



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

materiały dydaktyczne
dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych



Redaktorzy prowadzący:

Katarzyna Puchalska

Aneta Kasprzyk

Piotr Pusz

Recenzenci:

Magdalena Kuryłowicz

Marta Ślącza

Redakcja techniczna:

Agnieszka Soboń

Program nauczania zgodny z podstawą programową.

Materiały dydaktyczne dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych wydane w ramach realizacji projektu „Być przedsiębiorczym – nauka przez praktykę” współfinansowane przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

CZŁOWIEK – NAJLEPSZA INWESTYCJA

Biuro projektu: „Być przedsiębiorczym – nauka przez praktykę”

Uniwersytet Rzeszowski, al. T. Rejtana 16c, 35-959 Rzeszów,

www.bp.ur.edu.pl, biuro.bp@ur.edu.pl

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY

SPIS TREŚCI

Część 1

Wioletta Hawaj

Człowiek przedsiębiorczy str. 5

Rynek – cechy i funkcje str. 17

Część 2

Alina Kużdzał

Instytucje rynkowe str. 29

Państwo i gospodarka str. 45

Część 3

Anna Kolano

Przedsiębiorstwo str. 59

Rynek pracy str. 75

Część 4

Marcin Łątka

Gra biznesowa. Wprowadzenie w wirtualny świat biznesu str. 91

CZEŚĆ 1

Wioletta Hawaj

Człowiek Przedsiębiorczy

Człowiek przedsiębiorczy to każdy z nas, wystarczy być samodzielnym, oryginalnym i mieć dobre pomysły. Ludzie zachowują się asertywnie, agresywnie i uległe, zależy to od typu osobowości człowieka. Cechy osobowości i cechy fizyczne wywierają bardzo duży wpływ na życie człowieka. Człowiek przedsiębiorczy charakteryzuje się inicjatywą, zaradnością, chęcią podejmowania decyzji, działań i ryzyka. Motywem aktywności człowieka jest wiele potrzeb, które wynikają z jego fizjologii, psychiki oraz warunków życia. Istnieje wiele różnych klasyfikacji potrzeb, najprościej dzielimy na potrzeby niższego rzędu i wyższego rzędu wg A.H. Masłowa. Zgodnie z jego teorią zaspokojenie potrzeb następuje kolejno, potrzeby fizjologiczne i potrzeby bezpieczeństwa a następnie przynależności, uczuć i samorealizacji. Poznanie siebie zachodzi przez całe życie, w różnych sytuacjach, odkrywamy własne możliwości. Identyfikacje mocnych i słabych stron to podstawowa zasada wykorzystywana przez ludzi poprzez uświadomienie sobie własnych wad i zalet. Efektem poznania siebie, samooceny i identyfikacji mocnych i słabych stron jest samoakceptacja. Proces komunikowania się z innymi ludźmi nazywamy komunikacją interpersonalną. Komunikację dzielimy na werbalną i niewerbalną. Komunikacja werbalna odbywa się za pomocą komunikatów ustnych i pisemnych. Komunikacja niewerbalna za pomocą gestów, wyrazów twarzy, uśmiechów, spojrzeń czy ubioru. Wymiana informacji jest procesem dwukierunkowym i uczestniczą w nim dwie strony: nadawca i odbiorca. Nadawca przekazuje informacje a odbiorca powinien zrozumieć treści informacji. Często w procesie komunikacji dochodzi do zakłóceń spowodowanych barierami w procesie np. pośpiech, zdenerwowanie, zmęczenie, stres. Każdy człowiek stara się odnaleźć w grupie, ważną cechą jest połączenie wiedzy z umiejętnościami i doświadczeniem, dzięki temu będziemy czuć się pewnie i będziemy potrafić działać. W pracy zespołowej i w pracy indywidualnej duże znaczenie odgrywa organizacja pracy, pozwala na szybsze osiągnięcia zamierzonego celu. Podejmowanie decyzji jest to dokonywanie wyboru możliwości za pomocą rzetelnych, dokładnych i wyczerpujących informacji rozszerzających wiedzę człowieka i otaczającej go rzeczywistości. Często w grupach, zespołach dochodzi do konfliktów. Przyczynami konfliktów najczęściej jest sprzeczność interesów celów, wartości czy poglądów. Rozwiązanie konfliktu polega na znalezieniu wyjścia z konfliktu satysfakcjonujący obie strony. Podstawowe metody rozwiązania konfliktu to: kompromis, konfrontacja oraz współdziałanie. Człowiek jest uczestnikiem negocjacji w różnych sytuacjach dlatego należy umieć komunikować się z ludźmi w celu, osiągnięcia porozumienia. Cechami ułatwiającymi prowadzenie negocjacji jest łatwość nawiązywania kontaktów z innymi ludźmi, umiejętność wyszukiwania argumentów w dyskusji i takiego stosowania aby przekonać rozmówcę do swoich racji. Osobą przedsiębiorczą można być nie tylko pracując zawodowo, ale również działając w dowolnej organizacji czy nawet w nieformalnej grupie, wystarczy mieć dobre pomysły i je inicjować. Każdy biznes, przedsiębiorstwo, sukces zaczyna się w świecie przekonania lidera – a więc w głowie. Wystarczy dwa słowa wypowiedziane w myślach: To trudne, by najpiękniejszy pomysł, najbardziej szczytna idea, kreatywne rozwiązanie napotkało barierę, którą pokonać najtrudniej. Zabójcy pomysłów funkcjonują w każdym otoczeniu, w każdej firmie i środowisku.

Ćwiczenia skierowane są do uczniów którzy chcą systematycznie analizować treści programowe, nauczyć się jak kształtować własną osobowość i poznać lepiej innych. Poprzez naukę uczniowie zapoznają się dokładniej z aspektami człowieka przedsiębiorczego.

Zadanie 1

Jakie znasz cechy osoby przedsiębiorczej?

.....

.....

Zadanie 2

Wymień typy osobowości i napisz ich cechy?

.....

.....

Zadanie 3

Czym jest rola społeczna?

.....

.....

Zadanie 4

Wymień podstawowe rodzaje zachowań?

.....

.....

Zadanie 5

Na czym polega proces komunikacji?

.....

.....

Zadanie 6

Jakie znasz rodzaje komunikacji?

.....

.....

Zadanie 7

Jakie znasz bariery komunikacyjne?

.....

.....

Zadanie 8

Wymień fazy procesu decyzyjnego?

.....

.....

Zadanie 9

Jakie znasz rodzaje decyzji?

.....

.....

Zadanie 10

Wypisz zalety i wady indywidualnego i grupowego podejmowania decyzji?

DECYZJA INDYWIDUALNA		DECYZJA GRUPOWA	
zalety	wady	zalety	wady

Zadanie 11

Jakie znasz bariery w podejmowaniu decyzji?

.....

.....

Zadanie 12

Przeanalizuj jakie ostatnio podjąłeś decyzje. Zastanów się czy były słuszne?

.....

.....

Zadanie 13

Napisz jaka jest struktura komunikacyjna w twojej klasie:

.....

.....

Zadanie 14

Wypisz cechy przewodniczącego klasy. Napisz na podstawie wypisanych cech czy jest on uległy, asertywny czy agresywny.

.....

.....

Zadanie 15

Dokończ zdania:

Jestem przedsiębiorcza ponieważ.....

Adam Małysz jest przedsiębiorczy ponieważ.....

Justyna Steczkowska jest przedsiębiorcza ponieważ.....

Zadanie 16

Jakie są zachowania osoby agresywnej, asertywnej i uległej?

.....

.....

Zadanie 17

Określ o jakich barierach w porozumiewaniu się mówią koleżanki?

Zosia:

Krzyczy do mnie: Znalazłam, znalazłam!!!! Co znalazłaś? Jak to co zegarek! Zapytałam a chociaż ładny? A ona na to na ścianie – pokazała mi!!!!

Bariera.....

Zadanie 18

Wymień gesty oznaczające akceptację oraz brak akceptacji.

Gesty oznaczające akceptację (trzy przykłady):

.....

.....

.....

Gesty oznaczające brak akceptacji (trzy przykłady):

.....

.....

.....

Zadanie 19

Ułóż treść powitalnego nagrania w automatycznej sekretarce swojego telefonu, tak aby było ono odpowiednie zarówno dla twoich kolegów i koleżanek, jak i członków bliskiej i dalszej rodziny.

.....

.....

.....

.....

Zadanie 20

Wyjaśnij przyczyny i przeanalizuj skutki wzrostu znaczenia Internetu jako sposobu komunikacji. Przy analizie skutków uwzględnij płaszczyznę społeczną i ekonomiczną.

Przyczyny:

.....

.....

.....

Skutki społeczne:

.....

.....

.....

Skutki ekonomiczne:

.....

.....

Zadanie 21

Wymień i opisz 5 cech najbardziej przydatnych osobie przedsiębiorczej.

CECHA	OPIS CECHY

Zadanie 22

Podaj kilka przykładów sytuacji, w której ubiór wpływa na wynik rozmowy.

Jaki ubiór	Przykład wpływu wyglądu na sytuację

Zadanie 23

Przeanalizuj zadanie: Dawniej ludzie nie odczuwali potrzeby rozmowy przez telefon, ponieważ nie istniały. Wraz z ich wynalezieniem i upowszechnieniem potrzeba rozmów była zaspakajana poprzez miejsca tj. poczta, telekomunikacja. Kolejnym etapem rozwoju tej potrzeby było posiadanie przez gospodarstwa domowe telefonów stacjonarnych, które z czasem przestały wystarczać do jej zaspokojenia, ponieważ pojawiły się telefony komórkowe.

.....

.....

.....

.....

Zadanie 24

Ponumeruj cyframi fazy procesu decyzyjnego (1 do 6)

- a. wyszukiwanie wariantów rozwiązań problemu
- b. rozpoznanie i zdefiniowanie problemu.....
- c. wybór najlepszego rozwiązania.....
- d. ocena wariantów rozwiązań wg przyjętych kryteriów
- e. ocena wyboru i ewentualna korekta decyzji
- f. realizacja decyzji

Zadanie 25

Wypisz dowolne trzy zasady przy podejmowaniu trafnej decyzji:

.....

.....

.....

Zadanie 26

Przeanalizuj swoje mocne strony i słabe strony – uzupełnij.

KRYTERIUM	STRONY MOCNE	STRONY SŁABE
CHARAKTER		
WIEDZA		
SPRAWNOŚĆ FIZYCZNA		

Zadanie 27

Przedstaw w sposób niewerbalny:

- a) Ne chcę Cię już słuchać!!!
- b) Podaj mi krzesło.
- c) Jestem głodny.
- d) Boli mnie głowa.
- e) Chce mi się pić.

Zadanie 28

W tabeli zostały przedstawione różne sytuacje, zaznacz z których korzystasz. Napisz czy więcej używasz komunikacji werbalnej czy niewerbalnej.

	KOMUNIKACJA WERBALNA	KOMUNIKACJA NIEWERBALNA
Czytanie książek		
Wysyłanie SMS		
Rozmowa przez GG		
Tańczenie		
Rozmowa telefoniczna		
Pisanie listu		
Śpiewanie		

Zadanie 29

Uzupełnij poniższe zdania. W miejsce kropek wpisz właściwie wybrane słowa spośród podanych poniżej.
 Komunikacja interpersonalna dzieli się na:
 Komunikacja oznacza posługiwanie się słowem. Słowo może być
 lub Natomiast przekazywanie informacji za pomocą mimiki,
 gestów, to komunikacja
 Wyrazy do wyboru: niewerbalna, retoryka, wypowiedane, postawy język, etyka, pisane, werbalna.

Zadanie 30

Uczniowie sprawdzają swoją asertywność odpowiadając na pytania TAK lub NIE, więcej niż dziesięć odpowiedzi TAK mają kłopoty z asertywnością.

	TAK - 1, NIE - 0
1. Nie potrafisz odmówić.	
2. Jeśli ktoś Ci przeszkadza nie prosisz żeby przestał.	
3. Nie potrafisz upominać się o swoje.	
4. Nie potrafisz prosić o pomoc.	
5. Krzykiem wymuszasz prośby.	
6. Bywasz agresywny.	
7. Nie umiesz być odpowiedzialny.	
8. Nie umiesz być szczerzy.	
9. Często ulegasz innym.	
10. Nie chwalisz innych.	
11. Nie potrafisz rozpocząć rozmowy.	
12. Czasem czujesz się wykorzystywany.	
13. Nie umiesz bronić swojego zdania.	
14. Jeśli ktoś niesłusznie Cię obwinia, nie bronisz się.	
15. Masz kłopoty z zaangażowaniem w zadania powierzone.	
16. Nie potrafisz być wyrazisty w zespole.	
17. Odczuwasz treść podczas przemówień.	
18. Nie wiesz co zrobić kiedy jesteś zakłopotany.	
19. Złóścisz się jeśli ktoś ma inne zdanie niż ty.	
20. Nie potrafisz poprosić o zwrot pożyczonej rzeczy.	
SUMA PUNKTÓW	

Test sprawdzający

1. Człowiek przedsiębiorczy to:

- a) niechętny do podejmowania decyzji,
- b) asertywny,
- c) mało konsekwentny,
- d) nie akceptować zmian.

2. Żeby zrobić dobre wrażenie trzeba:

- a) patrzeć w oczy rozmówcy,
- b) zachować dystans,
- c) narzucać się rozmówcy,
- d) zachować powagę.

3. Komunikacja niewerbalna to:

- a) ustna forma komunikacji,
- b) pisemna forma komunikacji,
- c) gesty, mimika twarzy,
- d) empatię.

4. Cechy osoby przedsiębiorczej to:

- a) przywódczość,
- b) apodyktyczność,
- c) depresyjność,
- d) niezdecydowanie.

5. Temperament to:

- a) przykry stan emocjonalny,
- b) odczuwalny brak czegoś,
- c) szacunek do samego siebie,
- d) zespół dziedzicznych cech osobowości.

6. Osoby asertywne są:

- a) śmiałe i otwarte,
- b) konfliktowe,
- c) samotne,
- d) zamknięte w sobie.

7. Najwięcej informacji można odczytać z:

- a) ułożenia ust,
- b) zmarszczek na czole,
- c) oczu,
- d) ruchu skrzydełek nosa.

8. Mocno zaciśnięte usta mogą być oznaką:

- a) zaskoczenia,
- b) gniewu,
- c) strachu,
- d) niechęci.

9. Wrażenie szczeroci sprawiają:

- a) splecione palce,
- b) energiczny uścisk dłoni,
- c) odsłonięte wewnętrzne strony dłoni,
- d) dłonie oparte na udach.

10. Oceniani jako sympatyczni są ludzie którzy:

- a) spoglądają częściej w prawą stronę,
- b) mają rozszerzone źrenice,
- c) mają podłużne zmarszczki na czole,
- d) mają poprzeczne zmarszczki na czole.

11. Pierwsze wrażenie na jakie zwracamy uwagę podczas spotkania to:

- a) barwy naszego głosu,
- b) mimiki,
- c) tego co mówimy,
- d) wyglądu.

12. Nie pójdę dzisiaj na zakupy!!! Podana wypowiedź świadczy o zachowaniu:

- a) uległym,
- b) asertywnym,
- c) agresywnym,
- d) spokojnym.

13. Czy osoba przedsiębiorcza powinna być odporna na stres?

- a) tak,
- b) nie,
- c) zależy od sytuacji,
- d) nie zawsze.

14. Podstawową zasadą rozwoju osobowości jest:

- a) praca nad wyglądem,
- b) praca nad komunikacją,
- c) koncentracja na swoich słabych stronach,
- d) polubienie własnej osoby i poznanie samego siebie.

15. Do cech osoby przedsiębiorczej zaliczamy:

- a) asertywność,
- b) kreatywność,
- c) aktywność,
- d) wszystkie odpowiedzi są prawidłowe.

16. Pomysłowość to inaczej:

- a) empatia,
- b) zakłopotanie,
- c) kreatywność,
- d) żadna odpowiedź nie jest prawidłowa.

17. Wyrażanie własnego zdania to:

- a) bierność,
- b) uległość,
- c) asertywność,
- d) empatia.

18. Koncepcję temperamentu opartą na budowie ciała opracował:

- a) Ernest Kretschmer,
- b) Hipokrates,
- c) Carl Gustaw Jung
- d) Abrahama Harolda Maslowa

19. Ekstrawertyk to człowiek:

- a) zamknięty w sobie,
- b) nieśmiały,
- c) towarzyski,
- d) flegmatyk.

20. Osoby asertywne potrafią:

- a) odmówić i uzasadnić swoją odmowę,
- b) narzucić się otoczeniu,
- c) dominować nad innymi,
- d) być aroganckie.

Odpowiedzi do testu.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
b	a	c	a	d	a	c	b	c	b	d	c	a	d	d	c	c	a	c	a

Literatura

Korba J., Smutek Z., *Podstawy przedsiębiorczości*, seria „Odkrywamy na nowo”, wyd. Operon, Warszawa 2012.

Garbacik K., Żmiejko M., *Czas na przedsiębiorczość. Zakres podstawowy*, wyd. PWN, Warszawa 2008.

Musiakiewicz J., *Zarys przedsiębiorczości*, wyd. Ekonomik, Warszawa 2012

Makieła Z., Rachwał T., *Krok w przedsiębiorczość*, wyd. Nowa Era, Warszawa 2012.

Ekonomia Stosowana, wyd. Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.

Jakubowski J., Maj T., Załęski P., *Podstawy przedsiębiorczości*, wyd. Pazdro, Warszawa 2003.

Hazlitt H., *Ekonomia w jednej lekcji*, wyd. Znak, Kraków 1993.

Mierzejewska-Majcherek J., *Podstawy ekonomii*, wyd. Defin, Warszawa 2009.

Filar D., Rzońcy A., Wójtowicz G., *Ekonomia po polsku*, wyd. CeDeWu, Warszawa 2007.

Wioletta Hawaj

Rynek – cechy i funkcje

Żyjemy w państwie, w którym panuje gospodarka rynkowa, nie zawsze jednak tak było. Przez 44 lata w Polsce funkcjonowała gospodarka centralnie sterowana. W 1989 roku zaczęła ją zastępować gospodarka rynkowa. Ogromną rolę w procesie transformacji polskiej gospodarki odegrał tzw. Plan Balcerowicza. Jego realizacja doprowadziła do poprawy zaopatrzenia sklepów i zmniejszenia tempa wzrostu cen. Gospodarka rynkowa jest to system ekonomiczny, w którym decyzje dotyczące produkcji i konsumpcji są podejmowane przez producentów i konsumentów na podstawie działania mechanizmu rynkowego. Charakterystyczną cechą gospodarki rynkowej jest swoboda uczestników rynku, w zakresie kreacji potrzeb i oferty produktów zaspokajających te potrzeby. Uczestnicy rynku występują więc na nim w roli klientów lub przedsiębiorców. Ci ostatni, bowiem, również mają swoje potrzeby. Rozpoznawanie istniejących i kreowanie nowych potrzeb a następnie ich zaspokajanie, to domena przedsiębiorczości - zjawiska społeczno-gospodarczego, które we współczesnym świecie nabrało szczególnego znaczenia. Przypisuje się mu nie tylko zasadniczy wpływ na rozwój gospodarczy nowoczesnych społeczeństw i regionów, ale także na popularyzację zasad demokracji gospodarczej, aktywizację i bogacenie się jednostek należących do klasy średniej, tworzenie nowych miejsc pracy i ograniczanie bezrobocia oraz pielęgnowanie nowych, pozytywnych wzorców społecznych i gospodarczych. Rynek jest podstawowym pojęciem związanym z gospodarką rynkową. Rynek oznacza instytucję lub mechanizm umożliwiający osobom posiadającym dobra i usługi kontakt z chętnymi do ich zakupu. Mamy różne rodzaje rynków np. towarowy, usług, finansowy, pracy, lokalny, regionalny, krajowy, międzynarodowy, kasowy i terminowy. Rynek pełni ważną funkcję jako miejsce spotkania sprzedających i nabywców umożliwia wymianę towaru na pieniądze i dokonanie transakcji. Nieodłącznym elementem rynku jest konkurencja, w jej wyniku kształtują się ceny. Gdy uznamy że dany produkt jest drogi nie kupimy go, natomiast jeśli jego cena będzie dla nas atrakcyjna to kupimy go więcej. W ten sposób wpływamy na cenę produktów oferowanych nam. Cena jest to wartość rynkowa towaru lub usługi wyrażona w pieniądzu. Zapotrzebowanie i zaoferowanie to dwa czynniki warunkujące istnienie rynku. Klienci wyrażają swoje pragnienia a przedsiębiorcy starają się temu sprostać. Głównym elementem rynku jest popyt i podaż. Popyt jest to ilość towaru, jaką nabywcy są skłonni kupić w określonym czasie i za ustaloną cenę. Wielkość popytu zależy od tego, po jakiej cenie producenci chcą sprzedać swoje towary. Podaż oznacza ilość towaru, którą dostawcy są skłonni dostarczyć na rynek w określonym czasie i po określonej cenie. Podaż zależy od cen towarów oferowanych do sprzedaży. Wysokość ceny na rynku zostaje ustalona samoczynnie w momencie wymiany informacji między producentami i konsumentami. Porównanie popytu i podaży na jednym wykresie daje obraz rynku, na którym spotkali się sprzedający i nabywcy wtedy występuje równowaga rynkowa. Stan równowagi rynkowej występuje bardzo rzadko. Ceny rynkowe niższe od ceny równowagi powodują powstanie nadwyżki popytu nad podażą, czyli niedoboru rynkowego. Nadwyżka rynkowa występuje przy przewadze podaży nad popytem. Analiza przedstawionych zadania przybliży tematykę rynku.

Zadanie 1.

Wypisz procesy transformacji polskiej gospodarki po 1989 r.

.....

.....

Zadanie 2.

Podaj różnice między gospodarką rynkową a gospodarką centralnie planowaną.

.....

.....

Zadanie 3.

Opisz trzy filary gospodarki rynkowej.

.....

.....

Zadanie 4.

Opisz korzyści i wady wprowadzenia systemu rynkowego do gospodarki polskiej.

.....

.....

Zadanie 5.

Wyjaśnij dlaczego w latach 80 brakowało w sklepach wiele podstawowych produktów, a ludzie kupowali wszystko co pojawiło się na półkach?

.....

.....

Zadanie 6.

Jakie znasz rodzaje rynków?

.....

.....

Zadanie 7.

Napisz czym różnią się dobra od zasobów?

.....

.....

Zadanie 8.

Napisz w jaki sposób twoja rodzina uczestniczy w rynku?

.....
.....

Zadanie 9.

Wyjaśnij znaczenie pojęć:

Podmioty gospodarcze

.....

Rynek dóbr i usług

.....

Rynek zasobów

.....

Zadanie 10.

Wyjaśnij pojęcia:

Cena

Popyt

Wielkość popytu

Podaż

Wielkość podaży

Cena równowagi rynkowej

Nadwyżka popytu

Nadwyżka podaży

Dobra substytucyjne

.....

Dobra konkurencyjne

.....

.....

Dobra komplementarne

.....

.....

Zadanie 11.

Opisz dowolne sytuacje w których konsumenci wpływają na ceny towarów. Odpowiedź uzasadnij.

.....

.....

Zadanie 12.

Podaj po trzy przykłady dóbr:

Komplementarnych	Substytucyjnych	Konkurencyjnych
.....
.....
.....

Zadanie 13.

Określ sytuacje, zaznacz literką D – popyt, S – podaż:

- Wzrost ceny cukru spowodował zmniejszenie wielkości produkcji pączków.
- Wczoraj kupiłam nową książkę.
- W galerii jest wyprzedaż odzieży.
- W naszej szkole są bezpłatne kursy.
- Udzielam koleżance płatnych korepetycji.

Zadanie 14.

Wstaw do tabeli pojęcia: prawo popytu, prawo podaży, równowaga rynkowa, wielkość popytu, wielkość podaży, cena równowagi rynkowej, dobra substytucyjne, dobra komplementarne.

Sytuacje	Pojęcia
Wraz ze wzrostem ceny rośnie ilość dóbr oferowanych	
Zadowoleni są konsumenci i producenci	
Ilość dóbr i usług dostarczonych na rynek po określonej cenie i w określonym czasie	
Ilość dóbr i usług, którą nabywcy są skłonni zakupić po określonej cenie i czasie	
Dobra które uzupełniają się nawzajem	
Ilość dóbr oferowanych na rynku rośnie wraz ze wzrostem ceny	
Sytuacja na rynku, kiedy ilość dóbr dostarczonych na rynek jest równa ilości dóbr nabytych przez konsumentów	
Dobra różniące się ceną ale zaspakajające tę sama potrzebę	

Zadanie 15.

Wpisz obok zdania prawdziwego literkę P, a obok fałszywego F.

- W cenie równowagi rynkowej wielkość popytu je równa wielkości podaży.
- Popyt to ilość towarów, którą dostawcy są skłonni dostarczyć na rynek w określonym czasie i po określonej cenie.
- Jeżeli jakość towaru jest lepsza, tym większa chęć kupienia dobra.
- Rynek lokalny to teren województwa, powiatu.
- Zasoby to wszystkie środki, które służą do produkcji dóbr lub świadczenia usług.
- Rynek nie chce stany równowagi.

Zadanie 16.

Za pomocą wykresu ustal cenę równowagi rynkowej dla precli sprzedawanych w sklepiku szkolnym.

Popyt i podaż kształtują się następująco:

Cena		0,50 zł	0,80 zł	1 zł	1,20 zł	1,50 zł	1,80 zł	2 zł
Ilość precli	popyt	80	75	70	60	55	40	30
	podaż	30	35	50	60	70	75	80

Zadanie 17.

Na podstawie danych w tabeli na popyt i podaż soków w sklepiku szkolnym, narysuj wykres oraz odpowiedz na pytania.

Cena	Ilość nabytych soków	Ilość zaoferowanych soków
1,40 zł	200	100
1,60 zł	180	110
1,80 zł	160	130
2,00 zł	140	140
2,20 zł	130	150
2,50 zł	120	180
2,80 zł	100	200

- Narysuj na wykresie krzywą popytu i podaży, zaznacz cenę równowagi rynkowej.
- Napisz ile wynosi cena równowagi rynkowej na soki sprzedawane w sklepiku szkolnym.

.....

- Napisz jak wpływa cena na popyt i podaż na soki w sklepiku szkolnym. Odpowiedź uzasadnij.

.....

.....

Zadanie 18.

Korzystając z danych w tabeli narysuj krzywą popytu na batoniki w twojej szkole, a następnie odpowiedz na pytania:

Cena	Ilość batoników
1 zł	85
1,20 zł	75
1,50 zł	70
1,70 zł	65
1,90 zł	60
2,10 zł	50

- a) Jeśli batonik kosztuje 2,20 zł, to popyt na nie wyniesie
- b) Jeśli batonik kosztuje 2,80 zł, to popyt na nie wyniesie
- c) Aby sprzedać 60 batoników to cena musi wynosić
- d) Aby sprzedać 85 batoników to cena musi wynosić

Zadanie 19.

Opisz dowolne trzy sytuacje dzięki którym sklepy sportowe w twoim regionie mogą zwiększyć swój udział na rynku. Odpowiedź uzasadnij.

.....

Zadanie 20.

Dlaczego konkurencja między producentami a konsumentami jest korzystna. Odpowiedź uzasadnij.

.....

.....

Zadanie 21.

W jaki sposób sprzedawcy powinni zachęcać do kupna swoich produktów nabywców? Odpowiedź uzasadnij.

.....

.....

Zadanie 22.

Uzupełnij tabelę wpisując rodzaj rynku ze względu na zasięg geograficzny i przedmiot transakcji.

Charakterystyka rynku	Rodzaj rynku
Cały kraj	
Rynek mięsny, meblarski	
Poszukujemy pracy	
Obszar województwa	
Rynek ubezpieczeń, transport	
Przedmiotem transakcji są kapitały krótko i długoterminowe	
Niewielki obszar np. gmina	
Cały świat	

Zadanie 23.

W wyniku wzrostu dochodów konsumentów cena równowagi rynkowej na rynku długopisów wzrosła o 1,50 zł do 2 zł. Dodatkowo wiadomo, że:

- Gdyby cena wynosiła 1 zł wielkość popytu wynosiłaby 4 sztuki.
- Pierwotna ilość wynosiłaby 2 sztuki, ostateczna 5 sztuk.
- Wyznacz liniową postać krzywych popytu i podaży.

Zadanie 24.

Przeczytaj zacytowane niżej tytułów artykułów z gazet, zdecyduj czy przedstawione w nich sytuacje mogą spowodować jakąkolwiek zmianę podaży na krajowym rynku samochodów. Jeżeli tak to opisz kierunek zmiany i zaznacz graficznie zmiany na wykresie.

Artykuł	podaż	popyt
„związki zawodowe fabryki Fiata nie zgadzają się na zwolnienia pracowników”		
„fabryka skraca czas produkcji samochodów”		
„strajk rozpoczyna się o 12.00 w południe”		
„stal drożeje”		
„fabryka samochodów w Polsce ogłosiła bankructwo”		
„ludzie kupują używane samochody”		

Zadanie 25.

Narysuj krzywe popytu i podaży zgodnie z danymi zawartymi w tabeli.

Wyznacz cenę i wielkość równowagi:

Cena (zł)	Wielkość popytu	Wielkość podaży
2,20	5	25
2,00	10	22
1,80	12	20
1,50	15	18
1,40	17	17
1,20	18	15
1,00	20	12
0,80	22	10
0,50	25	5

Zadanie 26.

Dopisz odpowiednie słowo:

..... to złożona relacja między ilością dobra, którą sprzedawcy są skłonni oferować w danym odcinku czasu, a ceną, przy założeniu, że inne zjawiska na rynku nie ulegną zmianie.

Zadanie 27.

Dopisz odpowiednie słowo:

Podobnie jak popyt, podaż nie jest określoną wielkością - określa się ją mianem wielkości podaży. Podaż jest bowiem relacją między ceną a ilością. Gdy danego dobra rośnie, producenci są zwykle skłonni dostarczyć większą ilość towaru.

Test sprawdzający

1. Gospodarka socjalistyczna:

- a) była efektywna,
- b) charakteryzowała się niską inflacją,
- c) charakteryzowała się stałym niedoborem towarów
- d) stawiała uprzywilejowaną pozycję własności prywatnej.

2. Przejście z gospodarki centralnej do rynkowej wymagało:

- a) likwidacji przedsiębiorstw prywatnych,
- b) reformy urzędów,
- c) restrukturyzacji gospodarki,
- d) sprzedaży większej ilości towarów.

3. O relacjach pomiędzy dochodami i wydatkami decyduje:

- a) cena
- b) popyt,
- c) giełda,
- d) reforma urzędów.

4. Prawo popytu mówi, że:

- a) producenci wolą sprzedawać taniej
- b) konsumenci wolą kupować taniej
- c) konsumenci wolą kupować drożej
- d) producenci wolą sprzedawać drożej

5. Cena równowagi rynkowej:

- a) występuje w momencie zrównoważenia popytu i podaży odp.
- b) zależy jedynie od producentów i ponoszonych przez nich kosztów
- c) jest ustalana przez konsumentów zgodnie z ich preferencjami
- d) jest ustalana przez ekonomistów na podstawie analiz rynku

6. Nadwyżka podaży to sytuacja, w której:

- a) cena towarów jest zbyt niska
- b) liczba kupujących jest zbyt duża
- c) na rynku brakuje towarów
- d) na rynku jest zbyt dużo towarów

7. Upalne lato i susza spowodują zapewne:

- a) wzrost podaży owoców, na skutek czego wzrośnie ich cena
- b) spadek podaży owoców, na skutek czego spadnie ich cena
- c) wzrost podaży owoców, na skutek czego spadnie ich cena
- d) spadek podaży owoców, na skutek czego wzrośnie ich cena

8. Wzrost popytu na pomarańczowe tenisówki może być spowodowany przez:

- a) podwojenie wydajności maszyn szwalniczych
- b) wzrost ceny pomarańczowego barwnika używanego przy farbowaniu materiału
- c) trendy w modzie i wzrost popularności sportowego trybu życia
- d) wzrost zatrudnienia w przedsiębiorstwie obuwniczym

9. Dobrami komplementarnymi są:

- a) Coca-Cola i Pepsi-Cola
- b) dysk twardy i komputer
- c) chusteczki higieniczne i ręczniki papierowe
- d) zapalki i zapalniczka

10. Prawo podaży mówi, że:

- a) producenci wolą sprzedawać taniej
- b) konsumenci wolą kupować taniej
- c) konsumenci wolą kupować drożej
- d) producenci wolą sprzedawać drożej

11. Cena równowagi rynkowej:

- a) jest ustalana przez producenta,
- b) jest ustalana przez konsumentów,
- c) satysfakcjonuje konsumentów i producentów,
- d) często występuje na rynku.

12. Jeżeli popyt jest nieelastyczny, a cena dobra wzrosła, to przychody całkowite firm:

- a) wzrosną,
- b) spadną,
- c) pozostaną bez zmian,
- d) żadna z powyższych.

13. Jeżeli konsumenci wydają mniej na produkt po spadku jego ceny, to:

- a) popyt jest elastyczny,
- b) popyt jest neutralny,
- c) popyt jest nieelastyczny,
- d) popyt jest sztywny.

14. Jeżeli konsumenci wydają więcej na produkt po spadku jego ceny, to:

- a) popyt jest elastyczny,
- b) popyt jest neutralny,
- c) popyt jest nieelastyczny,
- d) popyt jest sztywny.

15. Jeżeli popyt jest nieelastyczny, a cena dobra wzrosła, to przychody całkowite firm:

- a) wzrosną,
- b) spadną,
- c) pozostaną bez zmian,
- d) żadna z powyższych.

16. Cena równowagi pewnego dobra jest to cena:

- a) wywołująca nadwyżkę rynkową,
- b) ustalona administracyjnie,
- c) minimalna,
- d) wyznaczona przez przecięcie się krzywych popytu i podaży.

17. Zakładamy, że towary Y i X są substytutami. Jeżeli nastąpi wzrost ceny towaru Y możemy wnioskować że:

- a) zwiększy się podaż Y,
- a) zmniejszy się podaż Z,
- b) zwiększy się popyt na towar Z,
- c) zmniejszy się popyt na towar Y i Z.

18. Zakładamy, że dobra Y i Z są dobrami komplementarnymi. Jeżeli nastąpi wzrost ceny dobra Y możemy wnioskować, że:

- a) zwiększy się podaż dobra Y,
- b) zmniejszy się podaż dobra Z,
- c) zmniejszy się popyt na dobra Y i Z,
- d) zmniejszy się popyt na dobra Z.

19. Krzywa popytu na kawę przesunęła się w prawo, przesunięcie to mogło być spowodowane przez:

- a) spadek zmiany substytutów kawy,
- b) spadek ceny produktów komplementarnych, np. spadek ceny cukru, mleczka do kawy,
- c) spadek dochodów konsumentów,
- d) spadek cen kawy.

20. Zmiana podaży może być skutkiem zmiany:

- a) dochodów konsumenta,
- b) technologii,
- c) ceny dóbr komplementarnych,
- d) ceny dóbr substytucyjnych.

21. Prawo popytu mówi, że:

- a) jeżeli obniża się podaż, obniża się cena,
- b) wszelka zmiana ceny spowodowana jest zmianą popytu,
- c) występuje bezpośrednia zależność między ceną a wielkością popytu,
- d) występuje odwrotna zależność między ceną a wielkością popytu.

Odpowiedzi do testu:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
c	c	b	b	a	d	d	c	b	d	c	a	c	a	a	d	c	d	b	b	d

Literatura:

Korba J., Smutek Z., *Podstawy przedsiębiorczości*, seria „Odkrywamy na nowo”, wyd. Operon, Warszawa 2012.

Garbacik K., Żmiejko M., *Czas na przedsiębiorczość. Zakres podstawowy*, wyd. PWN, Warszawa 2008.

Musiakiewicz J., *Zarys przedsiębiorczości*, wyd. Ekonomik, Warszawa 2012

Makieła Z., Rachwał T., *Krok w przedsiębiorczość*, wyd. Nowa Era, Warszawa 2012.

Ekonomia Stosowana, wyd. Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.

Jakubowski J., Maj T., Załęski P., *Podstawy przedsiębiorczości*, wyd. Pazdro, Warszawa 2003.

Hazlitt H., *Ekonomia w jednej lekcji*, wyd. Znak, Kraków 1993.

Mierzejewska-Majcherek J., *Podstawy ekonomii*, wyd. Defin, Warszawa 2009.

Filar D., Rzońcy A., Wójtowicz G., *Ekonomia po polsku*, wyd. CeDeWu, Warszawa 2007.

CZEŚĆ 2

Alina Kuźdzał Instytucje rynkowe

Wstęp

„Rzecz sprowadza się do tego: albo ty będziesz kontrolować pieniądze, albo pieniądze będą kontrolować ciebie. A żeby kontrolować pieniądze, musisz nimi zarządzać”.

T. Harv Eker

Jak najbardziej należy się z tym zgodzić, ponieważ trudno wyobrazić sobie życie bez pieniędzy. Historia pieniądza sięga najdawniejszych czasów. Początkowo za pieniądź służyło wszystko to, co akceptowane było przez kupujących i sprzedających. Najpopularniejszymi formami pieniądza były cenne metale, takie jak złoto, srebro i miedź, czy też tytoń, sól, skóry, lub zboże. Był to tzw. pieniądź towarowy. Przełomowym momentem w dziejach pieniądza było pojawienie się jego kruszcowej formy, a w dalszej kolejności monet i formy papierowej. Współcześnie coraz popularniejszy jest pieniądź bezgotówkowy tzw. elektroniczny. Pieniądź w życiu każdego społeczeństwa, a tym samym każdej jednostki spełnia określone funkcje. Jest miernikiem wartości, środkiem płatniczym, środkiem wymiany, tezauryzacji, dlatego też musi posiadać określone cechy. Cechy te ułatwiają posługiwanie się pieniędzmi w codziennym życiu.

Motywy działania każdego człowieka jest zaspokojenie jego nieograniczonych potrzeb. Działania takie są łatwiejsze i szybsze, gdy mamy odpowiedni zasób gotówki. Jest to trudna sztuka, ale możemy spróbować się nauczyć dbać o swoje finanse. W pierwszej kolejności należy odpowiedzieć na następujące pytania: oszczędzam, czy pożyczam, oszczędzam a może inwestuję, co może mi się przydarzyć, jak, ile i za ile pracować, aby później cieszyć się przyszłą emeryturą.

W potocznym języku oszczędzanie i inwestowanie uważa się za tożsame. Jednak pojęcia te coś różni. Oszczędzanie to ograniczenie konsumpcji, żeby zgromadzić nadwyżki finansowe, przy minimum ryzyka. Z kolei inwestowanie to aktywne działanie, mające na celu podniesienie wartości i otwieranie nowych perspektyw. Obarczone jest ono jednak pewnym ryzykiem, które zależy od skali i formy inwestycji. Nasze oszczędzanie i inwestowanie organizują dla nas różne instytucje rynkowe i one też zapewniają do tego odpowiednie narzędzia. Oszczędzamy najczęściej na lokatach bankowych. Pieczę nad naszymi pieniędzmi pełni Bankowy Fundusz Gwarancyjny. Inwestowanie wiąże się z rynkiem kapitałowym, na którym występuje olbrzymia ilość form inwestowania, co utrudnia ich rzetelną ocenę i właściwy wybór. Dobry inwestor na pewno musi zachować pewną dyscyplinę i rozsadek. Jednak oszczędzanie i inwestowanie wzajemnie się przenikają, gdyż nie ma inwestycji bez oszczędności. Pojawia się tu kolejne pytanie - ile naszych pieniędzy powinno być ulokowanych w bezpiecznych instrumentach finansowych, a ile w tych bardziej ryzykownych. Oprócz środków finansowych z oszczędności, czy inwestycji źródłem finansowania potrzeb są kredyty i pożyczki. Tu również mamy pewien wybór bank, czy instytucja finansowa. Na pewno na każdym kroku potrzebny jest rozsadek i rozwaga, a także umiejętność analizowania i oceny ofert, aby nie wpaść w wir pułapki kredytowej.

Każdemu w różnym czasie mogą przytrafić się nie przewidziane przykre sytuacje życiowe. Często mówi się „Mądry Polak po szkodzie”. My możemy być mądrzy przed szkodą, korzystając z ubezpieczeń, które pozwolą złagodzić skutki nieprzewidzianych sytuacji wypadkowych. Z ubezpieczeniami wiąże się także nasza przyszłość na emeryturze. Dla młodych ludzi emerytura to bardzo odległa przyszłość. Dlatego też, powszechny system emerytalny jest obowiązkowy – dwa jej filary. Trzeci filar jest dobrowolny. Warto jednak pamiętać, że na wysokość przyszłej emerytury wpływa zgromadzony kapitał w czasie aktywności zawodowej i wiek przejścia na emeryturę.

Wykonanie przedstawionych ćwiczeń, zadań praktycznych i analiza przypadków oraz rozwiązanie testu umożliwi nabycie nie tylko wiedzy, ale i umiejętności dokonywania właściwych wyborów teraz i w przyszłości uwzględniając możliwości i oczekiwania.

Zadanie 1.

Tomek jest zapalonym wędkarzem. Wracając ze szkoły do domu zobaczył na wystawie sklepowej sprzęt wędkarski, który kosztował 2500 zł. Postanowił, go kupić. Na książęce oszczędnościowej ma 3000 zł. Na jutro poszedł do banku i wybrał potrzebną kwotę, przy okazji zapłacił rachunek za telefon. Po otwarciu sklepu kupił wymarzony sprzęt. Na podstawie tekstu, wskaż czynności lub zdania wskazujące na funkcje, którą pełni pieniądź.

Zadanie 2.

W czasie robienia dużych zakupów, zwłaszcza w okresie przedświątecznym jesteśmy narażeni na otrzymanie fałszywych pieniędzy. W interesie wszystkich jest to, aby banknoty były trudne do podrobienia. Według polskich unormowań prawnych wyłączne prawo emitowania środków pieniężnych posiada NBP. Na podstawie przedstawionych wzorów banknotów 200 zł odpowiedz na pytania:

1. W jaki sposób można ocenić czy banknot jest fałszywy czy prawdziwy?
2. Oryginalny banknot ma różne zabezpieczenia, wymień co najmniej sześć z nich i wskaż na banknocie.



Źródło: NBP

Zadanie 3.

Jakim cechom pieniądza odpowiadają następujące określenia:

- 100 zł można rozmiąć na 2 banknoty po 50 zł
- Idę na zakupy, mając w portfelu 200 zł
- Za swoje zakupy nie mogę zapłacić monetami z klasera

Zadanie 4.

W większości państw europejskich króluje wspólna waluta euro. W Polsce zdania na temat wejścia do strefy euro są podzielone. A ty jak myślisz?. Podaj po 3 przykłady za i przeciw przyjęciu waluty euro w Polsce.

Zadanie 5.

Uzupełnij brakujące wyrazy w tekście.

Narodowy Bank Polski to bank Jako bank emisyjny ma wyłączne emitowania polskich znaków pieniężnych w postaci i Wypełnia zadania określone w ustawie o Narodowym Banku Polskim i ustawie Gwarantuje to NBP od innych organów państwa Organami Narodowego Banku Polskiego są: prezes NBP, oraz Obsługą klientów indywidualnych, przedsiębiorstw i innych jednostek zajmują się banki

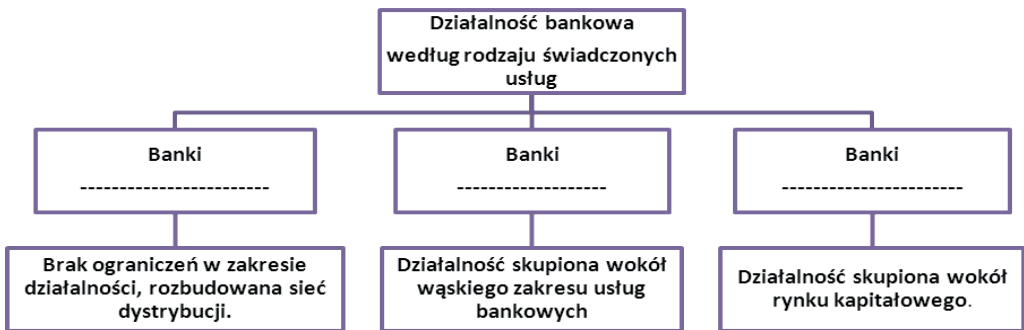
Zadanie 6.

Które poniżej przedstawione zdania są prawdziwe, a które fałszywe – wstaw literę P lub F w wy kropkowane miejsca

- Banki komercyjne nie podlegają pod NBP.....
- Instytucje finansowe nie są bankami.....
- W gospodarce rynkowej typowy jest jednoszczelbwy system bankowy
- Celem działania banków komercyjnych jest osiągnięcie zysku.....

Zadanie 7.

Uzupełnij schemat

**Zadanie 8.**

Karol Walczak posiada konto osobiste w BS nr 89000902158013568900002140. W dniu 3 kwietnia 2013 r. postanowił zapłacić przelewem za zakupione buty w firmie Butex, nr rachunku w banku BPH S.A. 02-2221222333344451112233445. Wypisz polecenie przelewu za Karola. Druk polecenia przelewu jest dostępny w każdym banku.

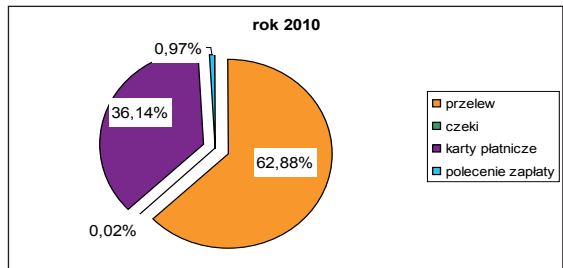
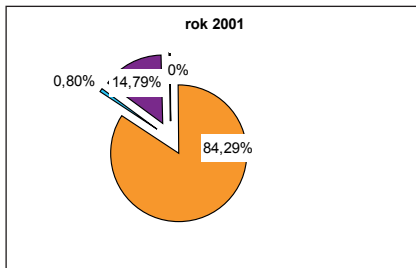
Zadanie 9.

Twoja mama wszystkie opłaty i przelewy robi tradycyjnie w banku. Uważasz, że traci niepotrzebnie czas i ponosi dodatkowe koszty. Powinna korzystać z bankowości internetowej. Wymień co najmniej 3 korzyści wynikające z takiej formy usług bankowych. Zwróć uwagę również na minusy tej formy płatności.

Zadanie 10.

Dokonaj charakterystyki (na podstawie wykresów) zmian struktury transakcji bezgotówkowych w Polsce w roku 2001 i 2010:

- 1) Uzasadnij twierdzenie – W Polsce nastąpił wzrost wykorzystywania kart płatniczych.
- 2) Podaj przykłady czynników, które mają wpływ na zmianę struktury wykorzystania różnych instrumentów płatniczych.



Źródło: NBP

Zadanie 11.

Z danych NBP wynika, że wśród kart płatniczych największy wzrost osiąga rynek kart kredytowych. Liczba transakcji w 2012 roku za pomocą kart kredytowych była o 10,9% większa niż w roku poprzednim. Jednak kredyt w karcie należy do drogich (nawet ponad 20% w skali roku).

- 1) Jakimi kryteriami będziesz się kierował przy wyborze karty kredytowej danego banku?
- 2) Poradź swoim znajomym jak mądrze korzystać z takich kart?

Zadanie 12.

Pan Tomasz Kowalski wpłacił na lokatę 10 000 zł, a po 4 latach przybyło 4641 zł odsetek (bez opodatkowania). Ile wynosiło roczne oprocentowanie lokaty, wiedząc, że była ona kapitalizowana rocznie.

Zadanie 13.

Kontrahent zobowiązał się zapłacić nam za towar w ciągu 3 miesięcy, w trzech równych ratach po 1500 zł. Każda rata będzie wpływać na nasze konto na początku miesiąca. Sprawdź, czy opłaca się nam otrzymać natychmiast całą kwotę 4500 zł, czy pozwolić kontrahentowi na spłatę w ratach, przyjmując, że dyskonto miesięczne wynosi 3%.

Zadanie 14.

Pani Emeryka otrzymała niespodziewanie pewną kwotę pieniężną. Aby, nie trzymać tych pieniędzy w domu, wyrównała swoje zobowiązania, a 10.000 zł postanowiła przeznaczyć na przyszłość. Analizowała różne oferty, ale zupełnie nie zastanawiała się nad ich bezpieczeństwem. Sprawdzała rynek tylko pod względem wysokości oprocentowania. Banki oferowały niskie oprocentowania, a instytucje finansowe sąsiadujące z nimi prawie „góry złota”. Świetnie przygotowany personel tych instytucji, tak przedstawił wizję inwestycji, że Pani Emeryka nie pamiętając nawet w co? inwestuje prawie podpisała umowę. Zapomniała jednak okularów i zabrała umowę do domu do przeczytania.

1. Na jakie elementy umowy powinna zwrócić uwagę Pani Emerytka?
2. Czy instytucje finansowe mogą przyjmować depozyty pieniężne i lokować je na lokatach? – odpowiedź uzasadnij.

3. Dlatego tak łatwo, przyciągnąć klientów i zachęcić do korzystania z usług różnych instytucji finansowych?
4. Jak sprawdzić wiarygodność instytucji finansowych?

Zadanie 15.

Jesteś dobrym znajomym Pani Emerytki przekonaj ją do ulokowania swoich pieniędzy na lokacie bankowej. Na co będziesz zwracać uwagę przy wyborze lokaty?

Zadanie 16.

Swoje propozycje możesz przedstawić w sposób bardziej obrazowy i przekonujący wykonując przykładowe wyliczenia:

- a) Oblicz odsetki od lokaty bankowej wysokości 10.000 zł o oprocentowaniu nominalnym 5% w skali roku. Lokata założona na rok.
- b) Lokata założona na 2 lata. Oprocentowanie 5% w skali roku. Załóż kapitalizację roczną i kapitalizację kwartalną. Oblicz wartość końcową lokaty i oprocentowanie efektywne.
- c) W poprzednich obliczeniach (punkt b) nie wzięto pod uwagę stopy inflacji. Oblicz realną stopę procentową i zysk z lokaty. Pamiętaj, aby uwzględnić podatek od dochodów kapitałowych.

Zadanie 17.

Państwo Kwiatkowscy planują zmianę mebli w salonie. Meble te, kosztują 7000 zł. wynagrodzenie pana Kwiatkowskiego netto to 2500 zł, natomiast pani Kwiatkowska zarabia 1500 zł. Państwo Kowalscy mają 2 dzieci. Miesięczne wydatki tej pary małżeńskiej kształtują się na poziomie 2700 zł. Czy państwo Kowalscy mogą sobie pozwolić na to, by zaciągnąć kredyt na meble. Określ zdolność kredytową Kowalskich. Jak wyglądała by zdolność kredytowa Kwiatkowskich, gdyby pani Kwiatkowska straciła pracę?

Zadanie 18.

Tomasz Kowalski chce zaciągnąć kredyt gotówkowy w banku na kwotę 50.000 zł. na okres 1 roku. Kredytodawca (Bank) po wstępnej analizie zdolności kredytowej zaproponował następujący wariant spłaty kredytu:

Całość kredytu wymagalna będzie w ostatnim dniu obowiązywania umowy kredytowej, odsetki od kredytu na poziomie 12% rocznie mogą zostać zapłacone w momencie spłaty zobowiązania. T. Kowalski posiada rachunek bankowy w tym banku, dlatego też prowizja bankowa wynosi 1% kwoty kredytu. Ubezpieczenie kredytu 0,5%. Zostanie ono wraz z prowizją potrącone z kwoty kredytu. Na podstawie wzoru:

$$\text{Odsetki od kredytu} = K * R * \frac{t}{365} \quad (12)$$

gdzie:
K – kwota kredytu
R – roczna stopa oprocentowania kredytu
t – okres trwania kredytu w dniach/ miesiącach
365 – długość roku bankowego w dniach/miesiącach

Dokonaj obliczeń i udziel odpowiedzi na następujące pytania:

1. Jaką kwotę otrzyma T. Kowalski, a jaką zwróci po roku?
2. Jaki jest łączny koszt kredytu?

Zadanie 19.

Tomasz Kowalski przeanalizował swoją sytuację finansową i możliwości pozyskania dodatkowego dochodu i nie zgodził się na przedstawioną wcześniej propozycję. Chce spłacić kredyt najdłużej przez rok w ratach malejących lub równych. Bank przedstawił dwie symulacje planu spłaty kredytu. W domu okazało się, że deszcz zmył niektóre liczby.

Pomóż Panu Kowalskiemu uzupełnić brakujące miejsca planu spłaty kredytu. Odsetki liczone dla 1 miesiąca, rok 12 miesięcy.

Plan spłaty - raty płatności równe					
Lp	Saldo początek miesiąca	Raty płatności	Kapitał	Odsetki	Saldo koniec miesiąca
1.	50 000	4 442,44	3 942,44	500,00	46 057,56
2.		4 442,44		460,58	
3.					
4.			4 061,90		
5.					
6.				298,90	
7.			4 184,98		
8.		4 442,44			
9.					
10.					
11.					
12.			4 354,91	43,98	
Σ			50 000,01	3 309,27	

Plan spłaty - raty płatności malejące					
Lp	Saldo początek miesiąca	Raty płatności	Kapitał	Odsetki	Saldo koniec miesiąca
1.	50 000	4 666,67	4 166,67	500,00	45 833,33
2.				458,33	
3.			4 166,67		
4.		4 541,67			
5.		4 500,00		333,33	
6.					
7.			4 166,67		
8.					
9.				166,67	
10.		4 291,67			
11.					
12.			4 166,67	41,67	
Σ			50 000,00	3 250,00	

Źródło: opracowanie własne

- a) Oblicz całkowity koszt kredytu, wiedząc że Bank nie pobiera prowizji od kredytu, a ubezpieczenie pozostaje na tej samej wysokości.
- b) Która z przedstawionych opcji jest korzystniejsza i w jakiej sytuacji?

Zadanie 20.

Po przedstawieniu powyższych propozycji Pan Kowalski zaproponował dodatkowe zabezpieczenie kredytu i skrócenie okresu spłaty do 6 miesięcy. Kredytodawca zgodził się na propozycję i dodatkowo zrezygnował z prowizji od kredytu i ubezpieczenia. Jakie będą całkowite koszty kredytu?

Lp.	Plan spłaty raty równe			Plan spłaty raty malejące		
	Raty	Kapitał	Odsetki	Raty	Kapitał	Odsetki
1.	8 627,42	8 127,42	500,00	8 833,33	8 333,33	500,00
2.	8 627,42	8 208,69	418,73	8 750,00	8 333,33	416,67
3.	8 627,42	8 290,78	336,64	8 666,67	8 333,33	333,33
4.	8 627,42	8 373,69	253,73	8 583,33	8 333,33	250,00
5.	8 627,42	8 457,43	169,99	8 500,00	8 333,33	166,67
6.	8 627,42	8 542,00	85,42	8 416,67	8 333,33	83,33
Σ						

Zadanie 21.

Na podstawie przedstawionych propozycji odpowiedz na pytania:

- Z jakich elementów składa się rata spłacanego kredytu?
- Jaki jest ogólny koszt kredytu przy tych propozycjach i od czego on zależy?
- Który z wariantów jest najkorzystniejszy i od czego zależy wybór formy spłaty kredytu?

Zadanie 22.

Chcesz kupić nowy laptop, który kosztuje 2530 zł. Pracując przy koszeniu trawników zarobiłeś 1000 zł. Brakuje Ci więc 1530 zł. Rodzice mogą ci dołożyć do zakupu, ale w ratach co miesiąc po 510 zł, co oznacza, że laptop kupisz za 3 miesiące. Przechodząc koło sklepu, zauważyłeś, że są duże promocje. Zakup sprzętu jest możliwy w 2 wariantach.

- Możesz kupić laptop za gotówkę, wtedy otrzymasz rabat w kwocie 130 zł.
- Możesz kupić sprzęt na raty: oprocentowanie kredytu ratalnego 10%, prowizja dla sprzedającego 1%, musisz wykupić ubezpieczenie miesięczne przez okres kredytowania w kwocie 10 zł miesiąc. Minimalny okres kredytowania 6 miesięcy.

Możesz także poprosić rodziców o zaciągnięcie dla Ciebie kredytu w banku. Będziesz go spłacał z kieszonkowego i wynagrodzenia za pracę na umowę zlecenie. Możesz poznać na spłatę 140 zł miesięcznie. Bank nie pobiera od takiej kwoty prowizji, oprocentowanie kredytu wynosi 12%. Sprawdź co jest najbardziej opłacalne?

Zadanie 23.

Wyobraź sobie sytuację, że wygrałeś w lotto. Pewną kwotę przeznaczyłeś na bieżące wydatki, ale znaczną część wygranej chcesz zainwestować.

- a) Oceń cechy poszczególnych inwestycji wpisując N - ocena niska, S - średnia, W - wysoka. Połowę wygranej kwoty chcesz zainwestować bezpiecznie, a resztę chcesz szybko pomnożyć. Co wybierzesz?

Inwestycje	Zysk	Ryzyko	Płynność	Czas
Obligacje komunalne				
Waluty: Euro				
Złoto				
Bizuteria				
Akcje				
Działki – tereny pod zabudowę				
Jednostki uczestnictwa				

Zadanie 24*.

Masz do wyboru 3 inwestycje. Inwestycja A powinna dać na 50% zysk 20%. Z kolei inwestycja B ma 20% szans na zysk w wysokości 30% i 80% szans na zysk 10%. Ostatnia z inwestycji powinna na 90% przynieść zysk 10%. Którą inwestycje wybierzesz i dla czego?

Zadanie 25*.

Założmy, że zainteresowały Cię 3 spółki: A ma C/Z na poziomie - 15, B na poziomie - 10, a spółka C -7. Spółki B i C mają przed sobą podobne perspektywy. Jakich informacji dostarczają Ci wartości wskaźników. Którą, z spółek będziesz brał pod uwagę w momencie inwestycji?

Zadanie 26.

Pan Malinowski rok temu kupił akcje na giełdzie o wartości 120 tys. zł, a teraz je sprzedał za 135 tys. zł. Oblicz wielkość zysku uwzględniając podatek, przyjmując, że stawka podatku od zysków kapitałowych wynosi 19%.

Zadanie 27*.

Przedsiębiorstwo OKA S.A. wyemitowało 5000 akcji o wartości nominalnej 12 zł. Cena emisyjna akcji ustalona została na poziomie 15,50 zł i po takiej cenie wszystkie akcje zostały sprzedane. Jaka kwota po emisji zasilił kapitał zapasowy?

Zadanie 28.

Prześledź przez pięć dni (w Internecie) dzienne wyniki notowań dwóch spółek z województwa podkarpackiego (o ile to możliwe z tej samej branży) oraz zmiany indeksu giełdowego WIG-20.

Data	WIG-20		Spółka		Spółka	
	kurs	zmiana %	kurs	zmiana %	kurs	zmiana %

Odpowiedz na pytanie:

1. Czy indeks WIG – 20 spada czy rośnie? Jakie przyczyny spadków lub wzrostów podają analitycy giełdowi w komentarzach.
2. Podaj krótką charakterystykę analizowanych spółek
3. Jakie są prognozy analityków giełdowych odnośnie tych spółek (możesz skorzystać ze stron Bankier.pl).

Zadanie 29*.

Zamierzasz przeprowadzić transakcję krótkiej sprzedaży na akcjach XYZ. Aktualny kurs tej spółki to 59,20 zł. Spodziewany kurs na koniec miesiąca to 55,00 zł. Prowizja maklerska – 1% od transakcji. Stopa depozytu zabezpieczającego – 20%. Ustal spodziewaną procentową stopę zwrotu z tej inwestycji.

Zadanie 30.

Na podstawie wykresu odpowiedz na pytanie - W jakich granicach mieści się kurs WIG-20 od listopada do stycznia 2013 r. oraz kurs zamknięcia w dniu 27 lutego 2013.



Zadanie 31.

Ania jest studentką ostatniego roku marketingu i zarządzania. Zatrudniła się biurze jednej z dużych firm na umowę zlecenie. Jest to umowa cywilnoprawna. Umowa taka jest dla obu stron korzystna.

1. Podaj przykład korzyści zatrudnienia na taką umowę dla zleceniodawcy i zleceniobiorcy.
2. Jak wygląda w tym przypadku kwestia ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego?
3. Gdyby Ania pozostała w firmie po zakończeniu studiów i była zatrudniona na umowę zlecenie, jakie obowiązki ubezpieczeniowe ciążyły by na zleceniodawcy?

Zadanie 32.

Wynagrodzenie pracownika wynosi 4200 zł brutto. Ile wynosi kwota odliczeń na ubezpieczenie zdrowotne i chorobowe od tego wynagrodzenia?

Zadania 33.

Zasiłek chorobowy jest wypłacany już od pierwszego dnia choroby, po przedstawieniu zwolnienia lekarskiego. Jego wysokość – 100%, 80% i 70% jest uzależniona od kilku czynników. Na podstawie informacji z ZUS (możesz skorzystać ze stron internetowych ZUS) ustal wysokość zasiłku chorobowego dla następujących sytuacji:

- a) Jola zachorowała na gripę ma 5 dni zwolnienia lekarskiego - % podstawy wymiaru.
- b) Krzysztof złamał rękę wykładając towar w sklepie, gdzie pracuje %.
- c) Karolina pracownica zakładu krawieckiego przebywa w szpitalu %.
- d) Bezrobotny Jerzy choruje na kręgosłup %. (Czy Jerzy otrzyma zasiłek chorobowy?).

Zadanie 34.

Chcesz ubezpieczyć swój samochód. Masz do wyboru dwóch ubezpieczycieli. Na jakie elementy umowy ubezpieczeniowej zwrócisz uwagę, wiedząc że koszt ubezpieczenia jest taki sam w obu przypadkach. Dodatkowo chcesz wykupić ubezpieczenie AC.

Zadanie 35.

System emerytalny składa się z trzech filarów. Dwóch obowiązkowych i jednego dobrowolnego. W drugim filarze możesz wybrać dowolny fundusz OFE lub zostaniesz wylosowanym. Masz do wyboru trzy fundusze OFE. Jakimi kryteriami będziesz się kierował przy wyborze twojego funduszu OFE?

Wartość jednostki rachunkowej na 2013-02-22		Zmiana wartości jednostki rozrachunkowej		Aktywa netto funduszu mln zł.	Liczba członków
		1 rok	3 lata		
OFE – A.	35,19 zł	14,60%	16,30%	2 369,72	305.738
OFE – B	36,24 zł	12,13%	21,28%	64 169,71	2 938 016
OFE - C	32,60 zł	11,80%	19,86%	9 394,55	658 131

Strategia OFE – A – celem funduszu jest uzyskanie poziomu bezpieczeństwa lokowania składek, zachowanie minimum ryzyka. Fundusz lokuje swoje środki w obligacje, bony skarbowe.

Strategia OFE – B - W aktywach Funduszu znaczną pozycję zajmują akcje polskich przedsiębiorstw ok. 33%. Część aktywów stanowią obligacje przedsiębiorstw zamienne na akcje. Systematycznie pomnażane są wartości środków na rachunkach jego uczestników tak, aby przyniosły jak najwyższy dochód.

Strategia OFE – C- Największa część aktywów Funduszu lokowana jest w obligacjach i bonach skarbowych. Zakładamy, że opłata za zarządzanie - 0,045%/ miesiąc i Prowizja 4,35% jest taka sama we wszystkich funduszach.

Zadanie 36.

Na podstawie czterech przypadków wyjaśnij od czego zależy wysokość przyszłej emerytury i jaki wpływ możesz na nią mieć.

Wyszczególnienie	Jola	Tomek	Kasia	Marcin
Średnia pensja brutto	1800 zł	1800 zł	2500 zł	3500 zł
Lata pracy	45	47	45	45
Składki I i II filar	542431	607976	753377	1107510TEST+ 62271 (III f)
Pensja końcowa netto	3421	3421	4677	6502
Emerytura	1749	1953	2381	3067 +1267=4334
Stopa zastąpienia	51%	57%	51%	66%

Źródło: opracowanie na podstawie <http://www.ingzycie.pl/przewodnik/kalkulator-emerytalny>

Test sprawdzający

1. Która z przedstawionych wersji przedstawia właściwą kolejność ewolucji form pieniądza?

- a) pieniądz kruszcowy - papierowy – elektroniczny - towarowy,
- b) pieniądz towarowy - papierowy - kruszcowy - elektroniczny,
- c) pieniądz elektroniczny - papierowy – kruszcowy - towarowy,
- d) pieniądz towarowy - kruszcowy - papierowy – elektroniczny.

2. Podstawowym celem Narodowego Banku Polskiego jest:

- a) wspieranie rozwoju i wzrostu gospodarczego Polsce,
- b) rozwój przedsiębiorczości,
- c) utrzymanie stabilnego poziomu cen w gospodarce,
- d) ograniczenie zjawiska bezrobocia i migracji zarobkowej.

3. Główne zadania banków komercyjnych to:

- a) gromadzenie środków pieniężnych, udzielenie kredytów i pożyczek oraz dokonywanie rozliczeń pieniężnych,
- b) przechowywanie oszczędności osób fizycznych i przedsiębiorstw,
- c) prowadzenie polityki pieniężnej oraz kupno i sprzedaż walut,
- d) emisja pieniądza.

4. Kredyt zaciągany w celu spłaty kilku bankowych zobowiązań, to:

- a) kredyt hipoteczny,
- b) kredyt odnawialny,
- c) kredyt konsolidacyjny,
- d) kredyt inwestycyjny.

5. Lokata, której oprocentowanie rośnie wraz z każdym miesiącem przechowywania środków w banku, to:

- a) lokata terminowa,
- b) lokata rentierska,
- c) lokata inwestycyjna,
- d) lokata progresywna.

6. Debet na rachunku bankowym oznacza:

- a) zgromadzone środki pieniężne będące w dyspozycji właściciela rachunku,
- b) ujemny stan salda środków na rachunku,
- c) wykorzystanie środków finansowych z kredytu bankowego,
- d) deficyt budżetowy.

7. Rynek kapitałowy jest częścią rynku:

- a) towarowego,
- b) finansowego,
- c) pieniężnego,
- d) pracy.

8. Giełda papierów wartościowych to:

- a) miejsce wymiany towarowo – pieniężnej,
- b) miejsce handlu długoterminowymi instrumentami finansowymi,
- c) zrzeszenie akcjonariuszy,
- d) pierwotny rynek kapitałowy.

9. Hossa na giełdzie oznacza:

- a) spadek cen akcji,
- b) wzrost cen akcji,
- c) brak zmian w obrocie akcjami na giełdzie,
- d) wzrost barteru.

10. Głównym miernikiem koniunktury na GPW jest:

- a) WIG 20,
- b) WIRR,
- c) WIBOR,
- d) WIG.

11. Który rodzaj lokat obciążony jest najmniejszym ryzykiem:

- a) zakup obligacji skarbu państwa,
- b) zakup akcji największej spółki notowanej na giełdzie,
- c) zakup złota,
- d) zakup jednostek uczestnictwa.

12. Do obowiązkowych ubezpieczeń społecznych należą:

- a) ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej,
- b) ubezpieczenia emerytalne, rentowe, wypadkowe,
- c) ubezpieczenia komunikacyjne i majątkowe,
- d) ubezpieczenie od nieszczęśliwych wypadków, chorobowe.

13. Składki na ubezpieczenie wypadkowe przeznaczone są na:

- a) świadczenia dla osób, które utraciły zdolność do pracy w wypadku przy pracy lub choroby zawodowej,
- b) na wypłatę emerytur i rent,
- c) dla osób, które chorują,
- d) dla osób, które zostały ranne w wypadku samochodowym.

14. Zadaniem otwartych funduszy emerytalnych OFF jest:

- a) pobieranie składek na obowiązkowe ubezpieczenie emerytalne, rentowe i wypadkowe,
- b) waloryzacja składek ubezpieczeniowych,
- c) inwestowanie części składki emerytalnej na rynku finansowym i kapitałowym,
- d) oferowanie dodatkowych ubezpieczeń.

15. System ubezpieczeń społecznych w Polsce składa się z:

- a) trzech zależnych od siebie filarów - dwóch obowiązkowych i jednego dobrowolnego,
- b) trzech odrębnych filarów – dwóch obowiązkowych i jednego dobrowolnego,
- c) trzech zależnych od siebie filarów,
- d) żadna odpowiedź nie jest prawidłowa.

Odpowiedzi do testu.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
D	C	A	C	D	B	B	D	B	A	A	B	A	C	B

Literatura:

Mierzejewska-Majcherek J., *Podstawy ekonomii*. wyd. Difin, Warszawa 2007.

Patena W., Cwynar W., *Podręcznik do bankowości*. wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2007.

Korba J., Smutek Z., *Podstawy ekonomii*, wyd. Operon, Warszawa 2012.

Alina Kuźdzał

Państwo i gospodarka

Wstęp

„Co dla państwa nie jest szkodliwe, nie przynosi szkody i obywatelowi”

Marek Aureliusz

Obecność państwa w gospodarce można zauważyć na każdym kroku. To państwo tworzy prawne warunki gospodarowania, utrzymuje ważne instytucje publiczne (np. sądy, wojsko), dostarcza dóbr publicznych (np. edukacja), pomaga biednym i bezrobotnym, organizuje system ubezpieczeń społecznych. Pełni również funkcje zewnętrzne reprezentując interesy ogółu obywateli na arenie międzynarodowej. Państwo współorganizuje gospodarkę oraz oddziałuje na nią przy pomocy różnych środków. Aktywne uczestnictwo państwa w życiu gospodarczym określa się jako interwencjonizm państwowy. Współcześnie działaniem to jest przedmiotem rozważań wielu państw nad skutecznością i zasadnością interwencji w mechanizm rynkowy.

Znaczny udział państwa w życiu gospodarczym przewiduje koncepcja „państwa dobrobytu”. Obecnie jednak idea ta przeżywa dość poważny kryzys. Aby państwo mogło wywiązywać się ze swoich konstytucyjnych obowiązków musi zaplanować odpowiednie dochody oraz wydatki. Planowaniu budżetu państwa. Główne dochody budżetu państwa to dochody podatkowe. W Polsce w grupie tych dochodów największy udział posiada podatek od towarów i usług. Z kolei wydatki budżetu państwa można podzielić na prawnie zdeterminowane, czyli takie na które muszą być bezwzględnie zabezpieczone środki finansowe oraz wydatki tzw. elastyczne. W Polsce udział wydatków prawnie zdeterminowanych przyjmuje tendencję wzrostową, co utrudnia dostosowanie budżetu do aktualnej sytuacji ekonomicznej kraju. Najpoważniejszym problemem nie tylko Polski, ale większości państw jest zbyt duży deficyt budżetowy oraz zwiększający się dług publiczny.

Rozwój gospodarki rynkowej przebiega nierównomiernie, a okresowe zmiany poziomu aktywności gospodarczej określa się mianem cyku koniunkturalnego. Można dopatrywać się wielu przyczyn wahań cyklicznych w gospodarce. Najczęściej pojawia się pogląd, że cykle w danym państwie wynikają z czynników zewnętrznych. Należy również zwrócić uwagę na wewnętrzne uwarunkowania danego państwa. Okresowi recesji gospodarczej towarzyszy najczęściej niekorzystne dla gospodarki zjawisko inflacji. Warunkiem koniecznym do poprawy poziomu życia ludności danego kraju jest wysoki wzrost gospodarczy. Mierzony jest on za pomocą wskaźników gospodarczych, do których zalicza się PKB, PNB oraz PKB per capita, który daje najpełniejszy i porównywalny obraz wartości dóbr i usług w poszczególnych państwach. Oprócz czynników wpływających a wzrost gospodarczy równocześnie pojawiają się bariery, które ten wzrost hamują.

Od kilkunastu lat jesteśmy świadkami coraz szybciej postępującej globalizacji procesów gospodarczych, społecznych i politycznych. Od 1989 r. Polska włączyła się w nurt globalizacji, zwiększając otwartość gospodarki

oraz kształtując mechanizmy rynkowe. Świadczy o tym przynależność do Unii Europejskiej oraz aktywny udział w działaniach międzynarodowych organizacji gospodarczych. Globalizacja jest odczuwana przez gospodarki poszczególnych krajów UE w postaci wielu korzyści i szans, jednak również poprzez określone zagrożenia. Z jednej strony może prowadzić do wzrostu gospodarczego kraju, ale również do zwiększenia ryzyka makroekonomicznego i pogłębienia dysproporcji rozwojowych. Ma to przełożenie na zmienność produktu krajowego brutto w długim okresie.

Wykonanie zaproponowanych przykładowych ćwiczeń pomoże utrwalić wiadomości i ukształtować niezbędne umiejętności, wymagane podstawą programową. Zadania oznaczone gwiazdką uważane są trudniejsze i można je traktować jako dodatkowe.

Zadanie 1.

Biorąc pod uwagę wpływ na funkcjonowanie rynku i gospodarkę państwo pełni cztery podstawowe funkcje. Wpisz przy każdym zadaniu symbol funkcji np. A – alokacyjna, R – redystrybucyjna, St – stabilizacyjna, S – socjalna.

- Zasiłek dla bezrobotnych –
- Stypendia dla uczniów i studentów –
- Utrzymanie parków, muzeów –
- Ulgi, preferencje podatkowe w SSE –

Zadanie 2.

Do podanych organów władzy i instytucji państwowych dopisz najważniejsze kompetencje (zadania), które mają wpływ na gospodarkę:

- Sejm, Senat – np. uchwalanie ustawy budżetowej, stanowienie prawa gospodarczego,
- Prezydent –
- Rada Ministrów –
- Narodowy Bank Polski –
- UOKiK –
- NIK –

Zadanie 3.

Wielkość konsumpcji wynosi 300 (C), inwestycje brutto – 30 (I), wydatki rządowe – 110 (G). Oblicz PKB stosując wzór: $PKB = C + I + G$,

Zadanie 4.

W poniższej tabeli przedstawiono PKB per capita w wybranych krajach w dolarach USA.

Rok	Litwa	Grecja	Francja	Niemcy	Polska
2011	18 856	26 294	35 156	37 897	20 334

Źródło: Dane Eurostat.

Na podstawie danych odpowiedz na pytania.

- a) Dlaczego porównuje się państwa za pomocą wskaźnika PKB per capita, a nie tylko PKB?
- b) Jak kształtuje się wskaźnik PKB per capita w Polsce w porównaniu do pozostałych państw?

Zadanie 5.

Poszczególne państwa Unii Europejskiej charakteryzują się zróżnicowaną tendencją w zakresie wzrostu gospodarczego. Na podstawie danych z tabeli:

Rok / państwo	2007	2008	2009	2010	2011
UE	103,2	100,3	95,7	102,0	101,5
Polska	106,8	105,1	101,6	103,9	104,3
Łotwa	109,6	96,7	82,3	99,7	105,5
Litwa	109,8	102,9	85,2	101,4	105,9
Słowenia	106,9	103,6	92,0	101,4	99,8
Grecja	103,0	99,8	96,7	96,5	93,1
Włochy	101,7	98,9	94,5	101,8	100,4
Niemcy	103,3	101,1	94,9	103,7	103,0

Źródło: Dane Eurostat.

- Porównaj dynamikę wzrostu PKB Polski z wybranymi państwami i PKB dla całej UE.
- Jakie czynniki polityczne, gospodarcze itp. wywarły wpływ na kształtowanie się PKB w poszczególnych krajach? (dane w tabeli dotyczą państw zróżnicowanych pod względem gospodarczym oraz państw, które mają podobne problemy gospodarcze)?

Zadanie 6.

Tabela przedstawia wybrane wskaźniki makroekonomiczne w Polsce. Na podstawie danych odpowiedz na pytania:

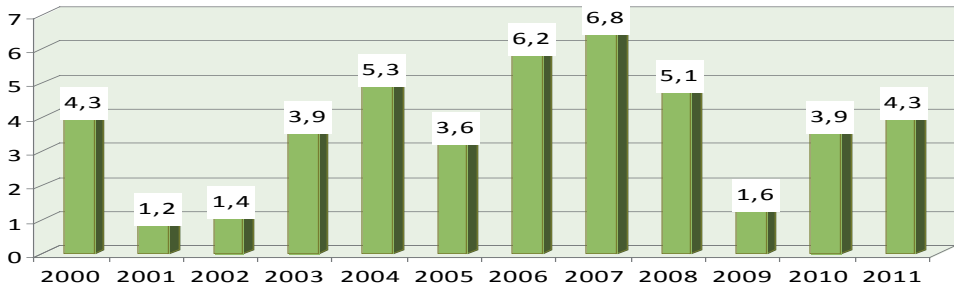
- O ile punktów procentowych zmalała stopa inflacji w grudniu 2012 roku w stosunku do czerwca 2012 roku?
- Jaka jest zależność między przyrostem PKB, a zmianą stopy bezrobocia?
- Jakiej informacji o rozwoju gospodarczym Polski dostarcza wielkość przyrostu PKB w czasie roku 2012?

Wyszczególnienie	Przyrost PKB (roczny)	Stopa bezrobocia (%)	Stopa inflacji rocznej (%)
Grudzień 2012	101,1	13,4	2,4
Wrzesień 2012	101,7	12,7	3,8
Czerwiec 2012	101,3	13,3	4,3
Marzec 2012	102,3	12,4	2,9
Grudzień 2011	104,3	12,1	4,6

Źródło: GUS

Zadanie 7.

Wykres przedstawia wzrost PKB w Polsce w latach 2000 – 2011. Na wykresie zaznacz cykle koniunkturalne



Na podstawie analizy wykresu odpowiedz na pytania:

- jaki jest trend zmian PKB?
- jaki wpływ na wzrost PKB w Polsce wywarł ogólnosiwiatowy kryzys finansowy w latach 2008 – 2009?

Zadanie 8.

Które z następujących pozycji są uwzględniane w PNB, a które nie? Wpisz T lub N przy zdaniach

- wynagrodzenia nauczycieli –
- zasiłek losowy z opieki społecznej –
- dochód otrzymywany ze sprzedaży owoców na rynku –
- malowanie pokoju przez firmę usługową –

Zadanie 9*.

Nominalny PKB w 1999 roku w Polsce wynosił 617,1 mld zł. Do 2000 roku wzrósł do 706,6 mld zł. Deflator cenowy PKB 1999/2000 = 110,1 %. Ile wyniósł realny PKB w roku 2000?. (Przeliczenie polega na podzieleniu PKB nominalnego przez indeks cen)?

Zadanie 10.

Na podstawie danych z Rocznika Statystycznego wypisz kraj o najwyższym i najniższym PKB w przeliczeniu na jednego mieszkańca.

- Oceń występujący rozmiar dysproporcji.
- Wskaż dwie przyczyny występowania tak dużych dysproporcji gospodarczych między krajami.

Zadanie 11.

Zaproponuj do potencjalnych barier wzrostu gospodarczego alternatywę według podanego przykładu

Bariera wzrostu gospodarczego	Działanie alternatywne
1. Wyczerpanie zasobów surowcowych	Wykorzystanie odnawialnych źródeł energii
2. Degradacja środowiska naturalnego	
3. Wskaźniki demograficzne	
4. Ograniczona ilość kapitału	

Zadanie 12.

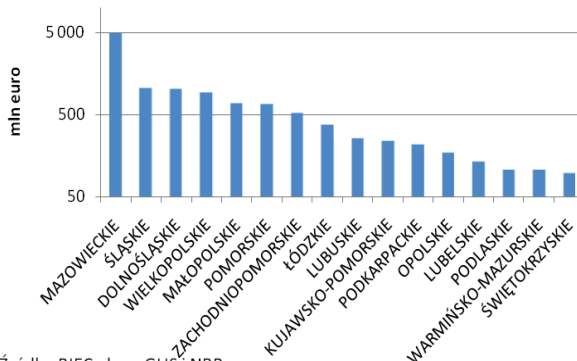
Jednym z czynników, który ma wpływ na wzrost gospodarczy jest wielkość inwestycji oraz wielkość napływu kapitału zagranicznego. Na podstawie poniżej tabeli i wykresów określ:

- a) Udział woj. podkarpackiego w poszczególnych latach w napływie BIZ (bezpośrednie inwestycje zagraniczne) do Polski.

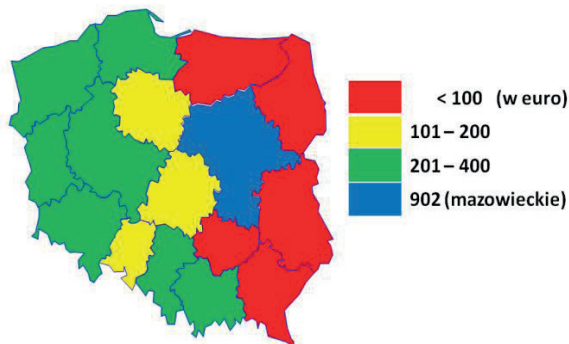
Rok	2007	2008	2009	2010	2011
Wielkość BIZ do Polski w mln euro	17 242	10 128	9 343	10 473	13 567
Podkarpacie w mln euro	1301	1385	1157	853	1492

Źródło: www.paiz.gov.pl

- b) Pozycję woj. podkarpackiego w rankingu napływu BIZ do poszczególnych województw oraz w przeliczeniu na jednego mieszkańca,
 c) Oceń atrakcyjność woj. podkarpackiego dla inwestorów zagranicznych.
 d) Podaj przykłady bezpośrednich inwestycji zagranicznych w głównych ośrodkach napływu tych inwestycji na Podkarpaciu np. SSE.

Ranking województw pod względem napływu BIZ

Źródło: BIEC, dane GUS i NBP

Wielkość BIZ w przeliczeniu na jednego mieszkańca

Źródło: BIEC, dane GUS i NBP

Zadanie 13.

Studium przypadku

Wyobraź sobie sytuację, że jesteś obserwatorem (z prawem głosu) debaty publicznej na temat – **Czy państwo gospodarce pomaga czy szkodzi?** Jak zwykle w takich debatach obie strony mają mocne argumenty i starają się przekonać drugą stronę o swojej racji.

Zwolennicy liberalizmu uważają, że próby odgórnego zarządzania gospodarką, ustalanie cen minimalnych i maksymalnych, podnoszenie podatków stanowią barierę rozwoju przedsiębiorczości i wzrostu i rozwoju gospodarczego. Nie ma sensu się trudzić, poszukiwać nowych szans rozwojowych, skoro państwo i tak odbierze kilkadziesiąt procent z tego co się zarobiło i przeznaczy te pieniądze dla tych, którzy tak ciężko nie pracowali, albo wcale nie podjęli pracy. Grupa ta uważa, że takie postępowanie państwa nie rozwiąże problemów społecznych, a wręcz je pogłębi. Tylko dzięki wysokiemu wzrostowi gospodarczemu możliwe jest zahamowanie bezrobocia, a przez to poprawa warunków życia.

Przedstawiciele etatyzmu nie zgadzają się z tymi argumentami. Uważają, że ingerencja państwa w gospodarkę jest konieczna. Nie można zostawić jej samej sobie. Należy nią kierować. Przede wszystkim chronić rynek krajowy przed nadmierną konkurencją zagraniczną. Podejmować takie decyzje, aby zapewnić każdemu obywatelowi pracę za godziwe wynagrodzenie oraz troszczyć się o najbiedniejszych i najsłabszych poprzez system uprawnień socjalnych. Ich zadaniem nie ma bezpośredniego związku pomiędzy wzrostem gospodarczym i ogólną zamożnością, bo i tak bogaci mają więcej, a biednym wcale nie żyje się lepiej.

- a) Na podstawie przedstawionych argumentów określ swoje stanowisko?
- b) Czy uważasz, że państwo powinno wybrać któryś z przedstawionych kierunków i tylko nim się kierować?
- c) Spróbuj zbudować model pośredni uwzględniając wzrost i rozwój państwa i dobro jej mieszkańców.

Zadanie 14.

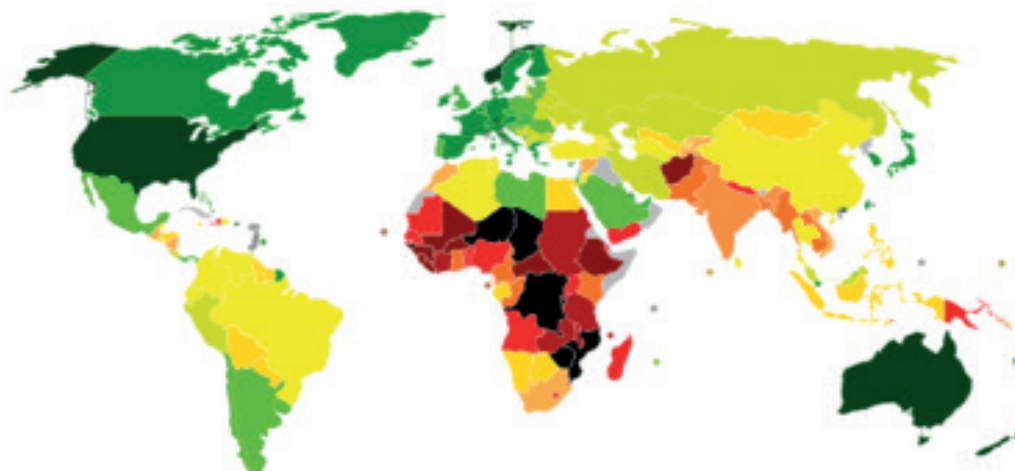
Na podstawie poniższego tekstu określ przyczyny i cel decyzji Rady Polityki Pieniężnej.

„RPP znów obniżyła stopy. Tak niskie jeszcze nie były. Marzec jest piątym miesiącem z rzędu, kiedy Rada decyduje się na obniżenie stóp. Począwszy od listopada ubiegłego roku Rada obniżyła je łącznie o 150 pb” www.forbes.pl

Zadanie 15.

Na podstawie przedstawionej mapy i legendy (BWR – bardzo wysoko rozwinięte, WR- wysoko, ŚR – średnio i SR – słabo rozwinięte)

- a) podaj przykłady krajów wysoko rozwiniętych,
- b) scharakteryzuj poziom wskaźnika rozwoju społecznego na poszczególnych kontynentach.



Mapa świata według wskaźnika rozwoju społecznego (dane z 2010 roku)

	>0.900	BWR		0.650–0.699	ŚR		0.400–0.449	SR
	0.850–0.899			0.600–0.649			0.350–0.399	
	0.800–0.849			0.550–0.599			0.300–0.349	
	0.750–0.799			0.500–0.549			<0.300	
	0.700–0.749	WR		0.450–0.499			Brak danych	

Zadanie 16.

Na podstawie tabeli przedstawiającej zrealizowane dochody i wydatki państwa w latach 2009 – 2011:

- uzupełnij brakujące dane i dokonaj analizy danych o stanie budżetu,
- oblicz i oceń dynamikę zmian deficytu budżetowego w latach 2010 i 2011,
- wskaż źródła pokrycia deficytu budżetowego, korzystając ze sprawozdań z wykonania budżetu państwa (w myśl zasady jawności budżetu).

Wyszczególnienie	Lata			Dynamika zmian %	
	2009	2010	2011	2009=100	2010=100
Dochody (zł)	274 183 500	250 302 781	277 557 221		
Wydatki (zł)	298 028 478	294 893 878	302 681 609		
Deficyt (zł)	23 844 979	44 591 097	25 124 388		

Źródło: <http://www.mf.gov.pl/>

Zadanie 17.

W strukturze dochodów budżetu państwa najważniejszą rolę odgrywają dochody podatkowe. Na podstawie danych z lat 2009 – 2011 oblicz i omów zmiany udziału poszczególnych podatków w dochodach podatkowych państwa.

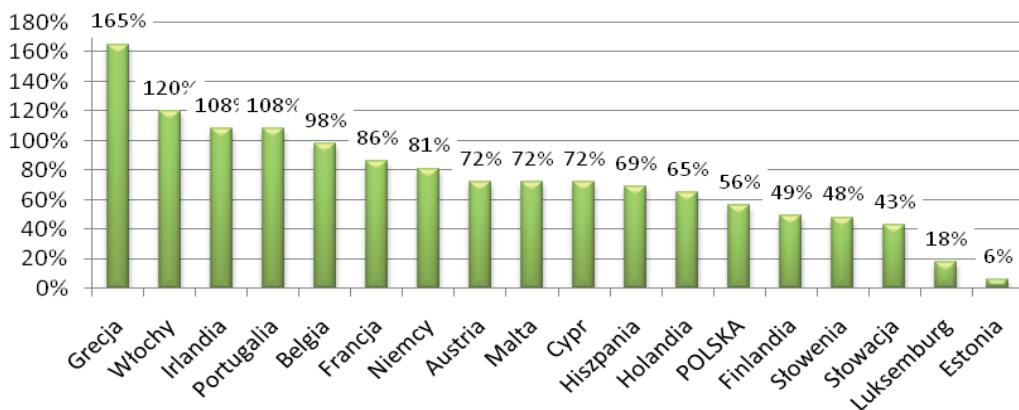
- który z podatków odgrywa najważniejszą rolę w strukturze dochodów podatkowych?
- Jak sadzisz, jakie czynniki (w tym polityka państwa, unormowania prawne) miały wpływ na zmiany w strukturze poszczególnych podatków?

Wyszczególnienie	Lata					
	2009		2010		2011	
	(zł)	%	(zł)	%	(zł)	%
Dochody podatkowe	214 878 835	100	222 552 687	100	243 210 936	100
Podatek VAT	99 454 721		107 880 327		120 831 951	
Akcyza	53 926 887		55 684 476		57 963 709	
p. od gier	1 576 073		1 624 843		1 476 951	
CIT	24 156 597		21 769 869		24 861 922	
PIT	35 763 728		35 592 648		38 074 916	
Pozostałe	829		523		1 487	

Źródło: <http://www.mf.gov.pl/>

Zadanie 18.

Od pewnego czasu rośnie zainteresowanie problematyką długu publicznego, zarówno ze strony ekonomistów jak i całego społeczeństwa. Obecnie dług publiczny Polski wynosi ponad 850 miliardów złotych i stanowi około 56% naszego PKB. (MF – 55%)



Źródło: Bankier.pl

- a) Na podstawie powyższego wykresu oceń zadłużenie Polski w stosunku do innych państw Europy.
- b) Na podstawie dostępnej literatury wskaż jakie czynniki historyczne, ekonomiczno- gospodarcze wpłynęły na wielkość polskiego długu publicznego od 1989 roku.
- c) Zapoznaj się z Planem Finansowym Państwa na lata 2010–2013 zamieszczonym na stronach Ministerstwa Finansów i podaj główne kierunki postępowania rządu w zakresie zmniejszenia długu publicznego.

Zadanie 19.

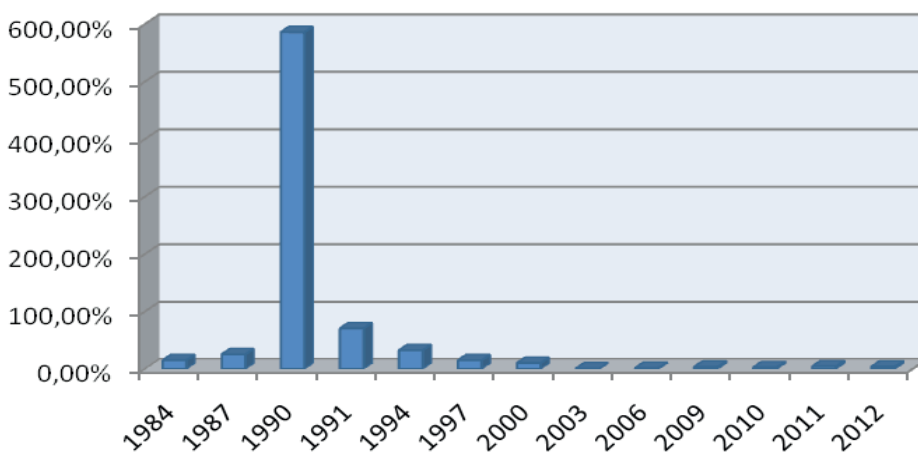
Twój kolega Tomek jest chory. Codziennie odwiedzasz go po szkole i pomagasz mu uzupełnić braki w nauce. Z wcześniejszych lekcji podstaw przedsiębiorczości Tomek zna główne przyczyny inflacji i wie, że inflacja jest zjawiskiem często występującym w gospodarce. Jednak zbyt wysoki jej poziom (poziom 1-3% nie stanowi dużego zagrożenia dla funkcjonowania gospodarki) wpływa niekorzystnie na gospodarkę. Kolega ma jednak problem z określeniem potencjalnych skutków inflacyjnych wynikających z różnych przyczyn. Pomóż koledze uzupełnić poniższą tabelę według wzoru.

Przyczyny	Skutek inflacyjny
1. Brak konkurencji	Monopoliści nie zagrożeni konkurencją mogą podnosić ceny swoich towarów i usług.
2. Nadmierna emisja pieniądza	
3. Wzrost cen surowców	
4. Wzrost poziomu płac	
5. Nadmierne inwestycje	

Zadanie 20.

Dokonaj analizy wykresu przedstawiającego poziom inflacji w wybranych latach i zaznacz w którym roku odnotowano najwyższy poziom inflacji.

- a) Odszukaj z dostępnych źródeł jakie były główne przyczyny tak dużego poziomu inflacji.
- b) Zaznacz lata w których wyraźnie widać zjawisko deflacji.



Zadanie 21.

Poziom cen w roku bieżącym wynosi 104,9%, a poziom cen w roku poprzednim wynosił 102,7%. Oblicz stopę inflacji. Jaki jest to rodzaj inflacji?

Zadanie 22.

Przyjmijmy, że reprezentatywny koszyk składa się 50 bułek z szynką i dwóch par spodni. W 2009 r. cena bułki wynosiła 1 EUR, a pary spodni 80 EUR. W 2010 r. cena bułki wynosiła 1,20 EUR, a pary spodni 95 EUR. O ile % i o ile EUR wzrosła cena tego koszyka dóbr?

Zadanie 23.

Inflacja w Polsce w 2011 roku wyniosła 4,3%. Pan Kowalski w styczniu 2011 roku zarabiał 2500 zł, a w styczniu 2012 roku - 2700 zł. Czy realna wartość jego pensji wzrosła czy zmalała?

Zadanie 24.

Wyobraź sobie, że dysponujesz kwotą 10 000 zł. Twój przyjaciel prosi Cię o pożyczanie tej kwoty na okres 2 lat. Prognozuje się, że inflacja w tym okresie będzie wynosiła 3,5%. Przy jakim poziomie oprocentowania rocznego:

- Nie poniesiesz strat na skutek inflacji?
- Zarobisz więcej niż na lokacie oprocentowanej w skali roku na poziomie 5% i rocznej kapitalizacji?

Zadanie 25.

Przyjmując, że podstawowy koszyk dóbr konsumpcyjnych składa się z chleba, mleka i masła oblicz na podstawie danych z tabeli indeks cen dóbr konsumpcyjnych. Podaj jaki to rodzaj inflacji.

Produkt	Rok bazowy			Rok bieżący		
	Ilość	Cena (zł)	Wydatki (zł)	Ilość	Cena (zł)	Wydatki (zł)
chleb	15	2,10		15	2,20	
mleko	12	1,69		12	1,79	
masło	5	3,80		5	3,90	
Wydatki	x	x		x	x	

Zadanie 26.

Firma pana Malinowskiego eksportuje meble do Stanów Zjednoczonych. Część mebli kupuje u swoich kontrahentów na Ukrainie. Za krzesło płaci 40 euro, natomiast sprzedaje po 70 dolarów. Oblicz:

- Jaki dochód osiąga firma pana Malinowskiego za jedno krzesło, zakładając, że jedyny koszt, który ponosi to zakup krzesła na Ukrainie. Aktualny kurs euro wynosi 4,12 PLN/EUR, a dolara 3,16 PLN/USD,
- Jak zmieni się dochód, jeżeli kursy będą się kształtowały następująco 0,28 EUR/PLN, 0,44 USD/PLN.

Zadanie 27.

Polski eksport dynamicznie rośnie. W 2011 wartość polskich towarów sprzedanych na zagraniczne rynki zwiększyła się o 12,8 %.

- Wpisz na podstawie dostępnych danych (Internet, rocznik statystyczny, podręcznik) do tabeli przedstawiającej 5 największych partnerów eksportowych Polski – przedmiot eksportu np. maszyny, urządzenia itp.
- Określ udział poszczególnych państw w eksporcie.
- Ocen dynamikę wzrostu eksportu w poszczególnych województwach w latach 2008 – 2011*.

Kraj	Wartość eksportu w mln euro	Udział %	Przedmiot eksportu
Niemcy	35394		
Wielka Brytania	8718		
Francja	8418		
Włochy	7272		
Rosja	6144		
Ogółem			

Źródło: <http://forsal.pl/>

Test sprawdzający

1. Państwo spełnia następujące funkcje ekonomiczne w gospodarce:

- a) regulacyjną, stabilizacyjną, alokacyjną,
- b) tworzenie ładu instytucjonalno-prawnego,
- c) opiekuńczo – socjalne,
- d) stymulacyjna.

2. Wartość produkcji finalnej uzyskanej w danym kraju, niezależnie od własności czynników wytwórczych wykorzystywanych do jej wytworzenia, to:

- a) produkt krajowy brutto,
- b) produkt narodowy brutto,
- c) produkt krajowy netto
- d) produkt narodowy netto.

3. Wzrost gospodarczy ma miejsce, kiedy:

- a) wzrasta produkcja przemysłowa, a spada bezrobocie w kraju,
- b) popyt na dobra konsumpcyjne jest większy niż w roku poprzednim,
- c) PKB ma wartość większą niż średni PKB w krajach UE,
- d) PKB w danym roku ma wartość realną większą niż w roku poprzednim.

4. Wskaźnik HDI:

- a) został stworzony przez Unię Europejską w celu określenia poziomu biedy,
- b) został stworzony przez Unię Europejską w celu określenia poziomu życia,
- c) porównuje poziom życia różnych krajów,
- d) porównuje poziom biedy różnych krajów.

5. Budżet państwa to:

- a) zestawienie wszystkich dochodów państwa w danym roku,
- b) zestawienie wydatków państwa w danym roku,
- c) zestawienie dochodów i wydatków państwa w danym roku,
- d) zestawienie zrealizowanych dochodów i wydatków państwa w danym roku.

6. Podstawą dochodów budżetu państwa są:

- a) dochody ze sprzedaży prywatyzowanych przedsiębiorstw,
- b) opłaty skarbowe,
- c) cła,
- d) podatki.

7. Głównym źródłem podatkowych dochodów budżetu państwa w Polsce są wpływy z:

- a) podatku dochodowego od osób fizycznych,
- b) podatku akcyzowego,
- c) podatku od towarów i usług,
- d) podatku od osób prawnych.

8. Deficyt budżecie państwa pojawia się w sytuacji, gdy:

- a) dochody państwa są wyższe, niż jego wydatki,
- b) zobowiązania państwa są wyższe niż wydatki budżetowe,
- c) pojawia się dług publiczny,
- d) wydatki państwa są wyższe niż jego dochody.

9. W wyniku spadku wartości złotówki w stosunku do EURO zyskał obywatel Polski, który

- a) podróżuje po krajach UE,
- b) importuje towary z Francji i sprzedaje je w kraju,
- c) produkuje i eksportuje swoje towary do Włoch,
- d) produkuje przetwory z owoców kupowanych w Grecji.

10. Podmiotami wymiany międzynarodowej są:

- a) gospodarki krajowe,
- b) spółki międzynarodowe,
- c) międzynarodowe organizacje gospodarcze,
- d) wszystkie powyższe.

11. Inflacja wpływa na gospodarkę poprzez:

- a) zmiany struktury produkcji,
- b) niezadowolenie społeczeństwa,
- c) spadek zainteresowanie kredytowaniem działalności,
- d) wszystkie odpowiedzi są właściwe.

12. W sytuacji, gdy z roku na rok stopa inflacji maleje możemy mówić o:

- a) deflacji,
- b) dezinflacji,
- c) deprecjacji,
- d) dewaluacji.

13. Do form wymiany międzynarodowej należą:

- a) jedynie przepływy finansowe,
- b) tylko eksport i import,
- c) handel międzynarodowy, przepływ siły roboczej, kapitału, transfer technologii,
- d) migracja pracowników, przepływ kapitałów.

14. Cykl koniunkturalny to:

- a) spadek podstawowych wielkości ekonomicznych,
- b) sezonowe wahania produkcji,
- c) cykliczne następujące po sobie wzrosty i spadki aktywności ekonomicznej,
- d) cykliczne zmiany mierników mikroekonomicznych.

15. Faza cyklu koniunkturalnego charakteryzująca się spadkiem wielkości produkcji to:

- e) depresja,
- f) recesja,
- g) ożywienie,
- h) rozkwit.

Odpowiedzi do testu:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
a	a	d	c	c	d	c	d	c	d	d	b	c	c	b

Literatura:

Mierzejewska-Majcherek J., *Podstawy ekonomii*. wyd. Difin, Warszawa 2007.

Filar D., Rzońca A., Wójtowicz G., *Ekonomia po polsku*. wyd. CeDeWu, Warszawa 2007.

Korba J., Smutek Z., *Podstawy ekonomii*. wyd. Operon, Warszawa 2012.

CZEŚĆ 3

Anna Kolano

Przedsiębiorstwo

Współcześnie zdobycie wiedzy na temat przedsiębiorstwa jest sprawą bardzo istotną dla młodzieży. Poznanie drogi rejestracji działalności gospodarczej oraz zrozumienie warunków jej prowadzenia jest bardzo ważne dla młodzieży. Należy młodzież zapoznać z wzorami dokumentów potrzebnych do rejestracji firmy i decyzji, jakie otrzymuje się w poszczególnych instytucjach. Ważne jest poznanie jakie mogą być formy opodatkowania działalności gospodarczej i od czego zależą.

Podstawowym celem jest kształtowanie takich postaw jednostki, aby odgrywała ona aktywną i twórczą rolę w środowisku. Realizacji treści pobudza rozwój własnej tożsamości i wpływa na kształtowanie kontaktów z innymi.

Aby działać efektywnie na rynku przedsiębiorstwo musi zorientować swoje działania na klienta. Młodzież musi poznać mechanizmy jakim kieruje się przedsiębiorstwo we współczesnym świecie.

Zadania zawarte w tym dziale są do pracy z młodzieży w zakresie poszerzania wiedzy na temat przedsiębiorstwa w warunkach gospodarki rynkowej.

Zadanie 1

Czy dane o wielkości sprzedaży i udziale w rynku są wystarczające do wnioskowania o opłacalności przedsięwzięcia? Uzasadnij swoją odpowiedź.

.....
.....

Zadanie 2

Ułóż we właściwej kolejności elementy biznes planu wymienione w kolejności alfabetycznej:

- Analiza rynku
- Cele i strategie
- Kontrola
- Marketing – mix
- Programy działania
- Prognozy finansowe
- Streszczenie dla kierownictwa

Zadanie 3

Uzupełnij zdania:

- Kwoty należne przedsiębiorstwu z tytułu sprzedaży produktów nazywamy
- Są one wynikiem iloczynu i
- Wartość zasobów zużytych do wyprodukowania produktu nazywamy
- Nadwyżka przychodów nad kosztami stanowi
- Ujemną różnicę między przychodami i kosztami nazywamy
- Zysk brutto to
- Zysk netto to
- Zdolność firmy do wywiązywania się z bieżących zobowiązań finansowych nazywamy
-

Zadanie 4

Napisz odpowiedź na następujące pytanie „Jak sprawić, aby wprowadzony produkt stał się przebojem na rynku?”

.....

.....

Zadanie 5

Fabryka Porcelany Anna SA dwa razy w roku bierze udział w targach międzynarodowych:

1. Luty – targi AMBIENTE we Frankfurcie nad Menem. Biorą w nich udział wystawcy z całego świata reprezentujący branże związane w wyposażeniem wnętrz i różnymi przydatnymi w gospodarstwie domowym (porcelana, szkło, tkaniny, meble itp.) Na tych targach ustala się współpracę handlową na dany rok i podpisuje się kontrakty.
2. Sierpień – targi TENDENCE we Frankfurcie nad Menem. Przyjeżdżają ci sami wystawcy i handlowcy i przedstawiają tendencje na następny sezon. W zasadzie nie podpisuje się nowych kontraktów, a jedynie uzupełnia kontrakty zawarte w lutym (ewentualnie zwiększając zamówienie obejmujące okres do końca roku).

Rok 2013 jest dla fabryki rokiem wprowadzenia nowego fasonu IDA. Planuje się zastosowanie mieszanych form promocji:

- promocji wystawienniczo – targowej,
- reklamy wydawniczej w gazetach i czasopismach,
- katalogów, ulotek, prospektów,
- sprzedaży osobistej,
- upominków reklamowych,
- propagowanie informacji o fabryce w bezpłatnych publikacjach – artykułach prasowych, wywiadówkach,
- akcji promocji uzupełniających,
- afiszy, plakatów, standów reklamowych.

Sporządź tabelaryczne zestawienie działań zaproponowanych w programie:

Reklama	Sprzedaż bezpośrednia	Promocja sprzedaż	Public relations

Czy program wyczerpuje możliwości działań promocyjnych? Zaproponuj dodatkowe formy promocji.

Zadanie 6

Studium przypadków: „Hotel Hilton w Cobham”

Hotel Hilton w Cobham w hrabstwie Surrey jest dużym, nowoczesnym obiektem usytuowanym w ładnej leśnej okolicy. Zapewnia on doskonałe warunki do prowadzenia konferencji i spędzania wolnego czasu, jak również typowe dla hotelu usługi w restauracji, barach oraz pokoje sypialne. Każdy pokój posiada osobną łazienkę, a w niektórych apartamentach oferuje się dodatkowe udogodnienia z masażami wodnymi włącznie. Hotel jest położony w pobliżu skrzyżowania dróg A3 i M25, niedaleko Londynu i międzynarodowego lotniska Heathrow, z którego można dolecieć bezpośrednio do hotelowego lądowiska dla śmigłowców. Hotel należy do koncernu Ladbroke, a będąc częścią krajowego i europejskiego systemu hotelowego, zapewnia swoim gościom możliwość rezerwacji miejsc w innych hotelach Hilton. Szeroka gama usług hotelowych w połączeniu z dogodną lokalizacją i gośćmi wywodzącymi się głównie ze sfer biznesu oznacza, że hotel może dyktować ceny sięgające ich górnego pułapu. Mimo to w okresie weekendów, gdy zapotrzebowanie na organizowanie konferencji jest mniejsze, hotel udziela specjalnych rabatów w celu przyciągnięcia osób udających się na wypoczynek. Promocja hotelu prowadzona jest w periodykach dla biznesmenów oraz czasopismach tak w Wielkiej Brytanii, jak i za granicą, a także przez ogłoszenia w przewodnikach turystycznych i hotelowych. Hotel udostępnia również prospekty reklamowe i informacyjne dla klientów indywidualnych i zbiorowych. To, jak klienci oceniają jakość usług hotelowych zależy nie tylko od wysokości płaconego rachunku, ale również w, znacznym stopniu od efektywności, uprzejmości i dobrego humoru obsługi oraz bezpośrednich odczuć klientów korzystających ze wszystkich oferowanych udogodnień. Takie czynności jak rezerwacja miejsc, rejestracja gości i sposób regulowania rachunków stanowią integralną część obsługi i ewentualne opóźnienia lub pomyłki mogą łatwo zniweczyć efekt ogólny. Przedstawionym w tym przykładzie aspektem polityki marketingowej poświęca się dużo uwagi zarówno w Cobham, jak i w innych konkurencyjnych hotelach, a o ich znaczeniu świadczy fakt, że sam zarząd koncernu wyraża się o nich z wysokim uznaniem.

Pytania do tekstu :

1. Zidentyfikuj narzędzia marketingowe w opisie przypadku : „Hotel Hilton w Cobham”

Studium przypadków: „Naczynia kuchenne firmy Le Creuset”

Firma Le Creuset produkuje zestawy żeliwnych naczyń kuchennych w swoich światowej sławy hutach żelaza we Francji. Są to wyroby bardzo wysokiej jakości. Podstawową zaletą żeliwa jest to, że utrzymuje ono ciepło i łagodnie je rozprasza, oszczędzając w ten sposób energię. Każde z naczyń jest unikalne, ponieważ odlewane jest w formie piaskowej w temperaturze 1400°C, a następnie po odlaniu forma jest rozbijana. Polityka marketingowa firmy Le Creuset kładzie nacisk na wysoką jakość tych wyrobów. Są one sprzedawane tylko w niektórych sklepach, rozprowadzających jedynie wyroby najwyższej jakości i zatrudniających personel

przeszkolony w ich użyciu. Cena wyrobów firmy Le Creuset jest relatywnie wysoka, stosownie do ich jakości. Rynek brytyjski wyrobów tej firmy obejmuje rosnącą liczbę średnio i dobrze sytuowanych pracowników, gustujących w dobrych potrawach i napojach oraz gotowych przeznaczyć na nie część swoich dochodów. Promocja wyrobów Le Creuset podkreśla trafność związku jaki zachodzi pomiędzy dobrym smakiem potrawy, a używaniem ich najlepszej jakości naczyń. W jednej z kampanii promocyjnych firma Le Creuset dodawała bezpłatnie do każdego zakupu ich wyrobów wartości powyżej 50 funtów książkę zatytułowaną „W domu z braćmi Roux” towarzyszącą serialowi TV pod tym samym tytułem? Ukrytym mottem tej kampanii był fakt, że najlepsi kucharze na świecie wybrali Le Creuset. Reklamy wyrobów tej firmy zamieszczane są w ekskluzywnych czasopismach i kolorowych dodatkach do nich - środkach przekazu o największym prawdopodobieństwie dotarcia do właściwych klientów. Prospekty reklamowe rozprowadzane w punktach sprzedaży detalicznej odwołują się do poważnie traktowanych zamiłowań z zakresu sztuki kulinarnej oraz podsuwają sposoby przygotowania potraw i dostarczają szczegółowych rad o sposobie użycia naczyń.

Pytania do tekstu :

1. Zidentyfikuj narzędzia marketingowe w opisie przypadku: „Naczynia kuchenne firmy Le Creuset”

Studium przypadków: „Dokształcanie, a mały biznes”

Calderdale College to państwowa szkoła średnia w Halifax prowadząca kursy dokształcające. We wczesnych latach osiemdziesiątych dyrekcja szkoły uświadomiła sobie rosnącą w regionie liczbę osób prowadzących własne przedsiębiorstwo. Było oczywiste, że wiele z tych osób po raz pierwszy rozpoczynało działalność na własny rachunek i ze względu na brak doświadczenia z trudem walczyło o przetrwanie. Powstał więc nowy segment rynku z wyraźnie określonymi potrzebami w zakresie dokształcania i pomocy w samodzielnym prowadzeniu przedsiębiorstwa. Szkoła już wcześniej prowadziła szereg kursów w zakresie przedsiębiorczości tak w pełnym, jak i niepełnym wymiarze, kończących się otrzymaniem państwowego świadectwa ukończenia kursu. Zainteresowanie tymi kursami ze strony właścicieli małego biznesu było jednak znikome. Postanowiono więc zbadać jakie są przyczyny braku zainteresowania. Przeprowadzone badania rynku ujawniły pewne cechy charakterystyczne, wspólne dla większości przebadanych właścicieli prywatnych przedsiębiorstw. Prowadzeniu firmy wszyscy poświęcali większość swego czasu, stąd niemożność regularnego uczęszczania na kursy. Większość opuściła szkołę przy pierwszej nadarżającej się okazji, wynosząc z niej niewielkie lub żadne kwalifikacje. Wspomnienia ze szkoły podstawowej okazywały się często negatywne. Dla nich - obecna szkoła średnia niczym nie różniła się od podstawowej. Prowadzący zajęcia uważani byli, tak jak szkolni nauczyciele, za „akademików” - oderwanych od rzeczywistości, nie potrafiących podać krótkich, jasnych, praktycznych informacji, których tak bardzo potrzebowali. Wielu odczuwało potrzebę zaznajomienia się ze współczesną technologią informacyjną, ale obawiało się równocześnie, że nie poradzą sobie z tym problemem, a szczególnie, że publicznie okażą swoją ignorancję w tej dziedzinie. Kiedy zestawiono uzyskane wyniki badań z tym, co szkoła miała aktualnie do zaoferowania w zakresie instrumentów polityki marketingowej, stało się jasne dlaczego proponowana polityka marketingowa nie przyciągała segmentu rynku - obejmującego mały biznes. Oczywiście były rozbieżności w oczekiwaniach potencjalnych klientów i propozycjach szkoły. Większość prowadzonych kursów wymagała regularnego uczestnictwa w zajęciach w ciągu długiego okresu czasu. Kursy zapewniały kwalifikacje, na które nie było zapotrzebowania ze strony tego segmentu rynku. Prowadzone były według takiego samego schematu jak w szkole podstawowej, z równo rozłożonym akcentem na wiedzę teoretyczną, „książkową” oraz umiejętności praktyczne. Materiały reklamowe uwypuklały cechy szkoły i kursów, a nie wynikające z nich korzyści. Zdecydowaną większość słuchaczy szkoły stanowili ludzie młodzi - dorośli nie akceptowali atmosfery tego środowiska. Zajęcia były prowadzone w tradycyjnych salach lekcyjnych, w budynkach w stylu wiktoriańskim.

Pytania do tekstu :

1. Zaproponuj marketing-mix dla Calderdale College w Halifax.

Zadanie 7

Przedsiębiorstwo o produkcji jednorodnej ustaliło wielkość normalnej zdolności produkcyjnej na poziomie 50 000 jednostek produktu miesięcznie. Planowane miesięczne koszty stałe wynoszą 150 tys. zł. Koszty zmienne na jednostkę produktu kształtują się w wysokości 7,2 zł, a przewidywana cena sprzedaży 12 zł.

Oblicz i zinterpretuj wyniki:

- a) Próg rentowności ilościowy,
- b) Próg rentowności wartościowy.

Zadanie 8

Dane są następujące:

Produkt	A	B	C
Zdolność produkcyjna	3 000	2 000	6 000
Popyt (szt.)	3 000	3 000	5 000
Marża jedn.	5	3	2
KS	37 200		

Wyznaczyć próg rentowności dla poszczególnych asortymentów (wskazówka: jeśli koszty stałe są podane łącznie dla wszystkich produktów to jest to na pewno metoda średniej marży brutto).

Zadanie 9

Obecnie uważa się, że efektywność pracy zespołu zależy od doboru stylu kierowania do sytuacji. Podaj przykłady sytuacji, w których powinien być stosowany dany styl kierowania:

- Autokratyczny
- Demokratyczny
- Liberalny

Zadanie 10

Zastanów się, jaką działalność gospodarczą można by prowadzić w Twoim środowisku lokalnym. Opisz ją w kilku zdaniach i uzasadnij.

.....

.....

Zadanie 11

Jakie są kolejne kroki przy podejmowaniu indywidualnej działalności gospodarczej?

.....

.....

Zadanie 12

Przedsiębiorca w I półroczu uzyskał przychód ze sprzedaży swoich wyrobów w wysokości 600 tys. zł, zaś w II półroczu 500 tys. zł. Jednocześnie poniósł łączne koszty uzyskania przychodu: w I półroczu 470 tys. zł, w drugim – 320 tys. zł. Oblicz:

- zysk brutto w I i II półroczu

.....

- zysk brutto w całym roku

.....

- stopę zysku (procentowy stosunek zysku do przychodów) w I i II półroczu

.....

- stopę zysku w całym roku.

.....

Zadanie 13

Na podstawie paragonu jako dowodu zakupu podaj cenę brutto obuwia.

.....

Kajman sp.j. K. Kowalski

ul. Rynek 7

33-300 Nowy Sącz

NIP : 734-108-16-29

2006 – 04- 23 15:40

Paragon fiskalny

Obuwie Ryłko 1x 175,00 A

PTU 22 % 31,56

Suma 175,00

Gotówka 200,00

Reszta 25,00

000127

ⓅABA 02083480

Zadanie 14

Określ podmioty, które mogą otrzymywać faktury VAT?

.....

Zadanie 15

Wyjaśnij pojęcia: nota korygująca, protokół, sprawozdanie.

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie 16

Porównaj oferty handlowe podanych firmy i wybierz najkorzystniejszą ofertę. Odpowiedź uzasadnij.

.....

Oferta 1

Zakład Ceramiki Budowlanej
 HADYKÓWKA
 ul. Bojanowskiego 23,
 37-307 Hadykówka,
 tel. 17 77126981, fax. 771 26 92,
 e-mail: marketing@hadykówka.com.pl
 www.hadykowka.com.pl

Lp.	Rodzaj	Cena za 1m ² (w zł.)
1	Płytki ceramiczne schodowe	24
2	Płytki elewacyjne klinkierowe żółte	21
3	Płytki bordowe „Oliwia”	18

Warunki dostawy:

- ceny nie zawierają podatku VAT,
- przy zakupie powyżej 10000 zł, 20% rabatu,
- termin realizacji zamówienia 7 dni od daty otrzymania zamówienia,
- termin płatności podlega negocjacji.

Oferta 2

Zakład Ceramiki
 ul. Przemysłowa 25
 80-705 Opoczno
 NIP 587-129-82-58

1. Płytk ceramiczna schodowa	35,00 zł/m ²
2. Płytk elewacyjna klinkierowa żółta	40,00 zł/m ²
3. Płytk klinkierowa schodowa brązowa	41,00 zł/m ²

Warunki dostawy:

- Ceny nie zawierają podatku VAT,
- Przy zakupie powyżej 100 m² 15 % rabatu,
- Termin realizacji zamówienia - do 14 dni,
- Termin płatności - 30 dni od momentu wystawienia faktury,
- Transport do 50 km gratis.

Zadanie 17

Sporządź zawiadomienie o spotkaniu przedstawicieli handlowych firmy HERBAL, które odbędzie się 15 czerwca 2013 r. w sali konferencyjnej Grand Hotelu w Łodzi ul. Piotrkowska 58. Brakujące dane uzupełnij dowolnie.

.....

Zadanie 18

Sporządź sprawozdanie z uroczystości szkolnej w której ostatnio brałeś/brałaś udział.

.....

Zadanie 19

Napisz odpowiedź na dowolną reklamację.

.....

Zadanie 20

Firma ASS zajmująca się handlem zabawkami zamierza wymienić sprzęt komputerowy. Ma zamiar kupić 10 komputerów wraz z oprogramowaniem. Sporządź zapytanie ofertowe.

.....

Zadanie 21

Sporządź dowolny protokół.

.....

.....

.....

Zadanie 22

Na podstawie poniższych danych uzupełnij Faktur VAT i podaj wartość brutto faktury.

- towar: płyn do naczyń cena 15 zł netto VAT 23 % 12 sztuk,
- towar: proszek do prania cena 50 zł netto VAT 23% 4 sztuki,
- nabywca Firma „Alfa” ul. Kościelna 34, 36-130 Raniszów,
- daty przyjmij w chwili rozwiązywania zadania.

Wartość brutto faktury VAT wynosi:

FAKTURA VAT												 dnia			ORYGINAL KOPIA*	
NR 30103						Data: sprzedaży wykonania usługi, wydania towaru, wypłaty zaliczki*						Środek transportu:					
Sprzedawca: Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „Armetex” Sp. z o.o. 35-283 Brenzów, ul. Przemysłowa 10 Nr konta: 18 354 400 500 238 300 242 000 003 NIP: 81151243341171 REGION: 42163211043						Nabywca:											
Lp.	Nazwa towaru lub usługi	PKW U**	Jm.	Ilość	Cena jedn. bez podatku VAT		Wartość bez podatku VAT		%	Podatek VAT		Wartość sprzedaży z podatkiem VAT					
					zł	gr	zł	gr		zł	gr	zł	gr				
sposób zapłaty:										Razem:		X					
*niepotrzebne skreślić												zw.					
**wypełnia się, gdy stawka podatku jest niższa niż 22%												22%					
Imię i nazwisko oraz podpis osoby uprawnionej do otrzymywania faktury					Imię i nazwisko oraz podpis osoby uprawnionej do wystawiania faktury					W tym:		7%					
												3%					
												0%					
słownie:																	

Zadanie 23

Sporządź upoważnienie dla Anny Miłej, pracownika Działu Marketingu firmy MODO do odbioru przesyłek z poczty. Brakujące dane uzupełnij dowolnie.

.....

.....

Zadanie 24

Sporządź pismo informacyjne skierowane do szkół o międzyszkolnym konkursie dla uczniów. Konkurs jest w formie projektu nt. „Pracownia zawodowa szansą na lepszy start”. Brakujące dane uzupełnij dowolnie.

.....

.....

Zadanie 25

Uzupełnij tabelę wpisując cechy spółek:

Spółka	Charakterystyka
Cywilna	
Jawna	
Partnerska	
Komandytowa	
Komandytowo- akcyjna	
Z ograniczoną odpowiedzialnością	
Akcyjna	

Zadanie 26

Wymień trudności, jakie napotka przedsiębiorca uruchamiający działalność w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością.

.....

Zadanie 27

Sporządź według schematu biznesplan kwiaciarni:

Elementy biznesplanu	Opis
Streszczenie planu	
Charakterystyka firmy lub przedsięwzięcia	
Analiza rynku	
Strategie marketingowe	
Profil produkcji lub sprzedaży	
Zarządzanie firmą	
Plan finansowy	
Kalendarium	
Załączniki	

Test sprawdzający

1. Przedsiębiorstwo, które działa na różnych rynkach narodowych za każdym razem różnicując produkt, marketing i sposób działania, oddzielnie dla każdego kraju planuje posunięcia konkurencyjne tak aby dostosować się do strategii i warunków konkurencji na każdym rynku to:

- a) przedsiębiorstwo międzynarodowe,
- b) przedsiębiorstwo wielonarodowe,
- c) przedsiębiorstwo transnarodowe.

2. Pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa to:

- a) zdolność przedsiębiorstwa do skutecznego funkcjonowania i rozwoju w warunkach konkurencji,
- b) atuty przedsiębiorstwa doceniane przez rynek, dzięki którym przedsiębiorstwo może w długim okresie utrzymać lub poprawić efektywność i zapewnić sobie zrównoważony rozwój,
- c) ilościowa i jakościowa ocena siły przedsiębiorstwa w stosunku do jego konkurentów.

3. Zarządzanie w długim horyzoncie czasowym podejmowanych decyzji i koncentracja na przyszłych zmianach otoczenia oraz dostosowywaniu się przedsiębiorstwa do nich to:

- a) zarządzanie operacyjne,
- b) zarządzanie strategiczne,
- c) zarządzanie taktyczne.

4. Podmioty podrzędne w strukturach kapitałowych, w których spółka dominująca posiada mniej niż 20% udziałów to:

- a) spółki ciche,
- b) spółki związane,
- c) spółki zależne.

5. Po zarejestrowaniu działalności gospodarczej w urzędzie miasta (lub sądzie rejonowym), rejestracji w urzędzie statystycznym i uzyskaniu numeru identyfikacyjnego REGON i założeniu rachunku bankowego przedsiębiorca chcący rozpocząć działalność gospodarczą w następnym kroku powinien udać się do:

- a) Zakładu Ubezpieczeń Społecznych,
- b) Urzędu Skarbowego,
- c) Państwowej Inspekcji Pracy.

6. Prawo nieproporcjonalnych przychodów informuje o tym, że:

- a) ciągle zwiększanie nakładów czynników wytwórczych nie zawsze przekłada się na zwiększanie przychodów,
- b) ciągle zwiększanie nakładów czynników wytwórczych przekłada się zawsze na coraz mniejsze powiększanie przychodów,
- c) zwiększanie nakładów czynników wytwórczych zawsze powiększa przychody.

7. Cena minimalna:

- a) nie jest przykładem ceny administracyjnej,
- a) nie jest nakładana w celu ochrony producentów,
- a) nie jest zabroniona w Polsce.

8. Przykładem podatku pośredniego może być:

- a) PIT,
- b) CIT,
- c) akcyza.

9. Przykładem podatku bezpośredniego jest:

- a) akcyza na alkohol,
- b) VAT,
- c) PIT.

10. Osobowości prawnej nie posiada:

- a) spółdzielnia,
- b) spółka cywilna,
- c) spółka kapitałowa.

11. Typem spółki polecanym dla przedstawicieli wolnych zawodów to:

- a) spółka partnerska,
- b) spółka akcyjna,
- c) spółka z o.o.

12. Spółką prawa handlowego nie jest:

- a) spółka partnerska,
- b) spółka akcyjna,
- c) spółka cywilna.

13. Spółką, w której możliwe jest pozyskanie wsparcia kapitałowego poprzez emisję publiczną jest:

- a) spółka komandytowa,
- b) spółka akcyjna,
- c) spółka cywilna.

14. Kapitał zakładowy spółki akcyjnej musi wynosić co najmniej:

- a) 10 000 zł.
- b) 50 000 zł.
- c) 500 000 zł.

15. Dywidenda to:

- a) udział akcjonariuszy w zysku spółki,
- b) zobowiązania akcjonariuszy wobec spółki,
- c) zysk nadzwyczajny w spółce akcyjnej.

16. Przedsiębiorstwo osiąga maksymalny zysk, gdy:

- a) koszt całkowity osiąga minimum,
- b) utarg krańcowy jest równy kosztowi krańcowemu,
- c) koszt zmienny osiąga minimum.

17. Podatek od wartości dodanej to:

- a) PIT,
- b) CIT,
- c) VAT.

18. Organem w spółce akcyjnej, który jest upoważniony do podejmowania najważniejszych decyzji jest:

- a) Rada Nadzorcza,
- b) Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy,
- c) Związek zawodowy.

19. Rejestr REGON nie jest:

- a) wykorzystywany do tworzenia baz i banków danych o podmiotach gospodarczych,
- b) wykorzystywany do rozliczania przedsiębiorców z urzędem skarbowym,
- c) wykorzystywany do tworzenia bazy jednostek wybieranych do badań statystycznych.

20. SWOT to:

- a) analiza sektora przy wykorzystaniu modelu 5 sił Portera,
- b) analiza portfela produktów przy wykorzystaniu macierzy BCG,
- c) analiza mocny i słabych stron przedsiębiorstwa oraz szans i zagrożeń w jego otoczeniu.

21. Numer NIP to:

- a) numer uzyskiwany w Głównym Urzędzie Statystycznym służący do identyfikacji statystycznej,
- b) numer uzyskiwany w Krajowym Rejestrze Sądowym służący do identyfikacji sądowej,
- c) numer uzyskiwany w Urzędzie Skarbowym służący do identyfikacji podatkowej.

Odpowiedzi do zadań

Wyznaczamy strukturę sprzedaży:

A	B	C	
3 000	2 000	5 000	szt.
30 %	20 %	50 %	%

Ustalamy średnią marżę brutto: (marża jednostkowa · struktura sprzedaży w %)

$$\left. \begin{array}{l} A = 0,3 \cdot 5 = 1,5 \\ B = 0,2 \cdot 3 = 0,6 \\ C = 0,5 \cdot 2 = 1 \end{array} \right\} \Sigma = 3,1$$

Ustalamy umowny próg rentowności: $R_x \cong \frac{K_g}{m} \cong \frac{37.200}{3,1} \cong 12.000 \text{ szt.}$

(dla produktów A, B i C) Ustalamy progi rentowności dla poszczególnych asortymentów:

$$A = 12.000 \cdot 0,3 = 3.600$$

$$B = 12.000 \cdot 0,2 = 2.400$$

$$C = 12.000 \cdot 0,5 = 6.000$$

Odpowiedzi do przykładu: „*Naczynia kuchenne firmy Le Creuset*”

- a) Jakość - jako suma niepowtarzalnych cech każdego naczynia, począwszy od wysokiej jakości komponentów zastosowanych do produkcji tychże wyrobów i ich szczególnych zalet (utrzymywanie i łagodne rozpraszanie ciepła przez żeliwo).
- b) Marka - uznana na całym świecie, huty firmy są szeroko znane i uznane. Klient kupując któryś z wyrobów firmy ma świadomość nabycia produktu znanego i niezawodnego, co umacnia go w słuszności dokonanego wyboru.
- c) Niepowtarzalność - produkcja jest jednostkowa, po odlaniu każdego naczynia forma jest rozbijana. Produkcja nie jest, więc tak duża jak ma to miejsce w przypadku produkcji seryjnej, ale właśnie, dlatego naczynia te są unikalne i uznane na świecie.
- d) Obsługa klienta - w sklepach, w których dostępne są naczynia firmy Le Creuset obsługa klienta zajmuje się odpowiednio przeszkolony personel. Gwarantuje to firmie właściwe i fachowe poinformowanie przyszłego użytkownika naczyń o szczegółach ich wyrobów i sposobie ich użytkowania, co sprawia, że zadowolenie klienta rośnie. Dokładna informacji na temat produktu jest jednym ze sposobów na wyeliminowanie dysonansu pozakupowego.
- e) Kanały zbytu - naczynia dostępne są tylko w niektórych sklepach, gwarantuje to firmie brak „przypadkowości” przy rozprowadzaniu swoich wyrobów. Ci, którzy je sprzedają mają, bowiem świadomość wartości produktów firmy Le Creuset.
- f) Reklama - promocja naczyń ma za zadanie podkreślić ścisły związek pomiędzy dobrym smakiem przygotowanej potrawy a używaniem produktów firmy, Le Creuset. Reklamy naczyń umieszczane są w ekskluzywnych czasopismach i specjalnych dodatkach do nich. Ponadto rozprowadzane są prospekty reklamowe w punktach sprzedaży, w których to zamieszczane są między innymi szczegółowe rady dotyczące sposobu użytkowania naczyń.
- g) Promocja sprzedaży - do każdego zakupu ich wyrobów wartości powyżej 50 funtów bezpłatnie dołączona jest książka kucharska, w której zamieszczone są przepisy pozwalające w pełni wykorzystać unikalne własności naczyń.
- h) Cena - stosowna do jakości produktu, podkreślająca jego niepowtarzalność i niezawodność.

Odpowiedzi do testu:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
b	c	b	b	b	a	c	c	c	b	a	c	c	c	a	b	c	b	b	c	c

Literatura

- Garbacik K., Żmiejko M., *Czas na przedsiębiorczość. Podręcznik*, wyd. PWN, Warszawa 2008.
- Garbacik K., Żmiejko M., *Czas na przedsiębiorczość. Ćwiczenia*, wyd. PWN, Warszawa 2008.
- Czasopisma „Marketing i rynek”, „Marketing w praktyce”, „Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw”.
- Krzyszczyk P. *Podstawy przedsiębiorczości*, seria „Ciekawi świata”, wyd. Operon, Gdynia 2012.
- Korba J., Smutek Z., *Podstawy przedsiębiorczości*, seria „Odkrywamy na nowo”, wyd. Operon, Warszawa 2012.
- Makieła Z., Rachwał T. *Krok w przedsiębiorczość*, podręcznik do podstaw przedsiębiorczości dla szkół ponadgimnazjalnych, wyd. Nowa Era, Warszawa 2012.
- Makieła Z., Rachwał T. *Krok w przedsiębiorczość, zeszyt ćwiczeń*, wyd. Nowa Era, Warszawa 2012.
- Musiałkiewicz J., *Podstawy przedsiębiorczości*, podręcznik, wyd. Ekonomik, Warszawa 2012.
- Ekonomia Stosowana*, wyd. Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.

Anna Kolano

Rynek pracy

Potrzeby ucznia, uwarunkowane wymogami reformy systemu edukacji i sytuacją na rynku pracy są istotnym elementem kształcenia. Poprzez uczestnictwo w rozwiązywaniu ćwiczeń, uczeń otrzymuje program – plan, widzi „ścieżki i kroki” na drodze przygotowania do decyzji o wyborze zawodu i zachowania się na rynku pracy. Wskazane zostały mu źródła i sposoby zbierania niezbędnych informacji, a także osoby doradców i instytucji wspomagających planowanie kariery.

Oddziaływanie na motywację ucznia i poczucie odpowiedzialności za kreowanie przyszłości staje się najważniejszą sprawą. Pobudzanie jego aktywności i wiary we własne możliwości – są receptą na sukces.

Osiągnięcia uczniów realizowane są poprzez analizę roli pracy w życiu człowieka i gospodarce oraz sensu inwestowania w siebie. Poprzez naukę uczniowie zdobywają przede wszystkim umiejętność analizy sytuacji na rynku pracy (w tym problemu bezrobocia) oraz własnych predyspozycji do samozatrudnienia lub skutecznego poszukiwania i wykonywania pracy dającej satysfakcję. Niezbędne do tego jest poznanie podstaw prawnych zatrudnienia, rodzajów umów o pracę, obowiązków i praw pracownika oraz pracodawcy, a także funkcji i rodzajów płacy.

Zadania zawarte w tym dziale są dobrą okazją do rozpoczęcia pracy szkoły w zakresie orientacji szkolno – zawodowej. Są znakomitym polem do współpracy nauczyciela z młodzieżą.

Zadanie 1

Kiedy mamy do czynienia z bezrobociem?

.....

.....

Zadanie 2

Co oznacza wskaźnik bezrobocia 19%?

.....

.....

Zadanie 3

Wymień 3 formy łagodzenia bezrobocia przez państwo.

.....

.....

Zadanie 4

Na czy polega mobilność zawodowa?

.....

.....

Zadanie 5

Jakie dokumenty należy przedstawić przy ubieganiu się o pracę?

.....

.....

Zadanie 6

Czym charakteryzuje się praca na rzecz pracodawcy w przypadku umowy o pracę?

.....

.....

Zadanie 7

Co oznacza i ile wynosi okres próbny zatrudnienia?

.....

.....

Zadanie 8

Na czym polega zatrudnienie w oparciu o umowę o dzieło?

.....

.....

Zadanie 9

Na czym polega zatrudnienie w oparciu o umowę zlecenie?

.....

.....

Zadanie 10

Co obejmuje przychód brutto z pracy?

.....

.....

Zadanie 11

Wyjaśnij najważniejsze przyczyny bezrobocia w twoim regionie (mieście).

.....

.....

Zadanie 12

Biorąc pod uwagę dane statystyczne dotyczące bezrobocia dokonaj analizy regionalnego (lokalnego) rynku pracy.

.....

.....

Zadanie 13

Uzupełnij poniższą tabelę o pasywne i aktywne narzędzia walki z bezrobociem.

Narzędzia aktywne	Narzędzia pasywne

Zadanie 14

Na podstawie przedstawionych danych określ okresy wypowiedzenia umów o pracę oraz podaj daty ich rozwiązania

Rodzaj umowy	Okres zatrudnianie /okres próbny	Data poinformowania o wypowiedzeniu	Okres wypowiedzenia	Data rozwiązania umowy
Na czas nieokreślony	5 miesięcy	18.05.2012		
Na czas nieokreślony	7 miesięcy	29.03.2012		
Na czas nieokreślony	12 lat	11.04.2012		
Na okres próbny	2 miesiące	01.08.2012		

Zadanie 15

Uzupełnij poniższą tabelę wymieniając cechy charakterystyczne dla poszczególnych umów.

Rodzaj umowy	Cechy umów
Umowa o pracę	
Umowa o dzieło	
Umowa zlecenia	

Zadanie 16

Porównaj formy wynagradzania: czasową, czasowo – premiową i premiową, wymieniając ich zalety i wady z punktu widzenia pracodawcy i pracownika?

.....

.....

.....

Zadanie 17

Podaj prawa i obowiązki pracownika oraz prawa i obowiązki pracodawcy.

.....

.....

.....

Zadanie 18

Wyobraź sobie, że pełnisz funkcję osoby odpowiedzialnej za przyjęcie pracowników w Twojej firmie w najbliższym czasie musisz przeprowadzić rozmowy kwalifikacyjne z kandydatami na stanowisko pracownika ds. marketingu. Ułóż pytania, które pomogą Ci się dowiedzieć jak najwięcej o każdym kandydacie.

Zadanie 19

Wyobraź sobie, że spotykasz po kilku latach swoją koleżankę ze szkoły średniej. Rozmawiacie o swoim obecnym życiu i dosyć szybko koleżanka zwierza ci się, że chciałaby zmienić swoje dotychczasowe życie. Wiesz, że kończyła zasadniczą szkołę zawodową: sprzedawca i od tamtego czasu pracuje w sklepie z warzywami i owocami. Jak możesz doradzić koleżance jaką pracę mogłaby inną wykonywać.

Zadanie 20

Wyszukaj w Internecie i prasie dwie oferty pracy, którą chciałbyś w przyszłości wykonywać. Porównaj oferty. Napisz list motywacyjny i CV, które będą odnosiły się do wyszukanych ofert pracy.

Porównanie ofert	
Oferta I	Oferta II

Zadanie 21

Zastanów się i napisz, jakie dwa zawody chciałabyś wykonywać po ukończeniu nauki. Wnioski wpisz w tabelę.

Wybrany zawód.....

Mocne strony	Słabe strony

Wybrany zawód.....

Mocne strony	Słabe strony

Zadanie 22

Na czym polega mobbing? Podaj trzy przykłady mobbingu w przedsiębiorstwie.

.....

.....

.....

Zadanie 23

Podaj przykłady etycznych i nieetycznych działań przedsiębiorców.

.....

.....

.....

Zadanie 24

Wyjaśnij, dlaczego w biznesie występują nieetyczne zachowania wśród przedsiębiorców.

.....

.....

.....

Zadanie 25

Jak jest różnica między lobbingsiem, a korupcją?

.....

.....

.....

Zadanie 26

Uzupełnij poszczególne kroki podejmowania decyzji związanej z wyborem przyszłego zawodu.

Kroki podejmowania decyzji**Krok 1. Określ, czego chcesz.**

Pomyśl, jakie zawody najbardziej Cię interesują. Wypisz je, nawet, gdyby wydawały Ci się nieosiągalne.

.....

.....

Krok 2. Zastanów się, jakie posiadasz indywidualne możliwości i zasoby.

Zbierz: wiedzę, uzdolnienia, umiejętności, zainteresowania, preferencje i wartości, które cenisz. Zapisz je sumiennie.

.....

.....

Krok 3. Twoje alternatywne wybory.

Jaki zawód wybrałbyś, gdyby nie udało Ci się zrealizować punktu 1? Wypisz kilka możliwości.

Uwzględnij opinie Twoich dobrych doradców.

.....

.....

Krok 4. Porównaj wszystkie propozycje.

Jakie są zalety i wady, zyski i koszty każdego wyboru? Co / kto Ci pomoże, a gdzie mogą być przeszkody? Staraj się kierować faktami.

.....

.....

Krok 5. Oceń szanse na sukces w każdym przypadku. Wybierz najlepszą możliwość.

Jaka możliwość najlepiej odpowiada Twoim potrzebom? Uszereguj swoje wybory od najbardziej do najmniej satysfakcjonującego. Potem ułóż je inaczej: od najłatwiej do najtrudniej osiągalnych. Wyciągnij wnioski. Zapisz, co odkryłeś.

.....

.....

Krok 6. Ułóż plan działania – planuj ścieżki i kroki.

Rusz głową, co zrobić, żeby osiągnąć to, co dla Ciebie osiągalne. Wszystko, co wymyślisz ubierz w rozsądek i szczegóły. Uwierz, że się uda. Potem zaplanuj kolejność i czas.

.....

.....

Krok 7. Oceń swoją decyzję.

Czy podjąłeś słuszną decyzję? Wróć do punktu 1, aby sprawdzić, czy masz wszystkie potrzebne dane i informacje. Czy plan jest do wykonania? Jeśli masz wątpliwości – zastanów się, co zmienić. Jeśli nie – zapisz swoją decyzję. Właśnie ją podjąłeś. Teraz ją zrealizuj.

.....

.....

Zadanie 27

Zapoznaj się z przykładami opinii, wypowiedziami na temat „MOJA WIZJA KARIERY”. Z którymi opisami się zgadzasz. Napisz swoją opinię na temat „MOJA WIZJA KARIERY”.

„ (...) O karierze wszędzie głośno

Piszą o niej gazety, wykrzykują media, na każdym kroku znajdujemy dziesiątki ogłoszeń zawierających te magiczne dla ludzi XXI wieku słowo: „z nami na szczyt kariery”, „jak zrobić karierę?” itp.

Jak podaje Kopaliński, kariera to „przebieg życiowej działalności, szybki awans, sukcesy, powodzenie” – głównie superlatywy. Czy jednak zawsze to słowo kojarzyło się z dobrą pozycją życiową i z sukcesami? Dawniej mianem kariery określano zawód, zajęcie, fach. Ale era kapitalizmu i rywalizacji pchnęła ludzi do walki o jak najwyższe stanowiska, no i – zmieniła nieco definicję.

Zaczęto mówić o „wyścigu szczurów”

Tego określenia nie muszą chyba nikomu wyjaśniać, bo jest ono powszechnie znane i – niestety – równie powszechnie występuje. Widać je nie tylko w „dorosłym” świecie, lecz niestety również już w szkołach i na podwórku. To już nie jest normalna rywalizacja, kto lepiej gra w piłkę, czy kto dostał lepszy stopień z klasówki – to np. obowiązkowe super ciuchy, „komórki”, samochód pod szkołą, korepetycje 6 razy w tygodniu, edukacyjne obozy itp. Moim zdaniem można z pewnością dopisać linijkę do słownika... Nie jest to jednak żadna nowość, bowiem już wcześniej Kopaliński, w roku 1968 napisał, że wyraz kariera ma niejakie koneksje z francuskim *carriere*, co oznacza „tor wyścigowy”. Reasumując możemy się pokusić o sformułowanie uproszczonej i pospolitej definicji: kariera – wyścig po stanowisko, pieniądze, pozycję. Czy może bardziej by pasowało: żyj szybko, umieraj młodo? Dzisiejsze tempo życia i ciągłe dążenie za pieniądzem przysparza lekarzom jeszcze więcej pracy przy...zawałowcach. I najczęściej chorzy nie mogą mieć do nikogo pretensji. Czasami warto przypomnieć sobie, że istnieje coś takiego jak „zdrowie”. Pobiegać trochę, pojeździć na rowerze, a nie tylko za biurkiem ze wzrokiem wpatrzonym w ekran komputera.

Jednak karierę robią wszyscy

- nie tylko ci, którzy głowę zza monitora wychylają tylko wtedy, kiedy kończy im się kawa, ale też pracownicy fizyczni, aktorzy, piloci, stewardessy itd.

(...) Często nurtuje mnie pytanie, jak zrobić karierę?

A z tego, co slysze dookoła, nie jest to tylko mój problem, bowiem mało znam osób, które nie chciałyby osiągnąć sukcesu. Czy powinienem korzystać z licznych poradników temu poświęconych? Czy może najlepiej pokieruje mną intuicja? A gdyby tak zasięgnąć rady fachowców? Kariera to chyba problem (mniejszy lub większy) każdego z nas. Czy młody, czy stary, kobieta, czy mężczyzna – jeśli człowiek nie ma wymarzonej pracy lub zajęcia – dąży raczej, żeby je osiągnąć. Każdy na swój sposób i próbuje osiągnąć cel. Ale czy jest jakaś uniwersalna metoda? Na dziś myślę, że po pierwsze trzeba zaznaczyć, że kariera jest pojęciem indywidualnym. Posłużę się tutaj bardzo prostym przykładem: dajmy na to, że mój kolega bardzo się ucieszy, jeśli zdobędzie złoty medal na olimpiadzie i w ten sposób osiągnie szczyt swojej kariery. Dla mnie podobnym sukcesem będzie medal brązowy, ponieważ jestem od niego słabszy fizycznie i wiem, że to będzie moje maksimum. W ten sposób obaj będziemy zadowoleni, gdyż osiągnęliśmy (każdy w swoim mniemaniu) szczyt kariery.

Piotr Kreft, ucz. II klasy LO im. W. Jagiełły w Płocku

Zadanie 28

Zapoznaj się z wierszem „Śpiew ptaka” - autorstwa Anthony de Mello i zastanów się nad odpowiedziami na poniższe pytania:

- „Dlaczego orzeł wierzył, że jest podwórkowym kogutem?”
- „Czy myślicie, że pragnął być orłem?”
- „Jaki błąd popełnił?”
- „Gdyby wiedział kim jest, gdyby spróbował odnaleźć swoją tożsamość - czy poszybowałby w górę, jak król ptaków?”

„ŚPIEW PTAKA”

*„Pewien człowiek znalazł jajko orla.
Zabrał je i włożył do gniazda kurzego w zagrodzie.
Orzełek wylął się ze stadem kurcząt
i wyrósł wraz z nimi.
Orzeł przez całe życie
zachowywał się jak kury z podwórka,
myśląc, że jest podwórkowym kogutem.
Drapał w ziemi szukając glist i robaków.
Piał i gdakał. Potrafił nawet trzepotać skrzydłami
i fruwać kilka metrów w powietrzu.
No bo przecież, czyż nie tak właśnie fruwiają koguty?
Minęły lata i orzeł zestarzał się.
Pewnego dnia zauważył wysoko nad sobą,
na czystym niebie wspaniałego ptaka.
Płynął elegancko i majestatycznie
wśród prądów powietrza,
ledwo poruszając potężnymi, złocistymi skrzydłami.
Stary orzeł patrzył w górę oszołomiony.
- Co to jest?
zapytał kurę stojącą obok.*

- *To jest orzeł, król ptaków -
odrzekła kura.
Ale nie myśl o tym.
Ty i ja jesteśmy inni niż on.
Tak więc orzeł więcej o tym nie myślał.
I umarł, wierząc,
że jest kogutem w zagrodzie.*

Zadanie 29

Odpowiedz na poniższe pytania, które pomogą Ci w określeniu swoich mocnych stron. Informacje będziesz mógł wykorzystać do planowania swojej ścieżki kariery zawodowej. Przed przystąpieniem do odpowiedzi dokładnie przeczytaj wszystkie pytania.

Odpowiedz szczerze!

1. Co umiesz robić najlepiej? (wymień wszystkie swoje umiejętności, nie pomijając nawet drobnych, takich jak gotowanie czy pisanie na maszynie)

.....
.....

2. W jakiej dziedzinie masz najwięcej wiadomości, doświadczenia? (może to być ta sama dziedzina, a mogą też być dwie różne - jedną znasz najlepiej teoretycznie, a drugą praktycznie)

.....
.....

3. Co w sytuacji, w jakiej się znajdujesz (żyjesz), można by zaliczyć do czynników ułatwiających Ci osiągnięcie sukcesu (mogą to być np.: znajomości, bogata biblioteka, przyjaźń z mądrym człowiekiem, środowisko itp.)?

.....
.....

4. Co mógłbyś robić bardzo dobrze (lepiej niż przeciętnie), gdyby zostały spełnione pewne warunki (takie jak uzyskanie środków na działania, przeszkolenie, nabycie nowych doświadczeń, umiejętności itp.)?

.....
.....

5. Do jakich funkcji (stanowisk) czy zadań nadajesz się najlepiej (zapomnij przez chwilę o rzeczywistości, puść wodze fantazji - jeżeli uważasz, że powinieneś być generałem lub modelką- napisz to!)?

.....
.....

6. Wymień zdolności, cechy charakteru, które uważasz za swoje zalety. Czy masz jakieś dodatnie cechy rzadko spotykane (nie muszą one osiągać poziomu nieprzeciętnego, wystarczy, że są rzadkie w Twoim środowisku)?

.....
.....

Zadanie 30

Uzupełnij krzyżówkę.

- 1) W sierpniu 2009 r. bezrobocia w Polsce wynosiła 10,8%.
- 2) Ten typ bezrobocia występuje w sytuacji, gdy rynek pracy znajduje się w równowadze.
- 3) Walka z nią często powoduje zwiększenie się bezrobocia.
- 4) Jest przyczyną bezrobocia cyklicznego (wynikającego z braku popytu).
- 5) Jedna z form pomocy bezrobotnym absolwentom.

1				P				
2				R				
3				A				
	4			C				
	5			A				

Test sprawdzający

1. Na Rynku pracy przedsiębiorstwa reprezentują stronę:

- a) popytu na pracę,
- b) podaży pracy,
- c) informacyjną.

2. Ilość pieniędzy, jaką pracownik otrzymuje w konkretnych jednostkach pieniężnych nazywamy:

- a) płacą nominalną,
- b) płacą realną,
- c) płacą bezwzględną.

3. Ludność aktywna zawodowo to:

- a) jedynie zatrudnieni,
- b) bezrobotni,
- c) zarówno zatrudnieni, jak i bezrobotni.

4. Z rynkiem pracobiorcy mamy do czynienia, gdy:

- a) podaż pracy > popytu na pracę,
- b) podaż pracy < popytu na pracę,
- c) podaż pracy = popytu na pracę.

5. Przykładem pasywnego poszukiwania pracy jest

- a) odpowiadanie na oferty przekazane przez urząd pracy,
- b) szukanie zatrudnienia przez wypytywanie o oferty znajomych przedsiębiorców,
- c) wysyłanie swoich ofert do firm, które nie umieszczają ogłoszeń o poszukiwaniu pracowników.

6. Umowa o pracę regulowana jest przez przepisy:

- a) kodeksu pracy,
- b) kodeksu cywilnego,
- c) kodeksu spółek handlowych.

7. Osoba wykonująca zlecenie (umowę zlecenia):

- a) jest podporządkowana pracodawcy,
- b) korzysta z uprawnień gwarantowanych przez Kodeks pracy,
- c) nie korzysta z uprawnień gwarantowanych przez Kodeks pracy.

8. Umowa o pracę zawarta bezterminowo:

- a) umowa na czas określany w celu zastępstwa,
- b) umowa na czas nieokreślony,
- c) umowa na czas określony.

9. Curriculum Vitae nie zawiera informacji o:

- a) posiadanych umiejętnościach,
- b) ukończonych kursach i szkoleniach,
- c) potencjalnym pracodawcy.

10. Który z podanych niżej zapisów wyraźnie sugeruje, że pracownik zatrudniony jest na umowę o dzieło:

- a) zatrudniam Krzysztofa Kowalskiego na stanowisku inspektora budowlanego,
- b) zlecam Krzysztofowi Kowalskiemu nadzorowanie prac budowlanych,
- c) zgodnie z postanowieniem umowy Krzysztof Kowalski ma opracować projekt domku jednorodzinnego.

11. Nawiązanie stosunku pracy wymaga:

- a) wyłącznie zgody pracownika,
- b) wymaga zgodnego oświadczenia woli pracownika i pracodawcy,
- c) wyłącznie zgody Powiatowego Urzędu Pracy.

12. Do obowiązku pracownika należy między innymi:

- a) nie przestrzegać przepisów i zasad bezpieczeństwa i higieny pracy,
- b) sumienne i staranne wykonywanie pracy oraz stosowanie się do poleceń przełożonych,
- c) nie dbanie o dobro zakładu.

13. Umowa o dzieło:

- a) dotyczy konkretnego dzieła i nie musi być wykonywana osobiście,
- b) dotyczy konkretnego dzieła i musi być wykonywana osobiście,
- c) zleceniodawca i zleceniobiorca są równorzędnymi podmiotami.

14. Umowa o pracę:

- a) nie musi być wykonywana osobiście,
- b) musi być wykonywana osobiście,
- c) może być wykonywana osobiście lub za zgodą zleceniodawcy można powierzyć jej wykonanie innej osobie.

15. Mobbing:

- a) jest rodzajem terroru psychicznego i fizycznego, stosowanego systematycznie przez jedną osobę lub grupę osób przeciwko jednej osobie,
- b) jest rodzajem terroru fizycznego, stosowanego systematycznie przez jedną osobę lub grupę osób przeciwko jednej osobie,
- c) jest rodzajem terroru psychicznego, stosowanego systematycznie przez jedną osobę lub grupę osób przeciwko jednej osobie.

16. Mobbing może się przejawiać jako:

- a) ciągle krytykowanie wykonywanej pracy,
- b) ciągle zachwalanie wykonywanej pracy,
- c) zlecanie prac, które mają sens.

17. Która z wymienionych wskazówek jest przydatna w rozmowie kwalifikacyjnej:

- a) ubiór powinien być dyskretny i elegancki,
- b) na spotkanie możemy się spóźnić, ale tylko 5 minut,
- c) nie należy słuchać rozmówcy.

18. Poniżej przedstawiono rodzaje umów o pracę. Określ, która z tych umów jest najkorzystniejsza dla osoby ubiegającej się o kredyt w banku.

- a) umowa na czas określony,
- b) umowa na czas próbny,
- c) umowa na czas nieokreślony.

19. Na podstawie podanego opisu rozpoznaj rolę pełnioną na rynku pracy i zaznacz odpowiednią odpowiedź. „Tomek Nowak zarejestrował jednoosobowe przedsiębiorstwo oferujące serwis komputerowy”.

- a) bezrobotny,
- b) pracodawca,
- c) pracownik.

20. Na podstawie podanych metod przeciwdziałania bezrobociu określ, która z nich jest najskuteczniejsza w długim okresie czasu.

- a) podnoszenie kwalifikacji,
- b) skrócenie tygodniowego czasu pracy,
- c) wczesne emerytury.

21. „Osoba przedsiębiorcza jest to osoba, która umiejętnie wyznacza sobie cele i podejmuje działania nakierowane na ich osiągnięcie, boi się jednak podejmowania ryzyka”.

- a) prawda,
- b) fałsz,
- c) żadna z odpowiedzi.

Odpowiedzi do zadań

Zadanie 1

Z bezrobociem mamy do czynienia, kiedy liczba miejsc pracy jest mniejsza od liczby osób, które chcą pracować.

Zadanie 2

Na 100 osób, 19 jest bez pracy.

Zadanie 3

Zasiłki dla bezrobotnych, edukacja bezrobotnych, mobilność zawodowa.

Zadanie 4

Polega na zmianie miejsca zamieszkania w związku ze zmianą miejsca pracy.

Zadanie 5

CV, list motywacyjny.

Zadanie 6

Zarówno pracownik, jak i pracodawca muszą przestrzegać przepisów kodeksu pracy

Zadanie 7

Próbny okres zatrudnienia to okres potrzebny, aby poznać pracownika, wynosi maksymalnie 3 miesiące.

Zadanie 8

Umowa na wykonanie pracy z konkretnym efektem.

Zadanie 9

Umowa na wykonanie pracy bez ustalonego rezultatu.

Zadanie 10

Wynagrodzenie pracownika wraz z dodatkami.

Zadanie 13

Narzędzia aktywne:

- Pośrednictwo pracy
- Poradnictwo zawodowe
- Szkolenie i przekwalifikowanie bezrobotnych
- Współfinansowanie prac interwencyjnych oraz robót publicznych

Narzędzia pasywne:

- Zasiłki dla bezrobotnych
- Zasiłki i świadczenia przedemerytalne
- Świadczenia przysługujące rolnikom zwolnionym z pracy
- Obniżanie wieku emerytalnego
- Wydłużenie obowiązkowego okresu nauki młodzieży

Zadanie 22

Mobbing jest rodzajem ciągłego terroru psychicznego, stosowanym w miejscu pracy przez jedną osobę lub grupę przeciwko przeważnie jednej osobie.

Przykłady mobbingu:

- Rozsiewanie plotek,
- Podejmowanie prób ośmieszania,
- Ograniczanie przez przełożonego możliwości wypowiedzania się,
- Napastowanie przez telefon,
- Słowne propozycje seksualne
- Ciągłe krytykowanie wykonywanej pracy

Krzyżówka

1- stopa, 2-naturalne, 3-inflacja, 4-recesja, 5-staż.

Odpowiedzi do testu

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
a	a	c	b	a	a	c	b	c	c	b	b	a	b	c	a	a	c	b	a	b

Literatura

Garbacik K., Żmiejko M., Czas na przedsiębiorczość. Podręcznik, wyd. PWN, Warszawa 2008.

Garbacik K., Żmiejko M., Czas na przedsiębiorczość. Ćwiczenia, wyd. PWN, Warszawa 2008.

Czasopisma „Marketing i rynek”, „Marketing w praktyce”, „Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw”.

Krzyszczuk P. Podstawy przedsiębiorczości, seria „Ciekawi świata”, wyd. Operon, Gdynia 2012.

Korba J., Smutek Z., Podstawy przedsiębiorczości, seria „Odkrywamy na nowo”, wyd. Operon, Warszawa 2012.

Makiela Z., Rachwał T. Krok w przedsiębiorczość, podręcznik do podstaw przedsiębiorczości dla szkół ponadgimnazjalnych, wyd. Nowa Era, Warszawa 2012.

Makiela Z., Rachwał T. Krok w przedsiębiorczość, zeszyt ćwiczeń, wyd. Nowa Era, Warszawa 2012.

Musiałkiewicz J., Podstawy przedsiębiorczości, podręcznik, wyd. Ekonomik, Warszawa 2012.

Ekonomia Stosowana, wyd. Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.

mgr Wierzchowska-Szymanek A., mgr Filipowska A., Warsztaty edukacyjno – aktywizujące dla uczniów
Przygotowujemy się do podjęcia decyzji szkolno - zawodowej: planujemy ścieżki i kroki.

CZEŚĆ 4

Marcin Łątka

GRA BIZNESOWA.

WPROWADZENIE W WIRTUALNY ŚWIAT BIZNESU

Gry biznesowe prezentowane są najczęściej w formie strategicznych symulacji biznesowych, która skłania uwagę uczestnika na jednym z najważniejszych zadań menedżera jakim jest ciągle podejmowanie decyzji, mających wpływ na przyszłość firmy. Pozornie bezpieczne środowisko wirtualnej rzeczywistości skłania uczestnika do głębokiej analizy bieżącej sytuacji przedsiębiorstwa oraz strategicznego planowania kolejnych kroków przy czym nie jest koniecznym posiadanie wykształcenia ekonomicznego by uczestniczyć w rywalizacji – wystarczą chęci sprawdzenia siebie i zaangażowanie. Pamiętać należy, że dobry menedżer potrafi podjąć się zarządzania każdą jednostką, nawet nie związaną z jego wyuczoną profesją. Dobry menedżer będzie potrafił zarządzać każdego rodzaju przedsiębiorstwem.

Już na wstępie zakładając firmę uczestnik staje się konkurentem swojego kolegi/koleżanki z ławki. Zaczyna się prawdziwa gra rynkowa. Rozgrywka jest podzielona na 6 kwartałów (1,5 roku). Wersja ta obejmuje zarządzanie działem marketingu.

Podczas poszczególnych etapów wyznaczanych okresami kwartałów decyzyjnych uczestnik stawiany jest przed obliczem problemu decyzyjnego zbliżonego do tych napotykanych na co dzień przez kadrę menedżerską wielu światowych koncernów ale też małych rodzinnych przedsiębiorstw.

Kolejne kwartały wymagają podejmowania coraz to bardziej złożonych decyzji. Efekt podjętych decyzji widoczny będzie w kolejnym kwartale w Zrównoważonej karcie wyników – ostateczny wynik rywalizacji przesądzony będzie posiadaniem najlepszych wskaźników w skumulowanej Zrównoważonej Karcie Wyników.

Każdy kwartał to szereg decyzji do podjęcia, dlatego też decyzje można przedstawić jako niezbędny element poszczególnych kwartałach.

Pamiętać należy, że Uczestnicy powinni być gotowi do uzasadnienia swoich decyzji i przedstawienia przesłanek, którymi się kierowali w ich podejmowaniu. Jest to gra zespołowa, w której każde ogniwo jest równie ważne – jak w jednym mechanizmie – każdy tryb musi być równie sprawny by osiągnąć sukces. Dlatego też podobnie jak w każdej organizacji bardzo istotnym czynnikiem jest komunikacja pomiędzy członkami zespołu. Do tego celu służy między innymi dedykowany „Blog”, który można znaleźć w górnej poziomej części menu w interfejsie gry.

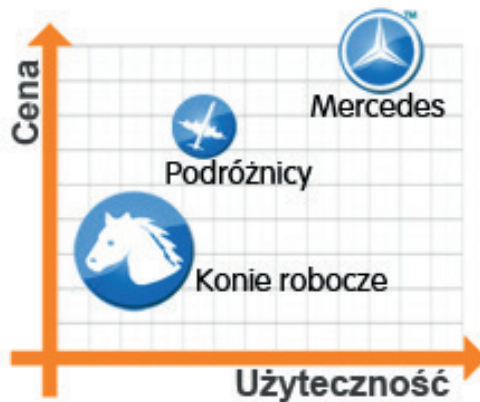
Procesowi decyzyjnemu zawsze towarzyszy niepewność. Przekonasz się jednak, że można zredukować tę niepewność, opierając swoje decyzje o wyniki decyzji z przeszłości.

Centrala firmy wybrała cię, abyś zarządzał nowym Działem Marketingu komputerów osobistych. Będziesz odpowiedzialny za wprowadzenie nowej linii komputerów na rynki w Azji, USA, Ameryce południowej i Europie.

W tym samym czasie inne firmy z tej branży także będą wchodzić na rynek. Dla uproszczenia scenariusza zakłada się, że przemysł komputerów osobistych jest w początkowym stadium rozwoju. Oznacza to, że uczestnicy rozgrywki i firmy konkurencyjne nie mają żadnego doświadczenia w tej branży, a na rynku nie ma jeszcze ugruntowanej konkurencji. Co więcej, wszyscy konkurenci, w tym także twój dział, posiadają te same środki i identyczną wiedzę o rynku.

Producenci będą sprzedawać swoje produkty poprzez własne biura sprzedaży na czterech głównych rynkach miejskich świata. Twoim rynkiem docelowym będzie sektor przedsiębiorstw. Firma nie będzie prowadzić sprzedaży dla nabywców indywidualnych, ani nie będzie posiadać sklepów detalicznych. Tak więc strategia marketingowa firmy będzie ściśle ukierunkowana na bezpośrednią sprzedaż klientom biznesowym.

Na rynku nabywców komputerów osobistych wyróżnia się trzy segmenty.



Segment **Konie robocze** to największa grupa klientów. Potrzebują oni prostego w obsłudze komputera przeznaczonego dla pracowników biurowych. Jego cena powinna być umiarkowana.

Segment **Mercedes** jest segmentem potrzebującym komputera o wysokich parametrach, do wykorzystywania go w inżynierii i produkcji. Klienci Mercedesa skłonni są zapłacić wyższą cenę za najlepsze parametry.

Segment **Podróżnicy** potrzebuje praktycznego komputera, który może być wykorzystywany w podróży. Klientami tego segmentu są kierownicy i handlowcy, którzy dużo podróżują. Ten segment jest także wrażliwy na cenę.

Każdy segment ma inne potrzeby i pragnienia, a więc wymaga innej strategii marketingowej, która będzie się do nich odnosiła. Jedną z pierwszych decyzji będzie wybór wstępnego segmentu docelowego. Po wybraniu rynku docelowego, należy opracować, a następnie wprowadzić w życie strategię zyskowej działalności ukierunkowanej na wybrany segment rynku.

Klucz do sukcesu:

- Zbadaj potrzeby klientów.
- Stwórz produkt spełniający ich potrzeby.
- Poinformuj ich o tym (reklamuj się).
- Zaangażuj pracowników w proces dotarcia do klienta.
- Maksymalizuj swoje zyski.

Pamiętaj, klienci różnią się między sobą. Jedna oferta nie zadowoli wszystkich. Ludzie różnią się gustami, preferencjami, potrzebami, itd.

Klienci szukają produktu, który zaspokoi ich potrzeby. Popyt nie zawsze jest tak duży, jak tego oczekujemy.

Wyjściem w takiej sytuacji jest poznanie różnic w potrzebach klientów (badanie rynku), podzielenie ich na podgrupy o podobnych potrzebach (segmentacja rynku) i opracowanie strategii dla każdego z tych segmentów (marketing skierowany na konkretnego klienta).

Każdy chce jak najwięcej zyskać przy jak najmniejszym koszcie. Niższa cena produktu zazwyczaj przyciąga klientów.

Możliwym rozwiązaniem tego dylematu może być zwiększenie ilości sprzedawanych towarów. Zwiększenie wielkość sprzedaży, powoduje spadek kosztów jednostkowych produkcji. Niższy koszt sprzedawanych towarów pozwala na obniżenie cen produktów i/lub zwiększenie zysków.

Wielkość sprzedaży zwiększyć można oferując lepszy produkt za niższą cenę.

Na rynku, na którym działasz, zawsze będzie występować konkurencja. Będzie się ona starać przejąć sprzedaż i zyski twojej firmy.

Konkurencja analizuje zmieniające się potrzeby klientów jak również ofertę twojej firmy tak, aby móc stworzyć lepsze rozwiązanie dla klientów i je sprzedawać. Konkurencja jest w stanie wynaleźć niszę rynkową, segment, w którym potrzeby potencjalnych nabywców nie są w pełni zaspokajane i opracowuje odpowiednią - lepszą od obecnej - strategię działania.

Klientów zawsze będzie przyciągała lepsza oferta.

Praca zespołu nigdy nie będzie miała końca. Musisz nieustannie analizować dostosowanie twojej oferty do zmieniających się potrzeb klientów (poziom satysfakcji), porównywać swoje produkty z produktami konkurencji i starać się mieć jak najlepszy produkt, cenę, promocję i dystrybucję.

W skrócie: oferuj klientom to, czego pragną i bądź w tym najlepszy. Następnie spraw, żeby klienci dowiedzieli się o tym, jak świetnie możesz zaspokoić ich potrzeby. Zwiększy to twoją sprzedaż, która z kolei obniży koszty. Pozwoli to oferować coraz niższe ceny i uzyskiwać większe zyski.

Jednym z pierwszych zadań podczas tworzenia nowego przedsiębiorstwa jest zorganizowanie zespołu zarządzającego i rozdzielenie zadań. Udział w grze wymaga więcej pracy, niż jest w stanie wykonać jedna osoba.

Wspólne podejmowanie wszystkich decyzji biznesowych jest nieefektywne. Efektywność i zadowolenie członków zespołu ze wspólnej pracy jest funkcją organizacji i podziału ról w zespole.

Każda firma musi określić hierarchię ważności celów dla swojego rynku docelowego.

Jako punkt wyjściowy należy, przygotować profil rynkowy dla każdego segmentu.

Analiza rynku jest ciągłym procesem, w którym nieustannie uaktualnia się dane na podstawie nowych informacji spływających z rynku oraz pochodzących z badań porównawczych konkurencji, prowadzonych w kolejnych kwartałach.

Dostępne dane rynkowe to potrzeby i pragnienia klientów, cena, którą klienci są skłonni zapłacić oraz potencjał rynku w każdym z miast.

Dane dotyczące potrzeb i pragnień oraz cen, jakie klienci są skłonni zapłacić będą dostarczone dla rynku jako całości. Nie przewiduje się możliwości uzyskania tych danych z podziałem na poszczególne miasta. Szacunki wielkości rynku będą podane osobno dla każdego miasta.

Interpretacja wyników badań to bardziej sztuka niż nauka. Firma badająca rynek dostarczy danych. Wnikliwa analiza i interpretacja danych pozwala na lepsze dopasowanie produktu do potrzeb segmentu.

Wstępem jest przygotowanie profilu rynkowego każdego segmentu. Przeanalizuj każdą część badań i podsumuj charakterystyczne cechy każdego segmentu.

Kolejność poszukiwanych korzyści przedstawia ważność danej korzyści dla danego segmentu.

Gdy profil wszystkich segmentów jest już gotowy, trzeba odnaleźć prawidłowości w ramach każdego z nich i pomiędzy nimi.

Z chwilą uporządkowania danych badawczych z rozbiciem na segmenty rynku, można uznać, że rozpoczęła się praca nad ich interpretacją. Niezbędne jest przełożenie tych danych na użyteczną informację. Szczególnie dane dotyczące potrzeb klienta są bardzo pomocne w zrozumieniu korzyści i kosztów postrzeganych przez użytkowników jako związanych z wykorzystywaniem danego produktu.

Dane nie mówią prawie nic o tym, które komponenty zapewniają pożądaną korzyść oraz o tym, jak wyeliminować te elementy, które decydują o stratach związanych z użytkowaniem produktu. Ponadto, dane prawie w ogóle nie mówią o poświadczonych wartościach uzyskiwanych dzięki użytkowaniu produktu. Klienci nie kupują komponentów, oni kupują korzyści. Korzyści te pomagają im zrealizować ich własne cele lub uzyskać pewne wartości czy stany pożądane.

Ocena produktu informuje, na ile marka zaspokaja podstawowe potrzeby każdego segmentu rynku. Wszystkie produkty, które są w sprzedaży na danym rynku geograficznym, poddane są ocenie przez grupy panelowe złożone z miejscowych klientów. Każdy produkt jest oceniany w skali od 1 do 100, przez każdy z segmentów.

Ocena 100 oznacza, że produkt zaspokaja wszystkie podstawowe potrzeby segmentu. Wynik poniżej 100 oznacza, że pod pewnymi względami projekt marki nie jest wystarczający. Im niższy wynik, tym mniejsze zainteresowanie produktem i niższa sprzedaż w danym segmencie.

Ocenę ceny otrzymuje się w ten sam sposób. Cena każdego produktu na lokalnym rynku jest opiniowana przez te same grupy kupujących. Każda cena uzyskuje notę w skali od 1 do 100, w każdym z trzech segmentów. Wynik 100 oznacza cenę satysfakcjonującą większość klientów w danym segmencie rynku.

Zarówno w przypadku oceny produktu, jak i oceny ceny, wynik 70 stanowi minimum potrzebne do obsługi rynku. Na tym poziomie klienci zaczynają poważnie rozważać zakup produktu. Taki wynik sugeruje jednak, że rynek pozytywnie zareaguje na dalsze udoskonalenia produktu i obniżkę ceny.

Wynik powyżej 90 uważany jest za bardzo dobry. Wraz ze wzrostem oceny produktu i ceny powyżej 70 punktowego minimum, przy nie zmienionych innych czynnikach, popyt powinien odpowiednio wzrastać. Jednakże nie można poprzestać na wysokiej ocenie jednej zmiennej; jeśli firma chce zdobyć przychyłność rynku, to oba te elementy (cena i projekt) muszą być jednocześnie satysfakcjonujące.

Dla każdej z reklam można otrzymać ocenę w skali od 1 do 100. Osobne szacunki uzyskiwane są dla każdego segmentu. Im wyższy wynik, tym większe oddziaływanie reklamy w danym segmencie. Użytkownicy są na ogół bardzo surowi w ocenie reklam. Trudno jest firmie otrzymać wynik w przedziale 70 - 80. Wynik powyżej 80 powszechnie uważany jest za bardzo dobry.

Dane dotyczące popytu na produkt zawierają szacunki popytu na rynku dla każdego biura sprzedaży na wybranym rynku. Informacja o popycie rozłożona jest na każdy produkt na półce, z rozbiciem na segmenty. W ten sposób można śledzić, na ile sztuk danej marki konkretnego producenta kształtował się popyt w poszczególnych segmentach.

Dane o popycie na produkt obejmują także informacje zbiorcze dla każdego z producentów dotyczące rynku lokalnego i globalnego. Konkretnie mówiąc, liczba sztuk, na którą jest popyt w danym segmencie, sumowana jest dla wszystkich otwartych biur sprzedaży oraz dla wszystkich produktów na rynku. Tak więc producent może obserwować, na ile sztuk kształtuje się popyt w każdym segmencie.

Dane zbiorcze, dotyczące rynku lokalnego i globalnego, wykorzystywane są także do obliczania udziału w rynku. Każdy producent może określić swój udział w rynku, z rozbiciem na segmenty lub dla całości rynku. Ponadto, dane zbiorcze, dotyczące rynku lokalnego oraz rynków krajowych, mogą zostać dla każdej firmy podzielone według segmentów, wskazując udział, jaki każdy z trzech segmentów ma w łącznym popycie danej firmy. Ta informacja określi względne znaczenie każdego segmentu dla danego producenta.

Dla każdego miasta można również zamówić informacje dotyczące biur sprzedaży i polityki kadrowej wszystkich producentów, którzy działają w danym mieście. W kategorii Decyzje dotyczące biur sprzedaży możesz się dowiedzieć, jakie produkty są oferowane w salonach sprzedaży, jakie są ich priorytety sprzedaży, ceny, a także czy którejkolwiek z marek towarzyszy rabat, ekspozycja w punkcie sprzedaży, bonus sprzedażowy lub zachęta dla sprzedawców.

Zarządzanie produktem

Cała firma polega na twojej umiejętności oceny, czy komponent X, czy też komponent Y, zapewni wystarczającą ilość oczekiwanych korzyści. Ponadto, czy ostateczny wybór komponentów zaspokoi cały zbiór potrzeb klientów, przy cenie, jaką są oni skłonni zapłacić.

Zarządzanie produktem obejmuje decyzje w zakresie projektu produktu oraz nazwy produktu. Twoim zadaniem jest interpretacja abstrakcyjnych korzyści, jakie zdaniem konsumentów dany produkt powinien im przynieść oraz wybór cech lub komponentów, które je zapewnią.

We wczesnych stadiach rozwoju rynku zadanie to niesie ze sobą ryzyko. Zarówno firma, jak i sami konsumenci, nie mają wystarczającego doświadczenia, by wiedzieć na pewno, w jaki sposób ich potrzeby mogą zostać zaspokojone. Konsument będzie mógł naprawdę ocenić produkt dopiero z chwilą, gdy go zobaczy i zastosuje. Ocena relatywnej atrakcyjności dostępnych cech produktu powinna stać się bardziej jasna, gdy asortyment dostępnych marek stanie się szerszy i konsumenci będą mieli możliwość dokonywania wyboru produktu.

Dobór cech do korzyści produktu.

Analiza potencjału rynku jest bardzo ważna, jeśli się chce zrozumieć, czego klient oczekuje od produktu. Taka informacja powinna pomóc w podjęciu decyzji, jakie cechy powinny mieć produkty, aby usatysfakcjonować oczekiwania klienta. Dla wielu menedżerów zadanie to jest trudne.

Ważnym czynnikiem jest specyfika potrzeb klienta, z której wynika, że klienci kupują korzyści, a nie cechy

Określenie ceny, jaką rynek jest w stanie zaakceptować.

Decyzje dotyczące Projektu marki muszą także uwzględniać cenę, jaką rynek będzie skłonny zapłacić. Zawsze zachodzi zależność pomiędzy ceną a parametrami produktu. Cechy nadające marce lepsze parametry z reguły kosztują więcej, niż elementy produktów o niższych parametrach. Czy rynek docelowy zapłaci za dodatkowe możliwości zależy od firmy i jej konkurencji.

Celem marketingu jest wybór cech, które dodadzą produktowi wartości poszukiwanych przez klientów. Osiągnięcie tego celu trzeba równoważyć z dążeniem do minimalizowania kosztów produkcji, aby móc być w stanie zaproponować konkurencyjne ceny i wypracować znaczne zyski dla firmy. Z tego powodu, drugim celem marketingu jest ustalenie, które cechy dodają produktowi największej wartości, a które w najmniejszym stopniu przyczyniają się do wzrostu atrakcyjności marki.

Siła reklamy.

Skuteczna reklama jest ważnym elementem kompozycji marketingowej (tzw. marketing mix). Przy planowaniu kampanii reklamowej firmy należy wziąć pod uwagę następujące elementy:

- projekt hasła reklamowego,
- umieszczanie reklam w mediach,
- skuteczność reklamy.

Projektowanie haseł reklamowych rozpoczyna się od przeglądu potrzeb i oczekiwań rynku docelowego, aby móc zaprojektować takie przesłanie, które oddziaływałoby na segment.

Doświadczenie życiowe wskazuje, że długie przekazy reklamy niekoniecznie są lepsze od krótkich. Dla zoptymalizowania projektu reklamy konieczne będzie eksperymentowanie. Dodanie lub usunięcie korzyści albo zmiana w uszeregowaniu informacji pod względem ich priorytetu może znacząco wpłynąć na działanie reklamy.

Lokalizacja biura sprzedaży czyli dbanie o czynnik dystrybucji jest jednym z najmniej rozumianych elementów kompozycji marketingowej. Łatwiejszym do zrozumienia elementem marketingu jest projektowanie produktów, określanie cen czy reklamy, ponieważ każdy klient styka się z tymi problemami jako konsument towarów osobistego i domowego użytku. Natomiast rzadko kto miał jakikolwiek kontakt z dystrybucją. Tutaj ważnym zagadnieniem staje się wielkość rynku jak i jego rozpiętość i struktura. Nie bez znaczenia jest również zasobność jego portfela.

Wybór produktów.

Jedną z najważniejszych decyzji biura sprzedaży jest wybór produktów, których sprzedaż będzie prowadzona w mieście. Jeżeli nie zaoferujesz tych produktów, których oczekują klienci, to nie będą oni chcieli zobaczyć prezentacji ani nie odwiedzą punktów sprzedaży twojej firmy.

Cała sprzedaż użytkownikom końcowym odbywa się poprzez biuro sprzedaży; z tego powodu trzeba ustalić cenę dla każdego produktu. Ustalając cenę, należy wziąć pod uwagę:

koszty produkcji i koszty operacyjne - dla każdego produktu będzie ona znana gdyż otrzymasz wartość Kosztów sprzedanych towarów. Liczba ta przedstawia wszystkie koszty związane z liczbą sprzedanych sztuk.

Elastyczność cenową - na ile wrażliwy na ceny jest rynek docelowy?

Konkurencyjne ceny - jaką cenę na swoje produkty zamierza wyznaczyć konkurencja?

Elastyczność cenowa.

Decyzje w zakresie cen muszą także uwzględniać czynnik ceny, jaką rynek jest w stanie zaakceptować. Wszystkie segmenty zareagują na niższe ceny, jednak niektóre są mniej wrażliwe na obniżki. W niektórych segmentach 10-procentowa różnica w cenie w nikłym stopniu wpłynie na popyt. W innych przypadkach różnica taka spowoduje zauważalne odejście od jednego produktu na rzecz innego.

Bardzo ważne jest przetestowanie i poznanie elastyczności (wrażliwości) cenowej segmentów docelowych. Wiedza taka pozwoli zdecydować, czy należy stosować penetracyjne ustalanie cen (bardzo duże obniżki), rabaty cenowe, czy też ustalić ceny dla segmentu Premium, który zazwyczaj jest mniej wrażliwy na wszelkie jej wahania.

Ostatnim czynnikiem, który należy brać pod uwagę przy ustalaniu cen, jest działanie konkurencji. Jeżeli firmy konkurencyjne ustalą niższe ceny od innej firmy, a inne elementy będą równe, to można się spodziewać, że przypadnie im większy udział w rynku. Stopień przechodzenia klientów od jednego produktu do drugiego będzie zależeć od wrażliwości segmentu na czynniki cenowe i wielkość różnicy pomiędzy cenami uwzględniając czynnik rabatu.

Trzeba także zdawać sobie sprawę z tego, że wrażliwość na ceny dotyczy także własnej linii produktów. Dla każdego segmentu, modele o niższej cenie będą bardziej atrakcyjne niż te droższe. Nawet gdyby w danym mieście nie było innego producenta, to produkty własne firmy będą ze sobą konkurowały o udział w rynku.

Magia rabatu cenowego.

Rabaty cenowe są krótkoterminowym bodźcem dla wzrostu popytu rynkowego. Są one mile widziane przez wszystkich klientów i skutecznie przyczyniają się do zwiększenia ruchu w biurach sprzedaży. Wzbudzają zainteresowanie i zachęcają klientów, żeby kupowali natychmiast, ze względu na swój przejściowy charakter. Jeżeli firma zamierza pozbyć się nadmiernych zapasów lub jeżeli chce zaatakować na nowym rynku konkurenta o ugruntowanej już renomie, to może ona zastosować rabat cenowy na jeden lub więcej produktów.

Minusem programu rabatowego jest to, że być może firma działa kosztem przyszłego zbytu. Niektórzy klienci być może zamierzali dokonać zakupu w późniejszym terminie. Rabaty po prostu zachęcają ich do wcześniejszego działania. Ponadto, znaczna część klientów i tak kupiłaby produkt, nawet bez rabatu. I wreszcie, chociaż w danym kwartale wizerunek cenowy poprawi się, to w następnym, kiedy rabat nie będzie już obowiązywać, ulegnie on pogorszeniu, ponieważ w odczuciu klientów ceny pójść w górę.

Siła handlowa wyrażona liczbą sprzedawców.

Pierwsza decyzja do podjęcia w zakresie Zarządzania kadrą handlową dotyczy liczby sprzedawców, których powinno się zatrudnić w każdym mieście. Pensje sprzedawców i wszelkie dodatki będą różne na poszczególnych rynkach, wynika to ze specyfiki poszczególnych rynków. Trzeba się spodziewać, że na większych rynkach będą to wyższe stawki.

Każdy sprzedawca będzie prowadził sprzedaż wśród klientów, z którymi skontaktuje się telefonicznie lub których firmy odwiedzi. Uważa się, że popyt jest bezpośrednio zależny od liczby pracowników handlowych działających na rynku. Wraz ze wzrostem liczby pracowników będzie wzrastać - choć w tempie malejącym - liczba sprzedanych sztuk.

Dostosowywanie liczby potrzebnych sprzedawców z kwartału na kwartał nie jest związane z karnymi kosztami. Obroty w branży są na tyle duże, że możliwe jest zatrudnienie i zwalnianie pracowników tak, jak uzna zarząd firmy za stosowne. Jedynym ograniczeniem jest fakt, że rynek jest trochę wrażliwy na zmniejszanie kadry. Z punktu widzenia klienta, redukcje w zatrudnieniu na ogół oznaczają spadek jakości obsługi.

Liczba pracowników, których można zatrudnić na rynku, jest praktycznie ograniczona. Po jakimś czasie zaczną oni sobie wchodzić w drogę. Liczba pracowników, których należy zatrudnić, będzie zależeć od potencjału rynku w mieście oraz od jakości produktów, cen i reklamy w porównaniu do potrzeb rynku i do działań konkurencji.

Na początku trzeba zachowawczo przyjąć, że każdy sprzedawca sprzedaje 40 sztuk w danym kwartale. Na przykład, jeżeli firma chce kwartalnie sprzedać 200 sztuk w mieście X, to musi zatrudnić 5-6 pracowników (200/40). Z drugiej strony, jeżeli firma spodziewa się, że plan marketingowy odniesie spektakularny sukces, to może prognozować sprzedaż 100 sztuk na osobę i wtedy będzie potrzebowała zatrudnić jedynie 2 sprzedawców. (Jednakże będzie rozsądniej przyjąć wersję zachowawczą). Znaczny wpływ na skuteczność sprzedaży poszczególnych pracowników zależy również od jakości produktu, jego polityki cenowej oraz skuteczności marketingu (działań zespołu ds. reklamy).

W miarę zdobywania doświadczenia na rynku i doskonalenia działań w zakresie Projektu marki, Projektu hasła reklamowego, Umieszczania reklam w mediach i Cen detalicznych, wskaźnik sprzedaży przypadającej na jednego pracownika będzie wzrastał. W efekcie tego, w szóstym kwartale być może wystarczy jedynie 4 ludzi do uzyskania efektów, jakie uzyskało 6 sprzedawców w drugim kwartale.

Zagadnienie finansowe w prowadzeniu przedsiębiorstwa – Księgowość.

Kalkulacja kosztów w oparciu o działalność (ABC).

Mając na uwadze trudności związane z otwieraniem nowej firmy, konieczna jest szczegółowa wiedza o rentowności każdego produktu. Rachunek kosztów działań (Activity Based Costing - ABC) jest cennym narzędziem do oceny wkładu każdego typu działalności rynkowej w finansową kondycję firmy. Celem tej kalkulacji jest przyporządkowanie każdej czynności i kosztów związanych z uzyskaniem sprzedaży do tego produktu, który tę sprzedaż wygenerował.

Analiza rentowności Działu Marketingu.

Głównym celem Działu marketingu jest wypracowanie zysku dla Centrali Firmy. W każdym kwartale Dział marketingu będzie składał Centrali Firmy raport ze swojego zysku netto. Rentowność Działu marketingu ustala się porównując marżę brutto (Przychody - Rabaty - Koszt sprzedanych towarów) z kosztami operacyjnymi. Warunkiem sukcesu jest to by marża brutto była wyższa niż koszty operacyjne, czyli dział wygenerował zysk.

Test sprawdzający

Zaznacz prawidłowe odpowiedzi. (test wielokrotnego wyboru)

1. Cechy osoby przedsiębiorczej to:

- a) zdolności przywódcze, asertywność,
- b) brak konsekwencji w działaniu,
- c) kreatywność,
- d) niechęć do podejmowania decyzji.

2. Ze względu na rodzaj prowadzonej działalności wyróżniamy:

- a) między innymi przedsiębiorstwa handlowe i wytwórcze,
- b) tylko przedsiębiorstwa usługowe i handlowe,
- c) tylko przedsiębiorstwa budowlane, handlowe, usługowe,
- d) tylko przedsiębiorstwa przemysłowe.

3. Zaletą prowadzenia przedsiębiorstwa indywidualnego jest:

- a) trudność w pozyskaniu kapitału,
- b) korzystanie w całości z wypracowanego zysku,
- c) brak możliwości oddzielenia majątku osobistego od majątku firmy,
- d) właściciel sam podejmuje decyzje.

4. Styl kierowania to sposób postępowania kierownika w stosunku do podwładnych. Zaznacz odpowiedź, która charakteryzuje styl autokratyczny:

- a) kierownik konsultuje decyzje z podwładnymi i daje im większą samodzielność w działaniu,
- b) pozostawia podwładnym swobodę w podejmowaniu decyzji,
- c) odpowiedzi a i b są prawidłowe,
- d) kierownik podejmuje decyzje bez konsultacji z podwładnymi oraz nie wyjaśnia im celu działań.

5. Głównym celem działalności gospodarczej jest:

- a) dbałość o relacje z pracownikami,
- b) osiągnięcie maksymalnych korzyści finansowych,
- c) edukacja dzieci i młodzieży,
- d) działanie zgodne z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu.

6. Cele, skutecznego działu marketingu:

- a) analiza potrzeb klientów, Planowanie produkcji, sprzedaż,
- b) organizacja firmy,
- c) zarządzanie firmą,
- d) szybkie reagowanie na potrzeby klientów, towary na kartki.

7. Przedsiębiorstwo, które przestrzega podstawowych wartości etycznych w relacjach z pracownikami, klientami i innymi podmiotami, podejmuje działania polegające między innymi na:

- a) przekazywaniu w reklamach rzetelnych informacji o firmie lub oferowanych przez nią produktach,
- b) nieterminowym regulowaniu zobowiązań wobec swoich pracowników,
- c) nieterminowym regulowaniu zobowiązań wobec swoich kontrahentów.

8. Analiza potrzeb klientów to:

- a) tworzenie idealnego produktu,
- b) badanie potrzeb klienta,
- c) badanie wzoru zastosowania produktu,
- d) wszystkie odpowiedzi są prawidłowe.

Odpowiedzi do testu:

1	2	3	4	5	6	7	8
a, c	a	b, d	d	b	a, d	a	d

Notatki

A series of horizontal dotted lines for taking notes, consisting of 35 lines.

Notatki

A series of 25 horizontal dotted lines for taking notes.

