Zawarto w nim wskazówki dotyczące zawartości planu, ale przede wszystkim wskazówki metodyczne dotyczące zbierania informacji do planu, przeprowadzania badań i prezentacji tych zagadnień w biznesplanie. Rozważania prowadzone są w sposób, który pozwala odnieść je zarówno do podmiotu, który już funkcjonuje na rynku, jak i do nowopowstających przedsiębiorstw. Trzeci zatem i następne rozdziały zawierają omówienie procedur budowy i uwiarygodnienia biznesplanu. I tak, w trzecim

rozdziale omówiono te procedury budowy biznesplanu, których celem jest przedstawienie formalnoprawnych informacji dotyczących inwestora, podmiotu, którego dotyczy biznesplan. Kolejne dwa fragmenty pracy poświęcone są omówieniu istotnych elementów otoczenia marketingowego i strategii marketingowej podmiotu. W rozdziale VI przedstawiono zasady opisu planowanego przedsięwzięcia inwestycyjnego. Dalej mamy rozdział przedstawiający plan operacyjny danego przedsięwzięcia. Kolejne dwa rozdziały pracy poświęcone są projekcjom finansowym, w których omówiono zasady budowy planu sprzedaży, kosztów, rachunku wyników, bilansu, przepływów pieniężnych, analizy wskaźnikowej oraz metodom oceny efektywności ekonomicznej planowanego przedsięwzięcia.

Trzeba pamiętać, że nie ma jednego standardu budowy planów biznesowych, co wynika z faktu, że budowanie biznesplanów może mieć miejsce w różnych fazach życia przedsiębiorstwa i są one sporządzane do różnych celów. Staramy się przedstawić zasady sporządzania planu przy założeniu, że dotyczy on zarówno podmiotu funkcjonującego, jak i opisu dotyczącego sytuacji budowy planu dla podmiotu rozpoczynającego działalność.

Książka zawiera przykłady prezentacji poszczególnych kwestii objętych planem oraz załączniki do planu.

Do niektórych rozdziałów przypisano załączniki ilustrujące metody analityczne wykorzystywane w przygotowaniu biznesplanu. Numeracja załączników, jak również tabel i wykresów w tekście, zawiera numer rozdziału i kolejny numer tabeli czy załącznika w rozdziale (Tabela II.1; Tabela III.1 itd.), co powinno ułatwić czytanie książki. W tekście, w ramkach, podane zostały przykłady opisów i prezentacji niektórych zagadnień w planie i zaznaczone zdaniem: „Przykład – jak to wygląda w biznesplanie”. Wszystkie przykłady pochodzą z archiwum biznesplanów wykonanych przez autora. Na końcu książki umieszczono słownik pojęć pomocnych przy budowie biznesplanu.