

## **Praktyczne i teoretyczne aspekty badania wiarygodności firmy.**

Lucyna Kowalczyk

Wnikliwe i dokładne zapoznanie się z publikacją pozwala znaleźć odpowiedzi na pytania dotyczące naszego partnera biznesowego, np.: Jak zbadać standing finansowy i poznać prognozowaną wiarygodność kontrahenta, analizując jego biznesplan? Na jakie zależności zwracać uwagę, aby wywnioskować, czy firma jest wiarygodna?

Zaprezentowane przez autorkę liczne przykłady, a także bogaty materiał ilustracyjny pozwala na zrozumienie bardziej złożonych problemów. Dodatkowym atutem publikacji jest zamieszczony w aneksie raport oceny wiarygodności wybranego przedsiębiorstwa.

Książka została napisana z myślą o osobach podejmujących w przedsiębiorstwie decyzje strategiczne w zakresie doboru partnerów do współpracy gospodarczej. Powinna być przydatna pracownikom banków zajmujących się oceną kredytobiorców, pracownikom firm zamujących się leasingiem lub factoringiem, inwestorom. Może być pomocą dydaktyczną dla wykładowców i studentów pragnących się zapoznać z problematyką ograniczania ryzyka w biznesie.

---

### **Spis treści:**

#### **WSTĘP**

#### **Rozdział I**

#### **POZNANIE WIARYGODNOŚCI KONTRAHENTA SPOSOBEM NA OGRANICZENIE RYZYKA**

1. Wiarygodność przedsiębiorstwa
2. Kiedy sprawdzać wiarygodność?
3. Instytucje ułatwiające poznanie wiarygodności firmy
  - 3.1. Wywiadownie gospodarcze
  - 3.2. Agencje ratingowe
  - 3.3. Biuro Informacji Kredytowej
  - 3.4. Biuro Informacji Gospodarczej
  - 3.5. Wydziały gospodarcze sądów rejonowych
  - 3.6. Podsumowanie
4. Podstawowe źródła informacji o przedsiębiorstwach
  - 4.1. Raport Wywiadowni Gospodarczej
  - 4.2. Ranking
  - 4.3. Rating
  - 4.4. Prospekt emisyjny
  - 4.5. Memorandum informacyjne
  - 4.6. Katalogi i informatory
  - 4.7. Informacje Giełdy Papierów Wartościowych
  - 4.8. Prasa i Internet
  - 4.9. Wewnętrzne dane kontrahenta
  - 4.10. Podsumowanie

#### **Rozdział II**

# **ETAPY I ZAKRES BADAŃ UMOŻLIWIAJĄCYCH POZNANIE WIARYGODNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA**

## **Rozdział III**

### **BADANIA UMOŻLIWIAJĄCE POZNANIE STANDINGU FINANSOWEGO PRZEDSIĘBIORSTWA**

1. Źródła informacji potrzebnych do oceny standingu przedsiębiorstwa
2. Analiza wskaźnikowa kondycji finansowej przedsiębiorstwa
  - 2.1. Ocena zyskowności
  - 2.2. Ocena płynności
  - 2.3. Ocena sprawności działania
  - 2.4. Ocena stopnia zadłużenia
  - 2.5. Ocena pozycji przedsiębiorstwa
3. Podsumowanie

## **Rozdział IV**

### **ANALIZA SWOT**

1. Ocena mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa
  - 1.1. Potencjał firmy
    - 1.1.1. Czynniki ludzkie
    - 1.1.2. Majątek trwały
    - 1.1.3. Majątek obrotowy
  - 1.2. Wyroby
  - 1.3. Technika i technologia
  - 1.4. Marketing
  - 1.5. System zarządzania
  - 1.6. Sytuacja finansowa
  - 1.7. Struktura organizacyjna
2. Ocena szans i zagrożeń ze strony otoczenia
  - 2.1. Analiza rynku
  - 2.2. Analiza sektora
3. Podsumowanie

## **Rozdział V**

### **OCENA STRATEGII PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEDSTAWIONEJ W BIZNESPLANIE**

1. Pojęcie i rola biznesplanu
2. Struktura biznesplanu
  - 2.1. Opis firmy
  - 2.2. Kierownictwo i zarządzanie
  - 2.3. Opis produktu (usługi)
  - 2.4. Charakterystyka procesu produkcyjnego
  - 2.5. Rynek
  - 2.6. Finanse
  - 2.7. Czynniki ryzyka
  - 2.8. Plan wdrożenia
  - 2.9. Załączniki

3. Ocena biznesplanu

4. Podsumowanie

**ANEKS**

**BIBLIOGRAFIA**