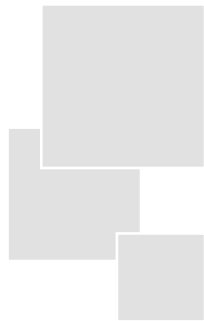




Olimpiada Przedsiębiorczości

WIEDZA, UMIEJĘTNOŚCI, POSTAWY





Olimpiada Przedsiębiorczości

wiedza, umiejętności, postawy

Warszawa, lipiec 2006

© Copyright by

Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

Al. Niepodległości 162, lokal 150
02-554 Warszawa
tel./fax (22) 646 61 42
<http://www.fundacja.edu.pl>,
<http://www.olimpiada.edu.pl>
e-mail: biuro@fundacja.edu.pl

*Publikacja została sfinansowana przez Polsko-Amerykańską Fundację Wolności
w ramach programu „Przedsiębiorczość w Szkole”*

Zespół redakcyjny:
Ewa Chmielecka, Marcin Dąbrowski, Bartosz Majewski,
Joanna Nobis, Marta Sachajko, Piotr Wachowiak

ISBN: 83-922607-5-9

Nakład: 3500 egz.



Spis treści

Wstęp.....	5
Organizacja Olimpiady	
Organizatorzy oraz skład Komitetów (I edycja)	9
Program Olimpiady	12
Literatura	15
Harmonogram I edycji	19
Harmonogram II edycji	19
Wiedza, umiejętności, postawy – I edycja	
Test z zawodów szkolnych z komentarzami	23
Test z zawodów okręgowych z komentarzami	40
Studia przypadków do zadań grupowych z komentarzami	56
Test z zawodów centralnych z komentarzami	61
Tematy prezentacji z opisem	80
Sztuka prezentacji i wystąpień publicznych	82
Doświadczenia I edycji	
Kilka słów od Organizatorów	85
www.olimpiada.edu.pl	87
Forum dyskusyjne	89
Informacje o nagrodach i uprawnieniach	91



Zwycięzca i jego opiekun o Olimpiadzie	93
Opinie laureatów i ich opiekunów	97
Poczet laureatów I edycji Olimpiady Przedsiębiorczości	102
Pozostali finaliści Olimpiady Przedsiębiorczości	109

***Publikacja zawiera płytę CD z 45-minutowym filmem
na temat sztuki prezentacji i występów publicznych.***



Wstęp

„Wiedza, umiejętności, postawy” to podtytuł naszej publikacji, która omawia przebieg zawodów I edycji Olimpiady Przedsiębiorczości. Celem opracowania jest propagowanie przedsiębiorczości, dlatego też koncentruje się ono nie tylko na zagadnieniach organizacyjnych, lecz także, a właściwie przede wszystkim, na programie Olimpiady. Objaśnia problematykę podejmowaną w testach będących podstawą wszystkich trzech szczebli eliminacji, zawiera analizę studiów przypadków stanowiących punkt wyjścia do prac grupowych w eliminacjach okręgowych oraz tematów prezentacji publicznych realizowanych w finale, a także omawia zasady sztuki prezentacji i wystąpień publicznych. Mamy zatem nadzieję, iż publikacja ta stanowić będzie znakomitą pomoc w przygotowaniu do II edycji Olimpiady, do której również nawiązujemy na łamach opracowania.

Przedsiębiorczość, jako nowy przedmiot szkolny, została wprowadzona do szkół średnich zaledwie kilka lat temu. Spotkało się to z życzliwym przyjęciem, zarówno ze strony nauczycieli, rodziców i uczniów, jak również przedsiębiorców, instytucji samorządowych oraz organizacji pozarządowych, które od samego początku transformacji gospodarczej w Polsce zwracały uwagę, że nasz system edukacyjny nie przygotowywał młodego człowieka do sprawnego funkcjonowania w gospodarce rynkowej. Waga przedsiębiorczości jako przedmiotu szkolnego, obowiązkowego dla wszystkich uczniów szkół ponadgimnazjalnych nie budzi niczych wątpliwości, dlatego też naturalnym kolejnym krokiem było zaproponowanie środowisku szkolnemu ogólnopolskiego konkursu organizowanego na zasadach olimpiady przedmiotowej. Podejmując się organizacji Olimpiady Przedsiębiorczości, wierzymy, iż jest to wyjście naprzeciw oczekiwaniom zarówno nauczycieli i ich uczniów, jak też środowisk pozaszkolnych.

W założeniach Olimpiady Przedsiębiorczości łączy w sobie różne cele. Począwszy od rozbudzania i wzmacniania postaw oraz zachowań przedsiębiorczych wśród uczniów, poprzez tworzenie pozytywnego klimatu wokół działalności biznesowej, wypracowanie dla nauczycieli przedmiotu wzorca dydaktycznego, służącego rozwijaniu zainteresowań ekonomicznych u młodzieży uzdolnionej, a skończywszy na zachęcaniu licealistów do studiowania na uczelniach ekonomicznych.

Zakres tematyczny Olimpiady jest zgodny z zakresem programu nauczania podstaw przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych, poszerzony dodatkowo o zagadnienia związane ze zmieniającym corocznie hasłem przewodnim. Hasłem I edycji Olimpiady była *Etyka w działalności biznesowej*, zaś drugiej jest *Tworzenie wartości przedsiębiorstwa*. Poprzez

wybór tego tematu chcemy przybliżyć uczniom zagadnienia związane z tworzeniem wartości przedsiębiorstwa, w szczególności w zakresie sposobów i form rozwoju przedsiębiorstw, problematyki pozyskiwania środków finansowych niezbędnych do finansowania strategii rozwoju firmy oraz zagadnień kapitału intelektualnego.

Tak różnorodne cele oraz zakres tematyczny Olimpiady, zarówno w I edycji jak i kolejnych, powodują, że uczestnicy oceniani są nie tylko za posiadaną wiedzę i jej przełożenie na praktyczne umiejętności, ale także za reprezentowane przez nich postawy i zachowania przedsiębiorcze. Sprawdzaniu wiedzy służą testy, natomiast przy ocenie postaw i zachowań przedsiębiorczych brane są pod uwagę projekty wykonywane przez uczniów, rozwiązywane studia przypadków oraz prezentacje na zadany temat.

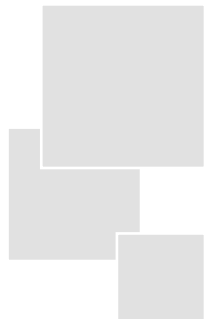
I edycja Olimpiady Przedsiębiorczości spotkała się z bardzo dużym zainteresowaniem ze strony uczniów i nauczycieli. Uczestniczyło w niej przeszło 14 tysięcy zawodników z prawie 730 szkół.

Komitety Okręgowe	Liczba zgłoszeń	Liczba zawodników	Średnia na szkołę
AE Katowice	202	3396	16,8
AE Kraków	170	3507	20,6
AE Poznań	121	2767	22,9
AE Wrocław	87	2033	23,4
SGH w Warszawie	146	2617	17,9
podsumowanie	726	14320	19,7

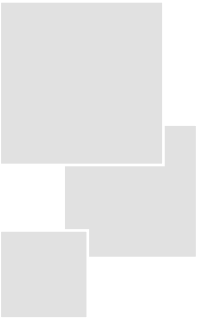
Mamy nadzieję, iż kolejne edycje będą jeszcze bardziej popularne i zapewnią tyle emocji co I edycja zawodów, o przebiegu której traktuje niniejsza publikacja.

Z życzeniami owocnej lektury
Zespół redakcyjny

Część I



Organizacja Olimpiady



Organizatorzy oraz skład Komitetów (I edycja)

Organizator Olimpiady

Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

Współorganizatorzy

Akademia Ekonomiczna w Katowicach

Akademia Ekonomiczna w Krakowie

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Partnerzy Strategiczni

Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności, Narodowy Bank Polski

Partnerzy Organizacyjni

Stowarzyszenie Nauczycieli Przedsiębiorczości i Edukacji Ekonomicznej, Polskie

Towarzystwo Ekonomiczne, Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości, Fundacja Edukacji

Rynku Kapitałowego

Patron Medialny

„Rzeczpospolita”

Klub Patronów Olimpiady

Konfederacja Pracodawców Polskich, Krajowa Izba Gospodarcza, Polska Agencja Rozwoju

Przedsiębiorczości

Inicjatywę wspiera

PKN Orlen S.A.



Rada Programowa Olimpiady

1. dr Andrzej Arendarski – Prezes Krajowej Izby Gospodarczej
2. prof. Leszek Balcerowicz – Prezes Narodowego Banku Polskiego
3. prof. Piotr Banaszyk – Prorektor ds. dydaktyki Akademii Ekonomicznej w Poznaniu
4. dr Andrzej Malinowski – Prezydent Konfederacji Pracodawców Polskich
5. mgr Mirosław Marek – Prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości
6. prof. Joanna Plebaniak – Dziekan Studium Dyplomowego Szkoły Głównej Handlowej
7. prof. Andrzej Piosik – Prorektor ds. edukacji Akademii Ekonomicznej w Katowicach
8. prof. Zdzisław Sadowski – Prezes Honorowy Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego
9. prof. Andrzej Szromnik – Prorektor ds. dydaktyki Akademii Ekonomicznej w Krakowie
10. prof. Stefan Wrzosek – Prorektor ds. dydaktyki Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu

Komitet Główny Olimpiady

Podkomitet Naukowy

1. prof. Maria Romanowska (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie) – przewodnicząca
2. prof. Janusz Strużyński (Akademia Ekonomiczna w Katowicach)
3. dr hab. Hanna Mizgajska (Akademia Ekonomiczna w Poznaniu)
4. dr Izabela Czaja (Akademia Ekonomiczna w Krakowie)
5. prof. Jan Lichtarski (Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu)
6. prof. Jan Antoszkiewicz (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie)
7. mgr Joanna Grącka (Stowarzyszenie Nauczycieli Przedsiębiorczości i Edukacji Ekonomicznej)
8. dr Andrzej Rzońca (Narodowy Bank Polski)
9. prof. Adam Noga (Polskie Towarzystwo Ekonomiczne)
10. dr Piotr Wachowiak (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie) – sekretarz

Podkomitet Organizacyjny

1. prof. Marek Rocki (Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych) – przewodniczący
2. dr Wojciech Dyduch (Akademia Ekonomiczna w Katowicach)
3. dr Dariusz Nowak (Akademia Ekonomiczna w Poznaniu)
4. dr Zbigniew Michalik (Akademia Ekonomiczna w Krakowie)
5. dr Jerzy Niemczyk (Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu)
6. dr Roman Sobiecki (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie)
7. mgr Filip Wojciechowski (Narodowy Bank Polski)
8. dr Jan Kruszewski (Polskie Towarzystwo Ekonomiczne)
9. mgr Danuta Raczko (Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości)
10. mgr Marcin Dąbrowski (Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych) – sekretarz

Komitety Okręgowe

Akademia Ekonomiczna w Katowicach (1)

1. prof. Andrzej Klasik – przewodniczący
2. prof. Janusz Strużyna
3. dr Wojciech Dyduch – sekretarz

Akademia Ekonomiczna w Krakowie (2)

1. prof. Jan Targalski – przewodniczący
2. dr Izabela Czaja
3. dr Zbigniew Michalik
4. mgr Dorota Smolińska – sekretarz

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu (3)

1. dr Karol Klimczak – przewodniczący
2. dr hab. Hanna Mizgajska
3. dr Dariusz Nowak
4. dr Krzysztof Celka – sekretarz

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu (4)

1. prof. Leon Jakubów – przewodniczący
2. prof. Jan Lichtarski
3. dr Jerzy Niemczyk
4. dr inż. Letycja Sołoducho-Pelc – sekretarz

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie (5)

1. prof. Marta Juchnowicz – przewodnicząca
2. prof. Jan Antoszkiewicz
3. dr Roman Sobiecki
4. mgr Bartosz Majewski – sekretarz



Program Olimpiady

W założeniach Olimpiady Przedsiębiorczości łączy w sobie następujące cele:

- uświadomienie młodzieży konieczności zachowywania się w sposób przedsiębiorczy, jeżeli chce ona realizować własne cele w życiu prywatnym i zawodowym;
- rozbudzenie i wzmocnienie wśród młodzieży postaw i zachowań przedsiębiorczych;
- doskonalenie u młodych ludzi umiejętności analizy zjawisk zachodzących w gospodarce, w organizacji oraz w życiu prywatnym, mających wpływ na zachowania przedsiębiorcze;
- rozwijanie u młodzieży zdolności myślenia analitycznego i syntetycznego, planowania oraz realizacji przedsięwzięć, rozwiązywania w sposób twórczy problemów, skutecznego komunikowania się, poszukiwania informacji i na ich podstawie podejmowania decyzji, współdziałania w zespole oraz negocjacji;
- tworzenie pozytywnego klimatu wokół działalności biznesowej;
- lepsze przygotowanie młodzieży do wyzwań współczesnego świata, do których należą tendencja do integracji i globalizacji życia społecznego, wzrost roli wiedzy i informacji oraz coraz szybszy postęp naukowo-techniczny;
- zachęcanie młodzieży do studiowania na uczelniach ekonomicznych.

Tak różnorodne cele Olimpiady powodują, że wśród uczestników oceniane są zarówno wiedza, umiejętność jej przełożenia na praktyczne umiejętności, jak również badane są reprezentowane przez nich postawy i zachowania przedsiębiorcze. Z tego powodu formy zadań na Olimpiadzie są zróżnicowane. Wiedza jest sprawdzana poprzez testy; postawy i zachowania przedsiębiorcze są badane poprzez przygotowywane przez uczestników projekty, a także rozwiązywanie studiów przypadku oraz prezentacje publiczne na zadany temat.

Zakres tematyczny Olimpiady jest zgodny z podstawą programową nauczania przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych, poszerzony dodatkowo o zagadnienia związane ze zmieniającym corocznie hasłem przewodnim Olimpiady. Niemniej jednak organizatorzy zakładają, że uczestnicy Olimpiady wykazą się umiejętnością samodzielnego przyswajania wiedzy wykraczającej poza wymogi szkolne. Młodzież biorąca udział w Olimpiadzie powinna posiadać podstawową wiedzę z zakresu psychologii, socjologii, ekonomii, zarządzania i prawa.

Program Olimpiady składa się z dwóch bloków tematycznych – stałego i zmiennego.

Stały blok tematyczny dla wszystkich edycji Olimpiady, który obejmuje następujące obszary tematyczne:

1. Psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania przedsiębiorczości

Psychologiczne koncepcje człowieka. Potrzeby człowieka – rodzaje, hierarchia, zmiana potrzeb. Osobowość człowieka – typy osobowości, rozwój osobowości, samoocena, prezentacja własnej osoby. Istota asertywności, kreatywności i przedsiębiorczości. Role społeczne i organizacyjne. Stres – przyczyny stresu, sposoby radzenia sobie ze stresem. Komunikacja interpersonalna – rodzaje komunikacji, podstawy konstruktywnej komunikacji. Mechanizm motywacji człowieka – teorie motywacji, zasady skutecznej motywacji, narzędzia motywacji. Konflikty – rodzaje, przyczyny konfliktów, przebieg

konfliktów, sposoby kierowania konfliktami. Negocjacje – uwarunkowania negocjacji, strategię negocjacji. Praca zespołowa – organizacja pracy, tworzenie zespołów, planowanie działań zespołowych, zasady funkcjonowania zespołów. Etyka.

2. Makrouwarunkowania przedsiębiorczości

Gospodarka rynkowa – podmioty gospodarki rynkowej, popyt, podaż, okrężny obieg dochodów. Dochód narodowy. Wzrost gospodarczy i jego mierniki. Wahania aktywności gospodarczej. Inflacja – przyczyny, rodzaje, sposoby walki z inflacją. Rola państwa w gospodarce – polityka gospodarcza, interwencjonizm państwowy, budżet państwa, polityka fiskalna, rola banku centralnego, polityka pieniężna. Rynek pracy – popyt na pracę, podaż pracy, bezrobocie, narzędzia przeciwdziałania bezrobociu. System finansowy gospodarki – rynek finansowy, instytucje finansowe, instrumenty finansowe, giełda. Gospodarka otwarta – wymiana międzynarodowa, kursy walutowe, bilans płatniczy, bilans handlowy. Globalizacja i integracja gospodarki.

3. Przedsiębiorczość w rodzinie

Zachowanie gospodarstw domowych na rynku – użyteczność, ścieżka cen, punkt równowagi konsumenta, ochrona praw konsumentów. Dochody z pracy – formy zatrudnienia, formy wynagradzania, wynagrodzenie brutto, wynagrodzenie netto. Dochody ze świadczeń – świadczenia społeczne, system pomocy społecznej, system zabezpieczenia emerytalnego. Dochody z kapitału – sposoby lokowania oszczędności, lokaty pieniężne, lokaty rzeczowe, gra na giełdzie. Wydatki gospodarstwa domowego – rodzaje wydatków, ubezpieczenia gospodarcze: osobowe i majątkowe. Budżet gospodarstwa domowego – zasady konstruowania budżetu, kredyty konsumpcyjne, kredyty mieszkaniowe, racjonalne gospodarowanie budżetem gospodarstwa domowego, ryzyko.

4. Zachowania przedsiębiorcze w przedsiębiorstwie

Otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstwa – podmioty otoczenia konkurencyjnego, sposoby analizy otoczenia konkurencyjnego. Strategię działania przedsiębiorstwa – strategię rozwoju, strategię konkurencji. Biznes plan – konstrukcja biznes planu, sporządzanie biznes planu. Forma prawna przedsiębiorstwa – przedsiębiorstwo indywidualne, spółka cywilna, spółki osobowe, spółki kapitałowe, spółdzielnie, przedsiębiorstwa państwowe. Zakładanie przedsiębiorstwa. Struktury działalności gospodarczej – struktura organizacyjna, struktura kapitałowa, struktura kontraktowa. Finanse przedsiębiorstwa – rachunkowość, bilans przedsiębiorstwa, koszty, przychód, dochód, kondycja finansowa przedsiębiorstwa – wskaźniki rentowności, wskaźniki zadłużenia, wskaźniki płynności finansowej. Podejmowanie decyzji w przedsiębiorstwie – charakterystyka procesu decyzyjnego, racjonalność decyzji, sposoby podejmowania decyzji, rola informacji w procesie podejmowania decyzji. Kierowanie ludźmi w przedsiębiorstwie – dobór pracowników, zatrudnianie pracowników, prawa i obowiązki pracodawcy oraz pracownika, patologie w kierowaniu ludźmi, funkcje kierownicze, źródła władzy kierowniczej, style kierowania. Ubieganie się o pracę. Kryzys w przedsiębiorstwie i restrukturyzacja.

5. Zachowania przedsiębiorcze na rzecz środowiska lokalnego

Cele społeczne. Wydatki budżetu państwa na cele społeczne. Instytucje pomocy społecznej. Działalność organizacji pozarządowych. Struktura samorządu terytorialnego w Polsce. Zadania samorządu terytorialnego. Organizacja działalności samorządu terytorialnego. Budżet gminy. Działania przedsiębiorcze w gminie.

Zmienny blok tematyczny ustalany corocznie dla każdej edycji Olimpiady, zawierający problematykę wynikającą z hasła danej edycji.

I edycja

Hasłem przewodnim pierwszej edycji Olimpiady była ***Etyka w działalności biznesowej***.

Poprzez wybór tego tematu organizatorzy Olimpiady chcieli przybliżyć uczniom zasady, którymi powinni kierować się przedsiębiorcy oraz pokazać, że działalność biznesowa musi opierać się na zasadach etycznych. W przekonaniu organizatorów Olimpiady brak zachowań etycznych jest bolączką współczesnego świata. Pragnęli oni również zwrócić uwagę na społeczną odpowiedzialność biznesu, która polega (zgodnie z definicją Komisji Europejskiej) na dobrowolnym uwzględnianiu w strategii przedsiębiorstwa interesów społecznych, zagadnień ochrony środowiska, jak również relacji z różnymi grupami interesariuszy, takimi jak: pracownicy, klienci, podwykonawcy. Można uznać, że przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie to takie, które wnosi pozytywny wkład do lokalnej społeczności, co oznacza, że cecha ta nie jest związana z wielkością firmy i rodzajem prowadzonej działalności. Zaangażowanie przedsiębiorstwa w problemy społeczności daje korzyści nie tylko otoczeniu, ale również przedsiębiorstwu. Do korzyści tych można zaliczyć: tworzenie pozytywnego wizerunku, budowę zespołu pracowników identyfikujących się z celami przedsiębiorstwa, ich większą otwartość na innowacje, poprawę współpracy z kontrahentami, lepszy odbiór przez klientów, dobre relacje z lokalnymi władzami i większą otwartość władz na problemy przedsiębiorców. Ważne jest odpowiadanie przez przedsiębiorstwa na wyzwania i oczekiwania całej społeczności.

II edycja

Hasłem przewodnim drugiej edycji Olimpiady jest ***Tworzenie wartości przedsiębiorstwa***.

Niemal każde przedsiębiorstwo za swój podstawowy cel przyjmuje zwiększanie swojej wartości rynkowej. Aby zaspokoić oczekiwania właścicieli przedsiębiorstwa i instytucji finansujących działalność (banki, fundusze inwestycyjne), przedsiębiorstwo powinno wypracowywać zysk wyższy od kosztu pozyskanego kapitału (czyli zwiększać swoją wartość).

W ostatnich latach można zaobserwować zmiany w modelu zwiększania wartości przedsiębiorstwa. O ile w tradycyjnym modelu zwiększanie wartości odbywa się głównie na bazie zasobów materialnych (dostęp do surowców, dostęp do środków finansowych), to w ostatnich latach znacznie większy przyrost wartości osiągają firmy, które bazują na wartościach niematerialnych. Szacuje się, że w gospodarce opartej na wiedzy około 75% wartości współczesnej organizacji uzależnione jest od zasobów niematerialnych. Nie zawsze też nastawienie wyłącznie na zysk doprowadza do wzrostu wartości przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa, które nie osiągają wysokich zysków bieżących, mogą zwiększać swoją wartość rynkową – wystarczy, że inwestorzy giełdowi oceniają, że spółka może w przyszłości generować wysokie przychody i zyski. Często też ma miejsce sytuacja odwrotna.

Warto również pamiętać o społecznej odpowiedzialności biznesu i wartościach społecznych, które odgrywają istotną rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa oraz tworzeniu jego wartości. Celem tegorocznego hasła Olimpiady jest zapoznanie uczniów z trzema zagadnieniami związanymi z wartością przedsiębiorstwa:

- sposobami i formami rozwoju przedsiębiorstw,
- problematyką pozyskiwania środków finansowych niezbędnych do finansowania strategii rozwoju (ze szczególnym uwzględnieniem rynku kapitałowego oraz oszczędności własnych przedsiębiorstw),
- kapitałem intelektualnym jako źródłem wartości przedsiębiorstwa.

Mamy nadzieję, że tegoroczny temat zmienny Olimpiady spotka się z równie dużą przychylnością i zainteresowaniem uczniów i nauczycieli jak hasło I edycji.

Literatura

Zawodników przystępujących do udziału w Olimpiadzie Przedsiębiorczości na wszystkich jej etapach obowiązuje znajomość literatury zalecanej przez Komitet Główny oraz podręczników do przedmiotów związanych tematycznie z problematyką Olimpiady. Wykaz obowiązującej literatury jest corocznie aktualizowany i publikowany. Uczestnicy Olimpiady powinni wykazać się znajomością prasy fachowej zalecanej przez organizatorów. Źródłem informacji powinna być również publicystyka radiowo-telewizyjna.

Literatura dla I edycji Olimpiady

1. Pzycje zwarte:
1. Aronson E., *Człowiek istota społeczna*, PWN, Warszawa 1995.
2. Beksiak J., *Ekonomia*, PWN, Warszawa 2001.
3. Bień W., *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2003.
4. Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 2002.
5. Drucker P., *Zarządzanie w XXI w.*, Muza S.A., Warszawa 2000.
6. Duraj J., *Podstawy ekonomiki przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2000.
7. Dziubańska-Lechnio E., Sajdel E., *Emerytura. Praktyczny poradnik*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 2001.
8. Filar E., Skrzypek J., *Biznes plan*, Poltext, Warszawa 2001.
9. Gasparski W. (red.), *Etyka biznesu w działaniu: doświadczenie i perspektywy*, PWN, Warszawa 2001.
10. Gasparski W., Lewicka-Strzałecka A., Rok B., *Odpowiedzialność społeczna i etyka biznesu w polskim życiu gospodarczym*, Towarzystwo Prakseologii, Warszawa 2004.
11. Kłeczek R., Kowal W., Woźniczka J., *Strategiczne planowanie marketingowe*, PWE, Warszawa 2001.
12. Kozielski J., *Koncepcje psychologiczne człowieka*, PWN, Warszawa 1997.
13. Kożusznik B., *Zachowanie człowieka w organizacji*, PWE, Warszawa 2002.
14. *Leksykon zarządzania*, Difin, Warszawa 2003.
15. Lewicka-Strzałecka A., *Etyczne programy firm: teoria i praktyka*, Towarzystwo Naukowe Prakseologii, Warszawa 1998.
16. Makin P., Cooper C., Cox C., *Organizacja a kontrakt psychologiczny. Zarządzanie ludźmi w pracy*, PWN, Warszawa 2000.
17. McKay M., Davis M., Fanning P., *Sztuka skutecznego porozumiewania się*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.
18. Minus P., *Etyka w biznesie*, PWN, Warszawa 1995.
19. Nalepa A., *Struktura organizacyjna*, Antykwa, Kraków 2001.

20. Nasiłowski M., *System rynkowy. Podstawy mikro- i makroekonomii*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2000.
 21. Nęcki Z., *Negocjacje w biznesie*, Wydawnictwo PSB, Kraków 2000.
 22. Obłój K., *Strategia organizacji*, PWE, Warszawa 1998.
 23. L. Oręziak, B. Pietrzak (red.), *Bankowość na świecie i w Polsce. Stan obecny i tendencje rozwojowe*, Instytut Naukowo-Wydawniczy Olympus, Warszawa 2001.
 24. Penc J., *Zarządzanie w warunkach globalizacji*, Difin, Warszawa 2003.
 25. Pocztowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, PWE, Warszawa 2003.
 26. Porter M., *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*, PWE, Warszawa 1992.
 27. Robbins S., DeCenzo D., *Podstawy zarządzania*, PWE, Warszawa 2002.
 28. Roczniki Statystyczne GUS.
 29. Ronka-Chmielowiec W., *Ubezpieczenia. Rynek i ryzyko*, PWE, Warszawa 2002.
 30. Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2004.
 31. Schultz D., Schultz S., *Psychologia a wyzwania dzisiejszej pracy*, PWN, Warszawa 2002.
 32. Sierpińska M., Jachna T., *Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych*, PWN, Warszawa 1994.
 33. Socha J., *Rynek papierów wartościowych w Polsce*, Instytut Naukowo-Wydawniczy Olympus, Warszawa 2003.
 34. Stabryła A., *Zarządzanie strategiczne w teorii i w praktyce firmy*, PWN, Warszawa – Kraków 2002.
 35. Stankiewicz M., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń 2002.
 36. Szyszko L. (red.), *Propedeutyka finansów*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2004.
 37. Tracy B., Scheelen F., *Osobowość lidera*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2001.
 38. Trocki M., *Grupy kapitałowe. Tworzenie i funkcjonowanie*, PWN, Warszawa 2004.
 39. Tyszka T., Zaleśkiewicz T., *Racjonalność decyzji*, PWE, Warszawa 2001.
 40. Wawrzyniak B., *Odnawianie przedsiębiorstwa. Na spotkanie XXI w.*, Poltext, Warszawa 1999.
 41. Wojtkowska-Łodej G. (red.), *Polska w Unii Europejskiej, Uwarunkowania i możliwości po roku 2004*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2003.
- II. Czasopisma:
1. „Gazeta Prawna”
 2. „Harvard Business Review”
 3. „Personel”
 4. „Przegląd organizacji”
 5. „Rzeczpospolita”
- III. Akty prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, w tym:
1. *Kodeks spółek handlowych*
 2. *Kodeks pracy*
 3. *Kodeks cywilny*
 4. *Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej*

Literatura dla II edycji Olimpiady:

1. Pozyccje zwarte:
1. Aronson E., *Człowiek istota społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
2. Beksiak J., *Ekonomia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
3. Bień W., *Rynek papierów wartościowych*, Difin, Warszawa 2004.
4. Bień W., *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2003.
5. Brillman J., *Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa 2002.
6. Drucker P.F., *Zarządzanie w XXI wieku*, Muza S.A., Warszawa 2000.
7. Filar E., Skrzypek J., *Biznes plan*, Poltex, Warszawa 2001.
8. Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, wyd. III, PWE, Warszawa 2005.
9. Hamel G., Prahalad C.K., *Przewaga konkurencyjna jutra*, Businessman Book, Warszawa 1999.
10. Kotler Ph., *Marketing*, Gebethner i S-ka, Warszawa 1994.
11. Krawiec F., *Marketing w firmie przyszłości*, Difin, Warszawa 2005.
12. Kuc B.R., *Zarządzanie doskonałe*, wyd. III, Wydawnictwo Menedżerskie PTM, Warszawa 2003.
13. *Leksykon Zarządzania*, Difin, Warszawa 2004.
14. Necki Z., *Negocjacje w biznesie*, Wydawnictwo PSB, Kraków 2000.
15. Obłój K., *Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej*, PWE, Warszawa 2006.
16. Pięćsiorek Z., *Strategie konkurencji i rozwój przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.
17. Pocztowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, PWE, Warszawa 2003.
18. Porter M.E., *Strategia konkurencji*, PWE, Warszawa 1992.
19. Prahalad C.K., Ramaswamy V., *Przyszłość konkurencji*, PWE, Warszawa 2005.
20. Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
21. Roczniki statystyczne GUS.
22. *Strategor. Zarządzanie firmą*, PWE, Warszawa 2001.
23. Sierpińska M., Jachna T., *Ocena przedsiębiorstw według standardów światowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
24. Robbins S.P., DeCenzo D.A., *Podstawy zarządzania*, PWE, Warszawa 2002.
25. Sudoł St., *Przedsiębiorstwo*, wyd. III, PWE, Warszawa 2006.
26. Slywotzky A., Morrisom D., Andelman B., *Strefa zysku*, PWE, Warszawa 2000.
27. Wachowiak P., *Profesjonalny menedżer*, Difin, Warszawa 2001.
28. Winch A., Winch S., *Negocjacje*, Difin, Warszawa 2005.
29. Zieniewicz K., *Współczesne koncepcje zarządzania*, PWE, Warszawa 2003.

Dodatkowa literatura związana z hasłem zmiennym:

1. Andelman B., Morrisom D.J., Slywotzky A.J., *Strefa zysku. Strategiczne modele działalności*, PWE, Warszawa 2000.
2. Brache A.P., Rummler G.A., *Podnoszenie efektywności organizacji*, PWE, Warszawa 1999.
3. Dobiegała-Korona B., Herman A. (red.), *Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2006.
4. Edvinsson L., Malone M., *Kapitał intelektualny*, PWN, Warszawa 2001.
5. Kasiewicz S., *Budowanie wartości firmy w zarządzaniu operacyjnym*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2005.
6. Kasiewicz S., Rogowski W., Kicińska M., *Kapitał intelektualny. Spojrzenie z perspektywy interesariuszy*, Oficyna Ekonomiczna, Warszawa 2006.

7. Kotarba W. (red.), *Ochrona wiedzy a kapitał intelektualny organizacji*, PWE, Warszawa 2006.
8. Prahalad C.K., Ramaswamy V., *Przyszłość konkurencji. Współtworzenie wyjątkowej wartości wraz z klientami*, PWE, Warszawa 2005.
9. Probst G., Raub S., Romhardt K., *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.
10. Wachowiak P. (red.), *Pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2005.

II. Czasopisma:

1. „Gazeta Prawna”
2. „Harvard Business Review Polska”
3. „Personel”
4. „Przegląd organizacji”
5. „Rzeczpospolita”
6. „e-mentor”
7. „Puls Biznesu”
8. „Parkiet”

III. Akty prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, w tym:

1. *Kodeks spółek handlowych*
2. *Kodeks pracy*
3. *Kodeks cywilny*
4. *Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej*

Harmonogram zawodów w I edycji

Pierwsza edycja Olimpiady odbyła się w roku akademickim 2005/2006. Poszczególne etapy były organizowane w dniach:

- Eliminacje szkolne: **8 grudnia 2005 r.** – w szkołach podnadgimnazjalnych, które zgłosiły uczestników do zawodów. Termin zgłaszania szkół do udziału w eliminacjach szkolnych upływał 17 listopada 2005 r.;
- Eliminacje okręgowe: **2 marca 2006 r.** – w Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu oraz Szkole Głównej Handlowej w Warszawie;
- Eliminacje centralne: **5 kwietnia 2006 r.** – w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

Harmonogram zawodów II edycji

Rejestracja uczestników będzie się odbywać drogą elektroniczną oraz tradycyjną według następującego harmonogramu:

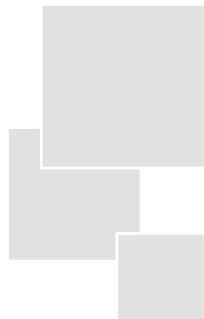
Zgłoszenia

- 25 października – 7 listopada 2006 r. – elektroniczna rejestracja szkoły wraz z podaniem składu Komisji Szkolnej i liczby zawodników (zgłoszenie wygenerowane w czasie rejestracji należy wydrukować);
- do 7 listopada 2006 r. – wysyłanie do właściwego Komitetu Okręgowego wydrukowanych i podpisanych zgłoszeń (list polecony, priorytet; decyduje data stempla pocztowego). Dodatkowo można zgłoszenie przesłać faksem;
- do 15 listopada 2006 r. należy podać elektronicznie dokładne dane uczniów zgłoszonych wcześniej. Wpis danych możliwy będzie poprzez specjalny serwis internetowy (login, hasło do platformy generowane będą podczas rejestracji). Co jest istotne, osoba zgłaszająca ma możliwość wpisania tylko tylu uczestników, ilu zadeklarowano wcześniej (ni mniej, ni więcej).

Zawody

- Eliminacje szkolne: **7 grudnia 2006 r.** – w szkołach podnadgimnazjalnych, które zgłosiły uczestników do zawodów;
- Eliminacje okręgowe: **1 marca 2007 r.** – w Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu oraz Szkole Głównej Handlowej w Warszawie;
- Eliminacje centralne: **12 kwietnia 2007 r.** – w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

Część II



Wiedza, umiejętności, postawy – I edycja

Test z zawodów szkolnych z komentarzami

Zgodnie z Regulaminem Olimpiady, na każdym etapie zawodów za prawidłową odpowiedź w teście przyznawano maksymalnie od 1 do 2 pkt., w zależności od przyporządkowania zadania do jednej z dwóch grup o zróżnicowanym stopniu trudności (informacja o liczbie punktów znajduje się w nawiasie przed danym pytaniem). Za odpowiedź błędną zawodnik otrzymywał od minus 0,5 do minus 1 pkt (minus 0,5 pkt za błędną odpowiedź w przypadku pytania wartego 1 pkt; minus 1 pkt za błędną odpowiedź w przypadku pytania wartego 2 pkt). Wszystkie poprawki były traktowane jako odpowiedzi błędne. Za brak odpowiedzi przyznawano 0 punktów. Maksymalnie można było uzyskać 75 punktów.

1. (1 pkt) Do podstawowych funkcji pieniądza nie należy:

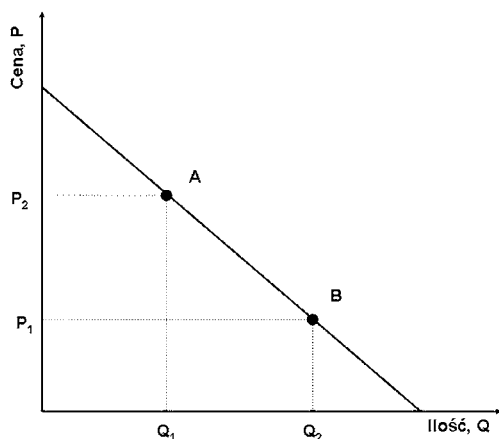
- a) funkcja tezauryzacji,
- b) funkcja dostosowawcza,**
- c) funkcja środka wymiany,
- d) funkcja miernika wartości.

Pieniądz może pełnić w gospodarce wiele funkcji. Mogą to być funkcje związane np. ze środkiem wymiany (najstarsza funkcja pieniądza – w transakcjach możemy wymienić pieniądz na towar), miernikiem wartości towarów (w jednostkach pieniężnych podawane są ceny – dzięki czemu łatwo porównywać wartość różnych dóbr i usług), środkiem płatniczym (wykorzystywanym do dokonywania płatności transferowych lub transakcji, w których przepływ dóbr i usług nie występuje w tym samym czasie co zapłata), środkiem gromadzenia oszczędności (czyli tezauryzacji – zamiast wydawać na konsumpcję, odkładamy środki pieniężne na przyszłość licząc, że zachowają swoją wartość), środkiem wymiany międzynarodowej (do rozliczania transakcji handlu międzynarodowego – najczęściej dolar, jen i euro). Pieniądz nie pełni funkcji dostosowawczej.

2. (1 pkt) Wielkość popytu na dobro to:

- a) ogólna liczba klientów zainteresowanych nabyciem produktu lub usługi,
- b) ilość dobra, która znajduje nabywców po określonej cenie,**
- c) ilość produktów przeznaczonych na sprzedaż,
- d) ilość środków finansowych jaką mogą przeznaczyć na konsumpcję gospodarstwa domowe.

Z definicji popytu wielkość popytu na dobro, to ilość dobra, które znajduje nabywców po określonej cenie.



3. (1 pkt) Celem polityki gospodarczej państwa nie jest:
- zwiększanie konkurencyjności gospodarki,
 - stymulowanie wzrostu gospodarczego,
 - zwiększenie bezrobocia,**
 - zmniejszanie inflacji.

W zależności od systemu gospodarczego możemy wyróżnić wiele celów polityki gospodarczej realizowanych przez państwo. Dla zwolenników koncepcji etatystycznych takimi celami mogą być: troska o najbiedniejszych, zapewnienie wszystkim pracy, obrona rynku krajowego przed konkurencją zagraniczną, wydawanie jak największej ilości środków finansowych na inwestycje publiczne; dla zwolenników koncepcji liberalnych – działania związane ze stymulowaniem konkurencji, efektywnym wykorzystaniem zasobów, zmniejszaniem inflacji czy też wzrostem gospodarczym. Celem polityki gospodarczej państwa nie jest zwiększenie bezrobocia – o ile dla gospodarki korzystne jest występowanie niewielkiego bezrobocia (pracodawcom łatwiej znaleźć pracowników, a pracownicy mają motywację do pracy), to celowe jego zwiększanie wywołałoby znacznie więcej negatywnych konsekwencji.

4. (1 pkt) Prywatny inwestor, który zainwestował środki finansowe w funduszu inwestycyjnym otrzyma:
- akcje,
 - obligacje,
 - bony skarbowe,
 - jednostki uczestnictwa.**

Fundusze inwestycyjne to forma inwestowania środków finansowych przez przedsiębiorstwa, gminy, osoby prawne lub osoby fizyczne, które nabywają jednostki uczestnictwa, ale nie uczestniczą bezpośrednio w decydowaniu, w jakie konkretne instrumenty lokowany jest kapitał. Decyzje podejmują osoby zarządzające funduszami – czyli osoby, które posiadają odpowiednią wiedzę i czas niezbędny do wyboru najlepszych form lokaty kapitału.



5. (1 pkt) Krzywa obojętności:
- a) ma nachylenie dodatnie,
 - b) przedstawia koszty alternatywne,
 - c) **określa kombinacje dwóch dóbr, które zaspokajają potrzeby konsumenta w jednakowym stopniu,**
 - d) zależy od cen dóbr i usług.

Krzywa obojętności to zbiór kombinacji dóbr, które zaspokajają potrzeby konsumenta w takim samym stopniu. Krzywa obojętności ma kształt paraboli skierowanej w stronę punktu 0,0 na osi współrzędnych. Nie zależy od cen dóbr i usług – zależy do użyteczności całkowitej analizowanych dóbr. Krzywa obojętności nie przedstawia kosztów alternatywnych.

6. (1 pkt) Wynagrodzenie akordowe to:
- a) wynagrodzenie wypłacane z góry raz na trzy lub cztery miesiące,
 - b) wynagrodzenie uzyskiwane z tytułu posiadanych obligacji,
 - c) wynagrodzenie uzależnione od jakości wykonanej pracy,
 - d) **wynagrodzenie uzależnione od ilości wykonanej pracy.**

Wynagrodzenie akordowe to wynagrodzenie wypłacane w zależności od ilości wykonanej pracy (np. w sadownictwie wynagrodzenie zbieraczy owoców zależy od wielkości ich zbiorów – liczby zebranych pojemników bądź kilogramów owoców). Czas pracy nie ma w takiej sytuacji istotnego znaczenia. Dla przedsiębiorcy jest to stosunkowo wygodna forma wynagradzania – gdy pracownik nie pracuje, przedsiębiorca nie ponosi kosztów pracy. Jednak forma ta nie uwzględnia wymiaru jakościowego pracy (aby zwiększyć liczbę zebranych pojemników, zbieracze mogą zrywać owoce niedojrzałe).

7. (1 pkt) Dochodem ze świadczeń nie jest:
- a) zasiłek chorobowy,
 - b) **dywidenda,**
 - c) uzyskane z opieki społecznej świadczenia rzeczowe,
 - d) renta z tytułu niezdolności do pracy.

Do dochodów ze świadczeń zaliczamy między innymi zasiłek chorobowy, świadczenia rzeczowe z opieki społecznej, rentę. Dywidenda jest dochodem z tytułu posiadanego kapitału.

8. (1 pkt) Przykładem wydatku inwestycyjnego w gospodarstwie domowym może być:
- a) **wykupienie kursu nauki języka hiszpańskiego,**
 - b) kupno nowego samochodu,
 - c) kupno roweru, który będzie służył do przywożenia zakupów,
 - d) zakup energooszczędnej lodówki.

W gospodarstwach domowych inwestycje nie są rozpatrywane tak jak w przypadku przedsiębiorstw jako działania zmierzające do zwiększania potencjału produkcyjnego. Z jednej strony za inwestycje

w gospodarstwach domowych uznamy wszelkie formy lokowania środków finansowych po to, aby w przyszłości sfinansować konsumpcję (oszczędności emerytalne, lokaty w bankach, zakup obligacji – które w określonym momencie przeznaczone są na sfinansowanie wydatków konsumpcyjnych). Z drugiej strony za inwestycje w gospodarstwach domowych uznamy wszelkie działania podnoszące atrakcyjność członków gospodarstwa domowego na rynku pracy. Inwestycja w edukację podnosi atrakcyjność na rynku pracy, z tego powodu prawidłową odpowiedzią jest odpowiedź a.

9. (1 pkt) Do zewnętrznych źródeł finansowania organizacji pozarządowych nie należą:

- a) dotacje osób indywidualnych,
- b) składki członków,**
- c) dotacje rządowe,
- d) dotacje instytucji.

Pośród zaprezentowanych źródeł finansowania organizacji pozarządowych jedynie składki członków stanowią wewnętrzną formę finansowania. Organizacje pozarządowe (NGO) mają na celu wypełnienie luki w zaspokajaniu potrzeb społecznych, których nie są w stanie zaspokoić organizacje publiczne i nastawiony na zysk sektor rynkowy. Wiele organizacji pozarządowych, posiadających status organizacji pożytku publicznego, może być finansowanych przez obywateli 1 procentem podatku dochodowego. Według danych Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej inne źródła finansowania to składki członkowskie (60% organizacji), źródła samorządowe (45% organizacji), darowizny od osób fizycznych (40% organizacji), darowizny od instytucji i firm (39% organizacji).

10. (1 pkt) Podczas rozmowy kwalifikacyjnej kandydat powinien unikać:

- a) zadawania pytań,
- b) zachowywania się w sposób asertywny,
- c) zachowywania się w sposób nonszalancki,**
- d) przedstawiania się w jak najlepszym świetle.

Każda rozmowa kwalifikacyjna – ze względu na charakter pracy, o którą się ubiegamy, cechy charakteru osób biorących udział w rozmowie, umiejętności przeprowadzania rozmów przez pracodawcę i wiele innych czynników – może wyglądać inaczej. Każdy kandydat stara się w jakiś oryginalny sposób wyróżnić spośród wszystkich ubiegających się o pracę. Niemniej jednak w opinii wielu menedżerów odpowiedzialnych za rekrutację i selekcję pracowników w bardzo niekorzystnym świetle prezentuje się kandydat, który przekracza granicę pewności siebie i staje się nonszalancki. Zadawanie pytań ze strony kandydata jest jak najbardziej pożądane – dzięki nim kandydat może uzupełnić posiadane informacje o firmie lub zakresie zadań na stanowisku, na które aplikuje. Oczywiście większość pytań pada ze strony pracodawcy, jednak rozmowa nie jest przesłuchaniem i dobrze, jeśli kandydat również przygotuje sobie jakieś pytania. Kandydat do pracy może zachowywać się w sposób asertywny.

11. (1 pkt) Raje podatkowe to:

- a) obiegowa nazwa urzędów skarbowych,
- b) obszary wolnego handlu,

- c) **miejsca charakteryzujące się atrakcyjnym systemem podatkowym,**
- d) specjalne lokaty bankowe, które umożliwiają ochronę przed podatkiem z tytułu dochodów kapitałowych.

Raje podatkowe to miejsca, które przyciągają inwestorów bardzo korzystnym systemem podatkowym (całkowite zwolnienia lub bardzo preferencyjne stawki). Przedsiębiorstwa, które zarejestrują działalność na terenie raju podatkowego mogą znacząco poprawić swoją konkurencyjność. Corocznie około 60 tysięcy przedsiębiorstw rejestrowanych jest w rajach podatkowych. Przykładem raju podatkowego są Kajmany (szóste co do wielkości centrum finansowe świata), Vanutau, Wyspy Dziewicze, Seszele, Wyspa Jersey, Monako.

12. (1 pkt) Sprzedaż na rynku zagranicznym dóbr i usług poniżej ceny osiąganey na rynku krajowym, to:
- a) **dumping,**
 - b) benchmarking,
 - c) franchising,
 - d) lobbying.

Zazwyczaj pod pojęciem dumpingu rozumiemy sprzedaż towarów po zaniżonej cenie. Jednak dumping nie musi oznaczać wyłącznie sprzedaży poniżej kosztów produkcji. Za dumping w handlu międzynarodowym uznaje się sprzedaż na rynku zagranicznym dóbr i usług poniżej ceny osiąganey na rynku krajowym (niekoniecznie poniżej kosztów produkcji). Jest to praktyka zabroniona.

13. (1 pkt) Stawki podatku PIT w Polsce w 2005 roku wynoszą:
- a) 0%, 19% i 30%,
 - b) 19%,
 - c) **19%, 30% i 40%,**
 - d) 19%, 30%, 40% i 50%.

O wysokości podatków decyduje Sejm Rzeczypospolitej Polskiej. W 2005 roku (w 2006 roku stawki zostały utrzymane) skala podatkowa wynosiła 19%, 30% i 40%.

14. (1 pkt) Zgodnie z teorią potrzeb Abrahama Maslowa potrzeby przynależności do grupy:
- a) są najwyższą potrzebą,
 - b) są najniższą potrzebą,
 - c) **są potrzebami wyższego rzędu,**
 - d) są potrzebami niższego rzędu.

Według Maslowa, potrzeby są zaspokajane hierarchicznie. Począwszy od potrzeb fizjologicznych, bezpieczeństwa, przynależności do grupy, przez potrzeby uznania, a skończywszy na potrzebie samorealizacji. Trzy ostatnie grupy potrzeb zalicza się do potrzeb wyższego rzędu.

15. (1 pkt) Które z narzędzi motywacyjnych nie zalicza się do narzędzi niematerialnych:

- a) pochwała,
- b) podwyżka,**
- c) wyróżnienie,
- d) dobre warunki pracy.

Narzędzia motywacyjne dzielą się na narzędzia materialne (np. wynagrodzenie podstawowe, premia, nagroda, świadczenia zabezpieczające (takie jak opieka medyczna) i bony towarowe, niskoprocentowane pożyczki itp.) oraz narzędzia niematerialne (awans, uznanie, lepsze warunki pracy, prestiż stanowiska itp.).

16. (1 pkt) Analiza pięciu sił Portera pozwala określić:

- a) 5 najbardziej dochodowych produktów przedsiębiorstwa,
- b) rentowność przedsiębiorstwa,
- c) atrakcyjność sektora, w którym działa przedsiębiorstwo,**
- d) próg rentowności przedsiębiorstwa.

Zgodnie z koncepcją Michaela Portera, jednego z najważniejszych przedstawicieli zarządzania, przeanalizowanie 1) obecnej w sektorze konkurencji, 2) potencjalnej konkurencji, 3) groźby pojawienia się substytutów, 4) siły oddziaływania dostawców i 5) siły oddziaływania nabywców pozwala ocenić atrakcyjność sektora, w którym działa przedsiębiorstwo. Inną metodą, która umożliwia porównywanie atrakcyjności różnych sektorów, jest metoda punktowej oceny atrakcyjności sektora.

17. (1 pkt) W spółce komandytowej za zobowiązania spółki w sposób nieograniczony całym swoim majątkiem odpowiada:

- a) komplementariusz,**
- b) komandytariusz,
- c) awalista,
- d) każdy ze wspólników spółki.

W spółce komandytowej (i komandytowo-akcyjnej) komplementariusz odpowiada za zobowiązania spółki bez ograniczeń – czyli tak jak wspólnik w spółce jawnej. Natomiast komandytariusz odpowiada wyłącznie do wysokości wniesionych do spółki udziałów (sumy komandytowej). Komandytariusz również uczestniczy w podziale zysku proporcjonalnie do wniesionego wkładu.

Warto pamiętać, że spółka komandytowa prowadzi działalność w ramach własnej firmy – firma powinna zawierać nazwisko przynajmniej jednego komplementariusza. Jeżeli w firmie spółki zostałoby umieszczone nazwisko komandytariusza, odpowiada on za zobowiązania spółki wobec osób trzecich tak jak komplementariusz.

18. (1 pkt) Parametrem struktury organizacyjnej, który określa podległość stanowisk i komórek organizacyjnych jest:

- a) specjalizacja,
- b) hierarchia,**



- c) formalizacja,
- d) standaryzacja.

Dla przedsiębiorcy bardzo ważne znaczenie ma stworzenie optymalnej struktury organizacyjnej. Niedopasowanie struktury do posiadanych zasobów, realizowanej strategii, uwarunkowań sektorowych może stanowić przyczynę niepowodzenia. Przedstawione parametry określają strukturę organizacyjną. W zasadzie za pomocą wymienionych powyżej parametrów możemy opisać każdą strukturę organizacyjną. Parametrem, który określa podległość stanowisk i komórek organizacyjnych, jest hierarchia.

19. (1 pkt) Zaletą decyzji podejmowanych grupowo jest:

- a) krótszy czas niezbędny do podjęcia decyzji,
- b) możliwość pojawienia się syndromu grupowego myślenia,
- c) **możliwość przeanalizowania większej ilości informacji,**
- d) jednoznaczna odpowiedzialność za podjętą decyzję.

Decyzje mogą być podejmowane grupowo lub jednoosobowo. Zalety jednej formy są jednocześnie wadami drugiej. Do niewątpliwych zalet decyzji podejmowanych grupowo możemy zaliczyć: możliwość przeanalizowania wielu wariantów rozwiązań, dużą ilość analizowanych informacji, wysoki stopień akceptacji podjętej decyzji. Decyzje podejmowane grupowo zazwyczaj podejmowane są dłużej niż decyzje jednoosobowe (konieczność wypracowania wspólnego stanowiska i zapoznania się z opiniami wielu decydentów). Mankamentem decyzji grupowych jest brak jasno przyporządkowanej odpowiedzialności lub niekorzystny syndrom grupowego myślenia (wybór rozwiązania akceptowalnego dla wszystkich, niepowodującego konfliktów).

20. (1 pkt) Przedsiębiorcy można przypisać następujące atrybuty:

- a) entuzjazm, kreatywność, pasję,
- b) uczenie się na błędach, podejmowanie ryzyka,
- c) wiarę w powodzenie przedsięwzięcia,
- d) **wszystkie odpowiedzi są prawidłowe.**

Wszystkie zaprezentowane powyżej atrybuty można przypisać przedsiębiorcy. Aby móc zaangażować w przedsięwzięcie inne osoby i zyskać ich przychylność, niezbędny jest entuzjazm. Kreatywność pozwala stworzyć innowacyjny produkt, a pasja doprowadzić projekt do końca. Nie każde przedsięwzięcie kończy się sukcesem – osoba przedsiębiorcza angażująca posiadane zasoby ma tego świadomość. Jednak bez podjęcia ryzyka nie można liczyć na wysoką stopę zwrotu. Osoba przedsiębiorcza potrafi z niepowodzenia wyciągnąć odpowiednie wnioski i nie popełnić ponownie tego samego błędu.

21. (1 pkt) Godność ludzka przysługuje:

- a) **wszystkim ludziom od urodzenia aż do śmierci,**
- b) tylko ludziom dorosłym,
- c) wyłącznie ludziom sprawnym umysłowo i fizycznie,
- d) wyłącznie ludziom bogatym.

Każdy człowiek od urodzenia aż do śmierci powinien być szanowany przez innych ludzi niezależnie od innych czynników, takich jak np. pochodzenie społeczne, pełnione funkcje, stan majątkowy, stan zdrowia.

22. (1 pkt) Wartości moralne to wartości:

- a) **obiektywne,**
- b) **subiektywne,**
- c) ustanowione przez kierownictwo przedsiębiorstwa,
- d) partykularne.

W zależności od preferowanych wartości, wartości moralne mogą mieć charakter obiektywny lub subiektywny. Nie mogą to być wartości ustanawiane przez wąskie grupy osób (np. kierownictwo przedsiębiorstwa).

23. (1 pkt) Trwały sukces gospodarczy osiąga się dzięki:

- a) **pomysłowości, kreatywności i przedsiębiorczości,**
- b) zachowaniom moralnie dwuznacznym, albowiem biznes jest grą bez zasad,
- c) jednowymiarowemu nastawieniu na zysk,
- d) kierowaniu się interesem własnym i nieliczeniu się z interesami innych.

Z uwagi na turbulentne otoczenie, przedsiębiorstwo, aby odnieść sukces, powinno być przedsiębiorstwem innowacyjnym. Głównym źródłem innowacyjności jest kreatywność i przedsiębiorczość, a z kreatywnością wiąże się pomysłowość. Niemniej jednak należy przestrzegać zasad etycznych i postępować zgodnie z prawem. Nie wszystkie przedsiębiorstwa są nastawione wyłącznie na zysk – kieruje się takimi wartościami, jak np. odpowiedzialność za środowisko, a nie tylko wymiarem finansowym.

24. (1 pkt) Praca dla człowieka jest:

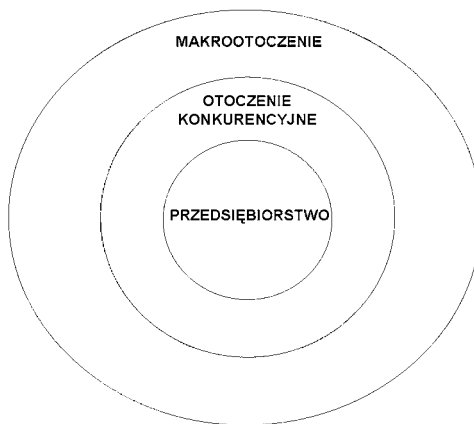
- a) wyłącznie sposobem na zarabianie pieniędzy,
- b) **okazją do samorozwoju,**
- c) uczestnictwem w przekształcaniu świata i przystosowaniu go do własnych potrzeb, bez zachowania należytego respektu do praw, które nim rządzą,
- d) niepotrzebnym ciężarem, który nas przygniata i osłabia.

Praca dla człowieka oprócz zarabiania pieniędzy powinna być okazją do samorozwoju. Dowodem tego mogą być osoby o wysokich kwalifikacjach, dla których bardzo ważną potrzebą, którą chcą zaspokoić w pracy zawodowej, jest możliwość własnego rozwoju (czyli działania, do którego nie motywuje możliwość uzyskania wynagrodzenia finansowego, czy też splendoru związanego z piastowaniem prestiżowej pozycji, ale chęć rozwijania poprzez pracę swojej osobowości).

25. (1 pkt) Do makrootoczenia przedsiębiorstwa nie zalicza się:

- a) otoczenia technologicznego,
- b) otoczenia prawnego,
- c) otoczenia demograficznego,
- d) **otoczenia konkurencyjnego.**

Istnieją różne segmentacje makrootoczenia przedsiębiorstwa. W żadnej z nich nie występuje otoczenie konkurencyjne, które jest otoczeniem specyficznym dla poszczególnych sektorów. Otoczenie makro jest takie samo dla wszystkich przedsiębiorstw funkcjonujących w danej gospodarce (choć te same elementy makrootoczenia mogą być dla różnych przedsiębiorstw działających w różnych sektorach zarówno szansami, jak i zagrożeniami).



26. (2 pkt) Etyka biznesu obejmuje:

- a) kierowanie się w życiu gospodarczym tylko zasadą interesu własnego,
- b) kierowanie się w życiu gospodarczym wyłącznie maksymalizacją zysku,
- c) kierowanie się w życiu gospodarczym wyłącznie dobrem przedsiębiorstwa,
- d) **kierowanie się w życiu gospodarczym odpowiedzialnością za podejmowane decyzje i działania.**

Przedsiębiorstwo oprócz zaspokajania swoich potrzeb powinno zaspokajać potrzeby szerszej grupy osób. Wyłącznie kierowanie się zasadą interesu własnego albo maksymalizacji dobra przedsiębiorstwa może utrudnić realizację celów biznesowych (np. poprzez utrudnienie współpracy z innymi przedsiębiorstwami). Kierowanie się w życiu gospodarczym wyłącznie maksymalizacją zysku nie jest postawą etyczną (takie działanie dopuszczać mogłoby np. wykorzystywanie pracowników bądź niedbanie o środowisko naturalne). Postawą etyczną w biznesie jest nieunikanie odpowiedzialności za podejmowane decyzje i działania (nieuchylanie się od odpowiedzialności za popełnione błędy).

27. (2 pkt) Która z koncepcji zachowania człowieka w organizacji zakłada, że pracownik jest samodzielny, pracuje nie tylko dla pieniędzy, ale również dla satysfakcji zawodowej, poczucia sukcesu:
- a) koncepcja X,
 - b) koncepcja Y,**
 - c) koncepcja Z,
 - d) koncepcja psychodynamiczna.

W zarządzaniu ścierają się różne koncepcje funkcjonowania pracownika w organizacji. Największe różnice występują między koncepcjami X i Y. Według koncepcji X pracownik jest leniwy i gdyby tylko mógł, toby nie pracował. Praca jest dla pracownika złem koniecznym. Według koncepcji Y pracownik jest samodzielny, pracuje nie tylko dla pieniędzy, ale również dla satysfakcji zawodowej, poczucia sukcesu. Opowiedzenie się za jedną z wielu koncepcji zachowania człowieka w organizacji ma wpływ na tworzony system motywacyjny, proces kadrowy i efektywność przedsiębiorstwa.

28. (2 pkt) W modelu okrężnego obiegu dochodów w gospodarce gospodarstwa domowe najczęściej otrzymują pieniądze od przedsiębiorstw w zamian za:
- a) pracę,**
 - b) kapitał,
 - c) produkty i usługi,
 - d) wpłacane podatki.

Gospodarstwa domowe mogą posiadać kapitał (z którego będą otrzymywać dochody – dywidendę) jednak najczęstszym źródłem dochodów gospodarstwa domowego pozostaje praca. Sprzedawane produkty i usługi są źródłem dochodów przedsiębiorstw, a wpłacane podatki stanowią źródło dochodów państwa.

29. (2 pkt) W momencie wprowadzenia reformy systemu emerytalnego w Polsce, II filar:
- a) był obowiązkowy dla wszystkich,
 - b) był obowiązkowy tylko dla osób, które w 1999 roku miały mniej niż 30 lat,**
 - c) był obowiązkowy tylko dla osób, które w 1999 roku miały od 30 do 50 lat,
 - d) był obowiązkowy tylko dla osób, które w 1999 roku miały powyżej 50 lat.

Wprowadzona przed kilku laty reforma emerytalna wprowadzała trójstopniowy system świadczeń emerytalnych. II filar był obowiązkowy tylko dla osób, które w 1999 roku miały mniej niż 30 lat. Osoby z przedziału 30–50 mogły wybrać, czy przystępują do nowego systemu, czy chcą otrzymywać emerytury według starych zasad.

30. (2 pkt) Strategia zintegrowana zakłada:
- a) oferowanie produktów wysokiej jakości po atrakcyjnej cenie,**
 - b) wyłącznie zmniejszanie kosztów pracy poprzez zwolnienia pracowników,
 - c) oferowaniu jednocześnie produktów i usług,
 - d) rozszerzanie asortymentu sprzedaży i wchodzenie do nowych sektorów.

Konkurując z innymi przedsiębiorstwami możemy wybrać następujące strategie: strategia ograniczania kosztów (np. dyskonty spożywcze), strategia wysokiej jakości (np. luksusowa odzież) lub próbować połączyć wysoką jakość z niską ceną (strategia zintegrowana). Strategia zintegrowana najczęściej jest stosowana przez firmy globalne, które z racji przychodów osiąganych na całym świecie mogą obniżyć swoje koszty, a jednocześnie mają środki finansowe na udoskonalanie swoich produktów. Rozszerzanie asortymentu sprzedaży i wchodzenie do nowych sektorów to dywersyfikacja działalności.

31. (2 pkt) Przedsiębiorstwo, które nie ściga się z liderem o udział w rynku, ale poprzez kopiowanie jego produktów i metod działania utrzymuje się na rynku, to według modelu strategii konkurencji Philipa Kotlera:
- lider,
 - pretendent,
 - naśladowca,**
 - niszowiec.

W zależności od zajmowanych udziałów rynkowych oraz tym samym realizowanej strategii Philip Kotler wyróżnił następujące grupy przedsiębiorstw: lider, pretendent, naśladowca i niszowiec. Przedsiębiorstwo, które nie ściga się z liderem o udział w rynku, ale poprzez kopiowanie jego produktów i metod działania utrzymuje się na rynku, to naśladowca. Kotler wyróżnił 3 rodzaje naśladowców: klony (podrabiają produkty, strategię reklamowe lidera), imitatorzy (wzorują się na liderze, ale go nie kopią i nie podrabiają), usprawniacze (starają się wnieść wartość dodaną do modelu biznesowego realizowanego przez lidera – posiadają wyróżniające kompetencje, które pozwalają wykonywać jakiś element lepiej niż najlepsze przedsiębiorstwo w sektorze).

32. (2 pkt) W holdingu finansowym:
- spółki córki nie prowadzą żadnej działalności gospodarczej,
 - spółki córki prowadzą działalność uzupełniającą w stosunku do spółki matki,
 - spółki córki konkurują ze sobą,
 - spółki córki prowadzą działalność w różnych sektorach.**

Istotą holdingu finansowego jest rozproszenie ryzyka związanego z funkcjonowaniem w jednej branży (i traktowanie inwestycji w spółki córki trochę na zasadzie lokaty w funduszu inwestycyjnym). Aby rozproszenie ryzyka było możliwe, spółki córki muszą prowadzić działalność w różnych sektorach. Przykładem holdingu finansowego jest Kulczyk Holding S.A.

33. (2 pkt) Które zdanie jest prawdziwe:
- Zmniejszenie kosztu utworzenia jednego miejsca pracy zmniejsza popyt na pracę.
 - Spadek globalnego popytu zwiększa popyt na pracę.
 - Zmiana struktury dóbr i usług na rynku na bardziej pracochłonne może zwiększyć popyt na pracę.**
 - Zwiększenie wydajności pracy dzięki postępowi technicznemu może zwiększyć popyt na pracę.

- a) Zmniejszenie kosztu utworzenia jednego miejsca może nie mieć wpływu lub zwiększać popyt na pracę. W opinii wielu pracodawców obniżenie kosztów utworzenia miejsca pracy przyczyniłoby się znacząco do spadku bezrobocia w Polsce.
- b) Jeżeli spada popyt globalny, firmy ograniczają swoją aktywność i w konsekwencji raczej spada zgłaszany popyt na pracę (popyt na pracę zgłaszają przedsiębiorstwa).
- c) Bardzo często zmiana struktury dóbr i usług na rynku na bardziej pracochłonne zwiększa popyt na pracę (przedsiębiorstwo chcąc produkować taką samą ilość dóbr i usług, musi wykonać większą pracę a popyt na pracę zwiększa się).
- d) Przy większej wydajności pracy taką samą pracę wykonuje mniejsza liczba pracowników.

34. (2 pkt) Które zdanie jest nieprawdziwe:

- a) **Wspólny rynek jest najwyższą formą integracji gospodarek różnych państw.**
- b) Pierwszym etapem międzynarodowej integracji gospodarczej jest zniesienie cel.
- c) Unia celna polega na swobodnym przepływie towarów pomiędzy państwami tworzącymi unię oraz na wspólnym kształtowaniu polityki celnej wobec państw zewnętrznych.
- d) Wspólny rynek jest głębszą formą integracji niż unia celna.

Etapy międzynarodowej integracji gospodarczej ze względu na kryterium skali powiązań to:

1. strefa wolnego handlu, 2. unia celna, 3. wspólny rynek, 4. unia gospodarcza i walutowa. Problematyka międzynarodowej integracji gospodarczej była szczegółowo opisywana w kontekście wstąpienia Polski do UE, a obecnie jest analizowana z perspektywy integracji w ramach unii walutowej i wprowadzenia w Polsce euro.

35. (2 pkt) Decyzja, która została podjęta w dobrej wierze, zgodnie z przyjętymi zasadami i przy wykorzystaniu wszystkich dostępnych informacji, ale której wynik jest zły, to:

- a) decyzja racjonalna rzeczowo,
- b) **decyzja racjonalna metodologicznie,**
- c) decyzja racjonalna rzeczowo i metodologicznie,
- d) decyzja nieracjonalna.

Podjęmowane decyzje można oceniać pod względem dwóch kryteriów: racjonalności rzeczowej i racjonalności metodologicznej. Decyzja racjonalna rzeczowo to decyzja, która prowadzi do jak najlepszych skutków (po fakcie okazuje się, że podjęta decyzja była rzeczywiście najlepsza spośród wszystkich możliwych wariantów). Do dobrych skutków może doprowadzić decyzja podjęta w sposób przypadkowy (bez analizowania różnych wariantów, ale np. w wyniku losowania). Decyzja racjonalna metodologicznie, to decyzja podjęta zgodnie ze sztuką podejmowania decyzji (choć nie zawsze jest to równe racjonalności rzeczowej). Racjonalność metodologiczna zwiększa prawdopodobieństwo wystąpienia racjonalności rzeczowej.

36. (2 pkt) Jeżeli popyt na produkt A kształtuje się według wzoru: $QD_A = 320 - 5P$, a podaż według wzoru $QS_A = 3P$, gdzie Q oznacza ilość, a P oznacza cenę, to:

- a) cena równowagi wynosi 80 zł,
- b) **cena równowagi wynosi 40 zł,**

- c) cena równowagi wynosi 320 zł,
- d) cena równowagi wynosi 2 zł.

Cena równowagi występuje gdy popyt równoważy się z podażą. $QD_A = QS_A$. Po podstawieniu do równania $320 - 5P = 3P$ $P = 40$.

37. (2 pkt) Konkurencyjna agresywność jako wymiar orientacji przedsiębiorczej firmy to:
- a) **działanie firmy ukierunkowane na stawianie wyzwań konkurentom oraz osiągnięcie lepszej pozycji na rynku,**
 - b) działania firmy ukierunkowane na agresywną walkę z konkurencją,
 - c) ciągłe zaspokajanie potrzeb akcjonariuszy w celu osiągnięcia lepszych zysków,
 - d) przedsięwzięcia w nieznanych polach działalności i pożyczanie dużych ilości zasobów.

Jednym ze sposobów zwiększania wartości przedsiębiorstwa jest osiągnięcie lepszej pozycji rynkowej. Firma przedsiębiorcza stara się swój udział rynkowy zwiększać między innymi poprzez agresywne konkurowanie z innymi przedsiębiorstwami z otoczenia konkurencyjnego – najlepiej w taki sposób, aby stawiać wyzwania konkurentom i tym samym być liderem innowacyjnych działań wyprzedzających posunięcia konkurencji.

38. (2 pkt) W środę, 7 grudnia 2005, średni kurs EUR/PLN wyniósł:
- a) < 3 zł; 3,7 zł),
 - b) **<3,7 zł, 4 zł),**
 - c) <4 zł, 4,3 zł),
 - d) powyżej 4,3 zł.

Znajomość kursów walut obcych jest niezbędna każdemu przedsiębiorcy, który współpracuje z zagranicznymi partnerami i kontrahentami. Nawet nieduże wahania kursów walutowych mogą wpłynąć na atrakcyjność eksportu lub importu – np. umocnienie się złotego może stworzyć szansę sprowadzenia tańszych surowców z zagranicy, ale jednocześnie zagrozić opłacalności sprzedaży własnych produktów na rynkach zagranicznych. Większość polskiej wymiany zagranicznej rozliczana jest w euro, stąd znajomość kursu euro bezpośrednio dotyczy najszerszej grupy przedsiębiorców. Obserwowanie zmian kursów walutowych pozwala ocenić również kondycję gospodarki krajowej oraz w jaki sposób jest ona postrzegana przez inwestorów zagranicznych.

39. (2 pkt) Formą mobbingu w miejscu pracy jest:
- a) upomnienie pracownika za złą pracę,
 - b) **szkalowanie pracownika,**
 - c) nagradzanie pracownika za rzeczy, które zrobił źle.
 - d) zachęcanie pracownika do pracy.

Każdy pracodawca ma obowiązek przeciwdziałania mobbingowi. Taki zapis znalazł się w *Kodeksie Pracy* (art. 94 – stan na 1 stycznia 2006). Mobbing jest definiowany jako działania lub zachowania wobec pracownika, które polegają na uporczywym i długotrwałym nękanii lub zastraszaniu

pracownika. Pracownik, który ulega mobbingowi może mieć zaniżoną samoocenę, może czuć się poniżony, izolowany lub eliminowany z zespołu współpracowników. Pracownik, który ucierpiał w wyniku mobbingu może dochodzić od pracodawcy zadośćuczynienia lub odszkodowania. Wśród wymienionych w pytaniu zachowań szkalowanie pracownika stanowi przykład jego nękania, czyli mobbingu.

40. (2 pkt) Stopa bezrobocia na koniec sierpnia 2005 wyniosła:

- a) 17,8%,
- b) 18,1%,
- c) 18,6%,
- d) 18,9%.

Bezrobocie w Polsce ze względu na swoją wysokość jest jednym z ważniejszych problemów społecznych i gospodarczych. Wiele osób, nie mogąc znaleźć pracy w Polsce, poszukuje jej za granicą. Dla przedsiębiorcy informacja o zmianie stopy bezrobocia oznacza zmianę na rynku pracy – co może się wiązać np. z łatwością bądź trudnością znalezienia osób do pracy, a tym samym koniecznością zaoferowania bardziej konkurencyjnego wynagrodzenia, wpływając tym samym na koszty funkcjonowania przedsiębiorstwa.

41. (2 pkt) Najgłębszą formą międzynarodowej integracji gospodarczej jest:

- a) wspólny rynek,
- b) zniesienie cel,
- c) unia celna,
- d) **unia gospodarcza i walutowa.**

Etapy międzynarodowej integracji gospodarczej ze względu na kryterium skali powiązań to:

1. strefa wolnego handlu, 2. unia celna, 3. wspólny rynek, 4. unia gospodarcza i walutowa. Problematyka międzynarodowej integracji gospodarczej była szczegółowo opisywana w kontekście wstąpienia Polski do UE, a obecnie jest analizowana z perspektywy integracji w ramach unii walutowej i wprowadzenia w Polsce euro.

42. (2 pkt) Które zdanie jest prawdziwe:

- a) Główne źródło dochodów typowego gospodarstwa domowego stanowią dochody uzyskiwane z tytułu sprzedaży akcji na Giełdzie Papierów Wartościowych.
- b) Zasiłki społeczne dla gospodarstw domowych są przykładem dochodu z tytułu posiadania kapitału.
- c) Członkowie gospodarstw domowych nie mogą uzyskiwać dochodów z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej.
- d) **Dochody z lokat bankowych charakteryzują się mniejszym ryzykiem niż dochody z inwestycji na Giełdzie Papierów Wartościowych.**

Mimo zwiększającego się w ostatnim czasie zainteresowania gospodarstw domowych inwestowaniem na giełdzie (wykorzystanie hossy; inwestorzy indywidualni generują na GPW około 30% obrotu giełdowego), stosunkowo nieduży odsetek gospodarstw domowych korzysta z tej formy inwestycji wolnych środków kapitałowych. Głównym źródłem dochodów gospodarstw domowych jest wynagrodzenie za pracę. Zasiłki społeczne to przykład dochodów ze świadczeń.

Lokaty charakteryzują się znacznie mniejszym ryzykiem niż inwestycje na GPW. W przypadku lokaty w banku nadzorowanym przez Komisję Nadzoru Bankowego – Bankowy Fundusz Gwarancyjny, jeśli kwota depozytów nie przekracza równowartości w złotych 1000 euro, zwróci nam 100% zdeponowanych środków. W przypadku gdy wartość depozytów jest wyższa niż równowartość w złotych 1000 euro, to wówczas kwota o równowartości 1000 euro gwarantowana jest w 100%, zaś pozostała kwota depozytów, powyżej równowartości 1000 euro – do równowartości 22 500 euro, gwarantowana jest w 90%.

Ryzyko to jednak nie jedyny wymiar, który musimy przeanalizować podejmując decyzję o inwestycji środków finansowych. Każdą inwestycję kapitałową powinniśmy oceniać według przynajmniej 3 kryteriów: oprócz ryzyka jest to stopa zwrotu oraz płynność.

43. (2 pkt) Organizacja przedsiębiorcza:

- a) aktywnie poszukuje szans i podejmuje je, z uwzględnieniem zasobów będących pod jej kontrolą oraz zasobów, które może pozyskać,
- b) optymalnie zarządza zasobami, bez względu na pojawiające się w otoczeniu szanse,
- c) wynagradza pracowników za zgłaszane innowacje i pomysły oraz zorientowana jest na wzrost,
- d) odpowiedzi „a” i „c” są prawidłowe.**

Kluczowym czynnikiem sukcesu przedsiębiorstw jest obecnie wykorzystywanie w coraz większym stopniu zmian zachodzących w turbulentnym otoczeniu. Dlatego też przedsiębiorstwa muszą wykazywać się umiejętnością szybkiego reagowania na zmiany zachodzące w otoczeniu, a także umiejętnością wykorzystywania zasobów przedsiębiorstwa, szczególnie zasobów ludzkich.

44. (2 pkt) Do mitów przedsiębiorczości, czyli obiegowych stwierdzeń w społeczeństwie, spowalniających proces przedsiębiorczości nie można zaliczyć:

- a) Wszystko, czego przedsiębiorcy potrzeba do sukcesu to pieniądze.
 - b) Przedsiębiorcą należy się urodzić.
 - c) Duży sukces firmy oznacza jej późniejszą ogromną porażkę.
 - d) Sukces przedsiębiorcy w dużej mierze oparty jest na wysiłku, samozaparciu i poświęceniu swojego czasu i środków.**
- a) Aby osiągnąć sukces, niezbędna są m.in.: wytrwałość, konsekwencja, zaangażowanie, kreatywność, innowacyjność, pomysłowość, współpraca z innymi podmiotami oraz wiele innych cech. Samo wsparcie kapitałowe tego sukcesu nie zagwarantuje.
 - b) Przedsiębiorcą może zostać każdy, kto wykaże się wystarczającą determinacją.

- c) Firmie, która odniosła duży sukces znacznie łatwiej pozyskać zasoby niezbędne do wzmocnienia przewag konkurencyjnych, tym samym ryzyko porażki jest mniejsze niż w przypadku przeciętnej firmy.

45. (2 pkt) Który rodzaj lokat jest obciążony najmniejszym ryzykiem:

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

Pośród wymienionych lokat kapitałowych najmniejszym ryzykiem charakteryzuje się zakup obligacji skarbu państwa. Kupując obligacje skarbu państwa mamy gwarancję zwrotu kapitału z niewielkimi (na tle pozostałych form oszczędzania) odsetkami – gwarantem wypłacalności jest skarb państwa. W przypadku złota, jednostek uczestnictwa funduszy oraz akcji na GPW możemy zyskać znacznie więcej, ale istnieje ryzyko straty. [Patrz także komentarz do pytania nr 42.]

46. (2 pkt) Jeżeli w przedsiębiorstwie pogarsza się kondycja finansowa i następuje spadek przychodów i zysków, zwiększa się poziom zadłużenia oraz pogarszają się wskaźniki rentowności, to przedsiębiorstwo znajduje się w kryzysie:

- a) strategicznym,
- b) **wyników,**
- c) płynności,
- d) niewypłacalności.

Istnieją różne stadia kryzysu przedsiębiorstwa. Najłagodniejszy (i najtrudniejszy do zaobserwowania) jest kryzys strategiczny. Przejawia się on zagrożeniem pozycji konkurencyjnej firmy (co może przekładać się np. na spadek udziałów rynkowych). Jeżeli kryzys się pogłębia, następuje spadek przychodów i zysków, zwiększa się zadłużenie i tym samym pogarszają się wskaźniki rentowności, to przedsiębiorstwo znajduje się w kryzysie wyników. Dalsze pogarszanie sytuacji doprowadza do kryzysu płynności, co w konsekwencji może doprowadzić do niewypłacalności przedsiębiorstwa. Każdy przedsiębiorca powinien odpowiednio szybko reagować w sytuacji kryzysowej tak, aby nie dochodziło do pogłębiania negatywnych konsekwencji trwania w kryzysie.

47. (2 pkt) Moda na zdrowy styl życia i aktywność fizyczną to przykład czynnika makrootoczenia:

- a) ekonomicznego,
- b) **społecznego,**
- c) demograficznego,
- d) fizycznego.

Często poszczególne elementy makrootoczenia trudno jest przyporządkować do poszczególnej grupy czynników. Np. zmiany prawa podatkowego mogą być uznane za zmiany otoczenia ekonomicznego, prawnego lub politycznego. W analizie makrootoczenia dla przedsiębiorcy nie jest jednak ważne, do

jakiej grupy należy analizowany czynnik, tylko to, aby przeanalizować ich jak największą liczbę i tym samym zauważyć potencjalne szanse i zagrożenia. W przypadku pytania podział jest jednoznaczny. Moda na zdrowy styl życia należy do czynnika społecznego. W żadnym z wielu różnych podziałów makrootoczenia nie występuje grupa czynników fizycznych.

48. (2 pkt) Jeżeli dynamika PKB spada, wzrasta inflacja i bezrobocie, to gospodarka znajduje się w:
- a) stanie równowagi,
 - b) fazie ożywienia,
 - c) **fazie recesji,**
 - d) fazie upadłości.

Każdy przedsiębiorca powinien obserwować wahania koniunktury gospodarczej, gdyż mogą one mieć istotny wpływ na funkcjonowanie jego przedsiębiorstwa. Pogorszenie głównych wskaźników gospodarczych to symptomy recesji.

49. (2 pkt) Wskaż, która z poniższych form pomocy jest fakultatywna:
- a) **zasiłek celowy,**
 - b) renta socjalna,
 - c) zasiłek stały,
 - d) zasiłek stały wyrównawczy.

Świadczenia z pomocy społecznej dzieli się na obowiązkowe i nieobowiązkowe (fakultatywne). Pomocą gwarantowaną o stałym charakterze objęte są te grupy osób, które z różnych przyczyn (np. wiek, stan zdrowia) nie są zdolne do pracy. W pozostałych przypadkach tzw. trudnej sytuacji życiowej wypłacane zasiłki mają charakter pomocy fakultatywnej. Pomoc fakultatywna (zasiłki okresowe, celowe) udzielana jest w miarę posiadanych środków finansowych przez ośrodki pomocy społecznej i w pierwszej kolejności przeznaczana jest na rzecz środowisk pozbawionych jakiegokolwiek dochodu własnego.

50. (2 pkt) Do zadań samorządu gminnego należy:
- a) **eksploatacja dróg lokalnych,**
 - b) sprawowanie kontroli nad wszystkimi przedsiębiorstwami działającymi na terenie gminy,
 - c) eksploatacja autostrad,
 - d) ustalanie wysokości opłaty skarbowej.

W kompetencji samorządu gminnego leży utrzymanie dróg lokalnych. Obowiązek dbania o autostrady oraz ustalenie wysokości opłaty skarbowej to kompetencje państwa (szczebel centralny). W gospodarce rynkowej ani państwo, ani organy samorządowe nie sprawują kontroli nad wszystkimi przedsiębiorstwami (tylko przedsiębiorstwami, które są ich własnością).



Test z zawodów okręgowych z komentarzami

1. (1 pkt) Które zdanie jest prawdziwe?

- a) Na rynku kapitałowym przedsiębiorstwa pozyskują środki finansowe zaciągając kredyty w bankach.
- b) Na rynku kapitałowym przedsiębiorstwa pozyskują środki finansowe emitując akcje i obligacje.**
- c) Na rynku kapitałowym pieniądze pozyskuje wyłącznie Skarb Państwa sprzedając obligacje.
- d) Na rynku kapitałowym banki oferują długoterminowe lokaty bankowe.

Rynek kapitałowy jest to segment rynku finansowego, na którym występują instrumenty finansowe o charakterze wierzytelności (np. obligacje) lub udziałowym (np. akcje), emitowane na okres dłuższy niż 1 rok i służące do transferu kapitału.

Najbardziej istotną funkcją rynku kapitałowego, dla stron uczestniczących w transakcji kupna – sprzedaży instrumentów finansowych jest pozyskiwanie kapitału przez emitentów na dłuższy okres oraz uzyskiwanie dochodów przez inwestorów, którzy kupując instrumenty finansowe udostępniają kapitał emitentom.

2. (1 pkt) Najważniejszym organem władzy w spółce akcyjnej jest:

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

Władzami spółki są Walne Zgromadzenie, Rada Nadzorcza i Zarząd.

Walne Zgromadzenie jest jej najwyższym organem. Prawo do udziału w nim mają wszyscy akcjonariusze. Do kompetencji należy m.in. dokonywanie zmian w Statucie, zatwierdzanie Regulaminu Rady, wybór członków Rady.

3. (1 pkt) Segment SiTech obejmuje akcje następujących spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych:

- a) banków i firm ubezpieczeniowych,
- b) spółek zaliczonych do tzw. segmentu innowacyjnych technologii,**
- c) spółek reprezentujących sektor paliwowy,
- d) spółek reprezentujących sektor elektromaszynowy.

Segment Innowacyjnych Technologii (SiTech) obejmuje spółki z sektora telekomunikacyjnego i innowacyjnych technologii. O zakwalifikowaniu spółek do segmentu SiTech decyduje Zarząd Giełdy. Wszystkie spółki z SiTech notowane są w systemie notowań ciągłych. Dla spółek zakwalifikowanych do SiTech obliczany jest odrębny indeks TechWIG.

4. (1 pkt) Do rejestru przedsiębiorców w ramach Krajowego Rejestru Sądowego nie są wpisywane:
- a) spółdzielnie,
 - b) spółki prawa handlowego,
 - c) przedsiębiorstwa państwowe,
 - d) izby gospodarcze.**

Krajowy Rejestr Sądowy składa się z trzech elementów: rejestru przedsiębiorców, rejestru stowarzyszeń i innych organizacji społecznych oraz rejestru dłużników niewypłacalnych. Izby gospodarcze są wpisywane do rejestru stowarzyszeń.

5. (1 pkt) Ustawa budżetowa:
- a) jest przyjmowana przez Sejm bezwzględną większością,
 - b) nie może być zawetowana przez prezydenta, jeżeli została zatwierdzona przez Sejm i Senat,**
 - c) jest uchwalana raz na cztery lata,
 - d) musi być zatwierdzona przez Zgromadzenie Narodowe.

Generalne zasady sporządzania ustawy budżetowej zostały przedstawione w X rozdziale Konstytucji RP (*Finanse publiczne*).

6. (1 pkt) Dumping:
- a) nie polega na eksportowaniu poniżej kosztów produkcji,
 - b) nie jest stosowany w celu uzyskania nadwyżki bilansu handlowego,
 - c) występuje powszechnie w handlu między Polską a Rosją,
 - d) jest zabroniony przez prawo Unii Europejskiej.**

Na rynku UE wszelkie działania podważające swobodę konkurencji (w tym dumping) są zabronione.

7. (1 pkt) Do podatków pośrednich zaliczamy:
- a) CIT,
 - b) WIG,
 - c) PIT,
 - d) akcyzę.**

Podatki możemy podzielić na pośrednie i bezpośrednie. Do podatków pośrednich zalicza się VAT, cło i akcyzę. Podatki pośrednie są płacone „przy okazji” nabywania dóbr i usług – nie wymagają ze strony indywidualnego podatnika szczegółowego rozliczania się z Urzędem Skarbowym (z tego powodu są znacznie wygodniejsze do pobierania niż podatki bezpośrednie). Z tytułu podatków pośrednich państwo uzyskuje większe wpływy budżetowe niż z podatków bezpośrednich.

8. (1 pkt) Do spółek kapitałowych zaliczamy:
- a) spółkę partnerską,
 - b) spółkę jawną,
 - c) spółkę cywilną,
 - d) **spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością.**

Spółki handlowe dzielą się na spółki osobowe i kapitałowe. Do spółek kapitałowych zaliczamy spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością oraz spółkę akcyjną.

9. (1 pkt) Empatia to:
- a) sposób na zadbanie o własne interesy,
 - b) **umiejętność wczucia się w położenie innych,**
 - c) jedna z technik CPM,
 - d) uczucie obojętności.

Empatia, czyli umiejętność wczucia się w położenie innych osób, jest obok asertywności jedną z podstawowych umiejętności wchodzących w skład inteligencji emocjonalnej.

10. (1 pkt) Współpraca między obecnymi lub potencjalnymi konkurentami, mająca charakter ograniczony co do czasu i zakresu oraz nieprowadząca do przejścia drugiej strony, to:
- a) oligopol,
 - b) **alians,**
 - c) fuzja,
 - d) przejęcie.

Fuzje, przejęcia i alianse to przykłady zewnętrznych sposobów rozwoju przedsiębiorstwa. Fuzja polega na połączeniu przedsiębiorstw (gdzie każde przedsiębiorstwo musi wyrazić zgodę na transakcję. Przy przejęciu jednej firmy przez drugą nie jest wymagana zgoda firmy przejmowanej. Czasowa współpraca między przedsiębiorstwami konkurującymi ze sobą, która nie prowadzi do przejścia drugiej strony to alians.

11. (1 pkt) „Szara strefa” to obszar praktyki gospodarczej, w którym firmy:
- a) działają zgodnie z literą prawa, wykorzystując wszelkie dopuszczalne przezeń możliwości uzyskiwania korzyści,
 - b) działają zgodnie z literą prawa, wykorzystując wszelkie luki i niedoskonałości prawa dla uzyskiwania korzyści,
 - c) **pozorują działania legalne, a w istocie dla uzyskiwania korzyści łamią przepisy prawa w sposób niejawni i trudny do wykrycia,**
 - d) żadna z opisanych sytuacji nie charakteryzuje „szarej strefy”.

„Szara strefa” to obszar praktyki gospodarczej lokujący się pomiędzy „białą strefą”, czyli praktyką gospodarczą w pełni zgodną z przepisami prawa i etyki (najczęściej przejrzystą) oraz „czarną strefą”, czyli praktyką gospodarczą jawnie naruszającą przepisy prawa. Istotą szarej strefy jest uzyskiwanie korzyści z niejawnego, ukrytego i trudnego do wykrycia łamania prawa, w szczególności

do niewywiązywania się z finansowych zobowiązań wobec państwa przy zachowaniu pozorów legalności. Częstymi zjawiskami zaliczanymi do „szarej strefy” są ukryte oszustwa celne, ubezpieczeniowe i podatkowe. Jednym z najczęstszych zjawisk zauważanych w Polsce jest niejawne (bez sporządzania umów o pracę) zatrudnianie pracowników w celu uniknięcia kosztów zatrudnienia ponoszonych przez pracodawcę oraz opodatkowania przychodów zatrudnionego i/ lub utraty przez niego statusu osoby bezrobotnej pobierającej zasiłek.

12. (1 pkt) Efekt substytucyjny:

- a) **to zastępowanie jednego dobra drugim,**
- b) to przeciwieństwo efektu komplementarnego,
- c) to zjawisko polegające na wypieraniu z rynku dóbr niższego rzędu,
- d) to zjawisko polegające na wypieraniu z rynku dóbr luksusowych.

Każdy przedsiębiorca powinien orientować się w mechanizmach rządzących zachowaniami odbiorców. Jednym z takich mechanizmów jest efekt substytucyjny. Polega on na zmianie popytu na jedno dobro poprzez zmianę relacji cen dwóch dóbr. Zmniejszenie ceny jednego dobra powoduje, iż staje się ono relatywnie tańsze i popyt na nie zwiększa się kosztem substytutu, którego cena nie zmienia się, a po obniżce ceny towaru pierwszego staje się ona relatywnie wyższa.

13. (1 pkt) SWOT to:

- a) analiza konkurencji przy wykorzystaniu modelu Portera,
- b) analiza portfela marek macierzą BCG,
- c) **analiza mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa oraz szans i zagrożeń w jego otoczeniu,**
- d) program komputerowy przydatny w analizie statystyk.

Analiza SWOT jest metodą wykorzystywaną przy opracowywaniu strategii przedsiębiorstwa i polega na określeniu 4 obszarów: analizy mocnych i słabych stron wewnątrz przedsiębiorstwa oraz szans i zagrożeń związanych z jego otoczeniem. Nazwa pochodzi od pierwszych liter angielskich słów *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*.

14. (1 pkt) W sporze o społeczną odpowiedzialność firmy tzw. stanowisko „prospołeczne” stwierdza, że odpowiedzialność ta polega na:

- a) wyłącznie przestrzeganiu prawa i obyczajów regulujących stosunki pomiędzy firmą a jej otoczeniem,
- b) **dobrowolnym angażowaniu się firmy w realizację celów społecznie użytecznych,**
- c) obligatoryjnym angażowaniu się przez firmę w realizację celów społecznie użytecznych,
- d) angażowaniu się przez firmę w realizację celów społecznie użytecznych wskazanych przez jej interesariuszy.

Firmy na wiele sposobów i z różną motywacją mogą się włączać w realizację społecznie użytecznych działań. Mogą one po prostu wypełniać obowiązki nakazane przez prawo lub inne

względny (np. obligatoryjne odprowadzanie pewnych kwot od zysków na cele rozwojowe), a także realizować cele wskazane przez interesariuszy zaangażowanych osobiście lub grupowo w pewne przedsięwzięcia (np. popieranie ich inicjatyw lokalnych lub o szerszym charakterze). Takie postępowania nie są jednak dobrowolne i/lub bezinteresowne. Postawa prospołeczna oznacza, że firma nie kieruje się wprost żadnymi motywami mającymi charakter interesu: ani dla samej firmy, ani dla jej władz czy klientów. Firma musi angażować się społecznie po prostu uznając ważność celów spoza obszaru biznesu.

15. (1 pkt) Za czyn „nieuczciwej konkurencji” nie jest uznawana reklama, która:
- a) jest sprzeczna z zasadami dobrych obyczajów lub uchybia godności człowieka,
 - b) pozwala osiągnąć znaczną przewagę nad konkurencją na rynku,**
 - c) wykorzystuje dorobek (np. markę) innego podmiotu gospodarującego,
 - d) jest sprzeczna z prawem.

Nieuczciwa konkurencja to taki rodzaj rywalizacji, który pozwala osiągnąć przewagę rynkową dzięki naruszeniu zasad etycznych, prawnych lub zasad działania wolnego rynku, a w szczególności zasady równości podmiotów gospodarujących. Uczciwa konkurencja nie zabrania uzyskiwania znacznych przewag nad innymi podmiotami gospodarującymi pod warunkiem, że nie zachodzą naruszenia, o których mowa wyżej. Zatem rozróżnienie uczciwej i nieuczciwej konkurencji nie może zasadzać się na stopniu uzyskanych przewag rynkowych czy innych profitów.

16. (1 pkt) Którzy spośród wymienionych poniżej pracowników firmy nie są objęci zasadami etyki biznesu?
- a) dyrektor firmy,
 - b) inżynierowie i projektanci,
 - c) pracownicy działu sprzedaży i marketingu,
 - d) żadna z powyższych odpowiedzi nie jest poprawna – zasadom tym podlegają wszyscy pracownicy.**

Zasady etyki, w tym etyki biznesu, są uniwersalne. Oznacza to, że dotyczą one w jednakowym stopniu wszystkich osób biorących udział w procesie gospodarczym – bez względu na zajmowane przez nich stanowiska i pełnione role. Oczywiście, pełnienie specyficznych funkcji (np. dyrektora czy eksperta) może oznaczać spisanie specyficznych zasad dla niektórych stanowisk w firmie (np. zasady rzetelnej reklamy będą w szczególnym stopniu dotyczyć pracowników działu marketingu), to jednak nie narusza zasady objęcia zapisami etyki wszystkich pracowników.

17. (1 pkt) Reklama, która ujawnia (zgodnie z prawdą) słabości i niepowodzenia konkurencji jest:
- a) neutralna moralnie,
 - b) etyczna,
 - c) nieetyczna,**
 - d) nie podlega ocenie moralnej.

Zasadą dobrej reklamy jest promowanie własnych produktów ze względu na ich cechy pożądane przez klienta, a nie pomniejszanie wartości innych firm i ich produktów. Z reguły w ogóle nie komentuje się działań i produktów innych uczestników gry rynkowej (słynny „zwykły proszek”). Jeśli dana firma jest przekonana o tym, że jej konkurenci wytwarzają i wprowadzają na rynek np. produkty szkodliwe i chciałaby temu zapobiec, to ma inne drogi działania niż ujawnianie tego w reklamie.

18. (1 pkt) Dobra praktyka w biznesie przede wszystkim ma na celu:

- a) nakazywanie postępowania pochwalanego moralnie,
- b) unikanie działania nagannego moralnie,**
- c) poprawę sytuacji pracowników firmy,
- d) poprawę sytuacji akcjonariuszy firmy.

Dobra praktyka w biznesie nie może ograniczać swobody gospodarowania w ramach granic wyznaczanych przez etykę. Zatem nie może nakazywać działania pochwalanego moralnie, bo po pierwsze, to nie jest jej rola; a po drugie – na pewno weszłaby w kolizję ze swobodą gospodarowania. Dobra praktyka w biznesie powinna być bezinteresowna, zatem nie może mieć na celu poprawy sytuacji interesariuszy firmy. Pozostaje opcja mówiąca o tym, że rolą dobrej praktyki jest stawianie granic naganności moralnej i ich strzeżenie.

19. (1 pkt) 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 ogólnej charakterystyki działających w gospodarce narodowej podmiotów w przekrojach: terytorialnym, własnościowym, rodzajów działalności, form prawnych,
- d) wykorzystywany do tworzenia bazy jednostek wybieranych do badań statystycznych.

Do rozliczania przedsiębiorców z urzędem skarbowym wykorzystywany jest Numer Identyfikacji Podatkowej (NIP).

20. (1 pkt) Etos ludzi biznesu to:

- a) zbiór norm wskazujących ludziom biznesu właściwe moralnie postępowania,
- b) zbiór wytycznych wskazujących ludziom biznesu, jak należy postępować w sytuacjach konfliktu wartości,
- c) zbiór wartości, który powinien być przez nich przyjęty,
- d) zbiór wartości moralnych, które ci ludzie przyjęli i wcielają w czyn.**

Etos to system wartości charakterystyczny dla danej zbiorowości (np. etos rycerski, etos akademicki) faktycznie przyjętych przez jej członków oraz wynikający z tych wartości kompleks ich zachowań. Etos należy odróżniać od kodeksu etycznego lub innego zbioru norm etycznych, a także od idealnego systemu wartości, którym powinni hołdować członkowie pewnej zbiorowości. Etos różni się także



od osobistych światopoglądów poszczególnych członków zbiorowości, którzy mogą pełnić wiele ról społecznych, zatem i mieć systemy wartości przekraczające ramy jednego etosu.

21. (1 pkt) Wskaż aktywa obrotowe:

- a) środki transportu,
- b) bazy danych,
- c) prawa autorskie,
- d) zapasy materiałów i towarów.**

Każdy przedsiębiorca powinien umieć przygotować bilans przedsiębiorstwa i na jego podstawie obliczyć podstawowe wskaźniki oceny kondycji finansowej.

Do aktywów obrotowych (majątku obrotowego) zaliczamy zapasy, należności, środki pieniężne, krótkoterminowe papiery wartościowe oraz rozliczenia międzyokresowe czynne.

22. (1 pkt) Pomoc udzielana na ekonomiczne usamodzielnienie wchodzi w skład:

- a) świadczeń dodatkowych,**
- b) zasiłków celowych,
- c) zasiłków okresowych,
- d) renty socjalnej.

Pomoc na ekonomiczne usamodzielnienie, to świadczenie fakultatywne, przysługujące na mocy art. 43 *Ustawy o pomocy społecznej*, które może być przyznawane:

- w formie pieniężnej – w formie jednorazowego zasiłku celowego lub nieoprocentowanej pożyczki. Pożyczka może być umorzona w całości lub w części, jeżeli przyczyni się do szybszego osiągnięcia celów pomocy społecznej;
- w formie rzeczowej – polega na udostępnieniu maszyn i narzędzi pracy stwarzających możliwość zorganizowania własnego warsztatu pracy oraz urządzeń ułatwiających pracę niepełnosprawnym. Przedmioty i urządzenia te są udostępniane na podstawie umowy użyczenia¹.

23. (1 pkt) Tak zwany dekalog biznesmena zawiera 10 dyrektyw postaw prowadzących do sukcesu w biznesie. Którą z nich można zaliczyć do zasad etyki biznesu?

- a) zwróć na siebie uwagę,
- b) bądź skoncentrowany,
- c) bądź samodzielny,
- d) żadnej.**

Powyższe zasady, wchodzące w skład tzw. dekalogu biznesmena, zapewniają raczej sukces w sferze biznesu niż podporządkowane są normom etycznym. Wprawdzie wśród innych zawartych w „dekalogu” dyrektyw znajdujemy, takie jak *bądź godny naśladowania* lub *nie bądź grubiański*, jednakże cytujący go autorzy podkreślają przyświecający mu brak wartościowania etycznego i pozostawanie w sferze dyrektyw instrumentalnych niż dyrektyw biorących pod uwagę wartości.

¹ <http://www.mpips.gov.pl/index.php?gid=88>, [12.07.2006].

24. (1 pkt) Pracownikom mediów masowych (zwłaszcza dziennikarzom) nie wolno zatrudniać się dodatkowo w żadnych innych firmach. Jakie powody, wynikające z zasad etyki zawodowej, uzasadniają taki zakaz?

- a) zagrożenie dla obiektywności przekazu medialnego,
- b) utrzymanie dyspozycyjności pracownika dla jedynego pracodawcy,
- c) kontrola pracodawcy nad pełnią zachowań profesjonalnych pracownika,
- d) odpowiedzialność pracodawcy za wszelkie zachowania zawodowe pracownika.

Podstawową funkcją mediów masowych jest dostarczanie obiektywnej informacji. Zasady etyki dziennikarskiej gwarantują tę obiektywność na wiele sposobów, w tym przez żądanie niezawisłości i rzetelności dziennikarskiej i unikania przez dziennikarzy tzw. konfliktu interesów. Konflikt ten może powstać, kiedy dziennikarz byłby zatrudniany poza swoją macierzystą redakcją także w innych firmach. Proszę wyobrazić sobie obiektywizm i wiarygodność dziennikarza przekazującego relację z afery korupcyjnej w firmie, której uprzednio służył ekspertyzą w zakresie PR. [Patrz także komentarz do pytania nr 20 w teście z etapu centralnego.]

25. (1 pkt) Pewien pracodawca zapewnia pracownikom odzież ochronną i inne akcesoria higieny pracy oraz informuje ich o wszystkich niebezpieczeństwach związanych z wykonywanymi funkcjami, ale zarazem pozostawia im swobodę wyboru ryzykownych działań. Czy ten pracodawca postępuje zgodnie z etyką?

- a) tak,
- b) **nie,**
- c) jego postępowanie jest neutralne etycznie,
- d) żadna odpowiedź nie jest prawidłowa.

W tym przypadku pracodawca nie postępuje zgodnie z etyką. Wedle jej norm pracodawca jest odpowiedzialny za zdrowie swoich pracowników i tej odpowiedzialności nie może przenieść na podwładnych. Zatem nie powinien ich stawiać przed samodzielnymi ryzykownymi wyborami, a wręcz przeciwnie – jasno takiego ryzyka zabronić. Pracownicy skuszeni lepszą wydajnością pracy lub wyższymi zarobkami mogliby takie ryzyko podjąć i ponieść uszczerbek na zdrowiu, czy nawet stracić życie. A to jest niedopuszczalne.

26. (2 pkt) W zleceniu sprzedaży z limitem ceny, określona przez inwestora cena oznacza, że chce on sprzedać akcje na Giełdzie Papierów Wartościowych:

- a) **nie taniej niż określona cena,**
- b) dokładnie w określonej cenie,
- c) drożej niż określona cena,
- d) taniej niż określona cena.

Inwestor składając zlecenie musi określić: rodzaj oferty (kupno, sprzedaż), limit ceny (lub rodzaj zlecenia bez limitu ceny), termin ważności zlecenia, nazwę instrumentu finansowego, ilość (wolumen), dodatkowe warunki wykonania zlecenia.

W zleceniu z limitem ceny inwestor zobowiązany jest podać cenę:

- w zleceniu kupna: maksymalną cenę, po jakiej jest skłonny kupić instrument finansowy;
- w zleceniu sprzedaży: minimalną cenę, po jakiej jest skłonny sprzedać instrument finansowy.

Zlecenie z limitem ceny jest składane, gdy inwestor chce dokonać transakcji po określonej cenie, nie chce zdać się na przypadek. Zlecenie z limitem ceny może być zrealizowane częściowo, jeżeli po drugiej stronie arkusza nie ma dostatecznej ilości instrumentu.

27. (2 pkt) Kupiłeś na Giełdzie Papierów Wartościowych 45 akcji w cenie 48 zł i sprzedałeś po kursie 54 zł. O ile procent wzrósł kurs akcji? Ile zarobiłeś na tej inwestycji?
- a) kurs akcji wzrósł o 12,5%, zysk na inwestycji wyniósł 270 zł,
 - b) kurs akcji wzrósł o 20 %, zysk na inwestycji wyniósł 270 zł,
 - c) kurs akcji wzrósł o 25%, zysk na inwestycji wyniósł 340 zł,
 - d) kurs akcji wzrósł o 12,5%, zysk na inwestycji wyniósł 170 zł.

Rozwiązanie:

O ile procent wzrósł kurs akcji? $(54-48)/48 \times 100 \% = 12,5\%$

Ile można było zarobić na tej inwestycji? $(54-48) \times 45 = 270$

28. (2 pkt) „Złote spółki” to spółki notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych,
- a) których papiery wartościowe stanowią podstawę do obliczania indeksu WIRRR,
 - b) **których papiery wartościowe stanowią podstawę do obliczania indeksu WIG20,**
 - c) których papiery wartościowe stanowią podstawę do obliczania indeksu MIDWIG,
 - d) które osiągają największe zyski w danym roku.

Złote Spółki to emitenci, których papiery wartościowe stanowią podstawę obliczania indeksu WIG20. Szczególne znaczenie tego indeksu dla inwestorów giełdowych wynika z dwóch powodów. Po pierwsze skupione są w nim największe spółki notowane na Giełdzie, charakteryzujące się także największymi obrotami na sesjach giełdowych. Firmy takie na światowych giełdach noszą nazwę *blue chips*. Po drugie indeks WIG20 jest instrumentem bazowym dla kontraktów terminowych, które cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem inwestorów giełdowych.

29. (2 pkt) Zasady ładu korporacyjnego zawarte w dokumencie *Dobre praktyki w spółkach publicznych 2005* dotyczą:
- a) Zarządu spółki,
 - b) Zarządu i Rady Nadzorczej spółki,
 - c) **Zarządu, Rady Nadzorczej i Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy spółki,**
 - d) Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy spółki.

Dobre praktyki stanowią zbiór szczegółowych zasad zachowania się, skierowanych zarówno do organów spółek oraz członków tych organów, jak i do większościowych i mniejszościowych akcjonariuszy. Zbiór *dobrych praktyk*, spisany na potrzeby polskiego rynku kapitałowego przedstawia podstawową część standardów ładu korporacyjnego (*corporate governance*) w spółce akcyjnej, będącej spółką publiczną.

30. (2 pkt) Hasło „ethics pays” [etyka popłaca] oznacza, że konsekwencją postępowania zgodnie z etyką biznesu są:
- a) korzyści materialne dla interesariuszy firmy,
 - b) rzetelność i uczciwość działań gospodarczych skutkujące korzyścią dla całego biznesu,**
 - c) bezpośrednie korzyści materialne dla każdego biznesmena,
 - d) bezpośrednie korzyści materialne w dowolnej sytuacji biznesowej.

Życie gospodarcze kierujące się tylko zasadami maksymalizacji zysku nie może się rozwinąć, zaś interes własny jest warunkiem koniecznym, ale niewystarczającym dla ustanowienia kwitnącego systemu wymiany – tego świadom był już Adam Smith. Działania gospodarcze dopełnione być powinny cnotami, takimi jak rzetelność, uczciwość, solidność, skutkująca większym ładem biznesowym i wyższym wzajemnym zaufaniem podmiotów gospodarujących. Gospodarowanie jest wówczas i łatwiejsze, i bardziej owocne, i nie narusza ludzkiej godności. Tak więc „etyka popłaca”. Idąc krok dalej – szeroko ujęta etyka biznesu pozwala nam także uwzględnić wartości pojawiające się na styku czystego biznesu z jego społecznym otoczeniem, żyć w czystym środowisku, w dobrze zorganizowanej wspólnocie lokalnej itd.

31. (2 pkt) Jakie aspekty życia gospodarczego niosą ze sobą szczególne zagrożenia dla moralności uczestniczących w nim osób?
- a) przetwarzanie informacji,
 - b) konkurencyjność,**
 - c) wysokie technologie produkcji,
 - d) oddziaływanie na gospodarkę światową.

Największe zagrożenie dla zasad etycznych niesie ze sobą chęć uzyskania mierzonego zyskiem sukcesu w grze rynkowej. Sukces taki zdobyć można dzięki konkurencji, zatem to ona jest szczególnie groźnym dla etyki aspektem działań gospodarczych. Wyrafinowanie technologii czy zdolność przetwarzania informacji są tu neutralne etycznie (poza szczególnymi przypadkami).

32. (2 pkt) Etyka biznesu może być ujmowana w teoretyczne ramy wielu stanowisk etyki czystej. Która z poniżej wymienionych etyk nie stanowi właściwego zaplecza teoretycznego dla etyki biznesu:
- a) deontologia,
 - b) hedonizm,**
 - c) etyka sumienia i odpowiedzialności,
 - d) prakseologia.

Hedonizm to doktryna etyczna głosząca, że przyjemność jest najwyższym dobrem i stanowi kryterium oceny postępowania. Zatem hedonizm nie stwarza dobrej możliwości budowy np. kodeksów etycznych właściwych dla świata biznesu. Ich podstawą jest raczej poczucie odpowiedzialności

i obowiązków wynikających z przyjętych ról w działalności gospodarczej albo dyrektywy sprawnego działania, których dotyczą pozostałe wymienione stanowiska. Hedonizm może się pojawić co najwyżej wtórnie jako zaplecze aksjologiczne stanowiska utylitarystycznego, chętnie przywoływanego w etyce biznesu.

33. (2 pkt) Utylitaryzm to stanowisko często przywoływane w etyce biznesu. Co jest jego tezą wiodącą?

- a) **maksymalizacja użyteczności,**
- b) kreowanie dóbr moralnych,
- c) wypełnianie obowiązków moralnych,
- d) maksymalizacja szczęścia.

Utylitaryzm to zbiór stanowisk etycznych, które łączy twierdzenie, że o wartości moralnej czynu świadczą jego skutki. Jeśli sprzyjają one osiągnięciu dobrego celu, to działanie było użyteczne, a zatem i słuszne moralnie. W związku z tym największe dobro uzyskuje się przez maksymalizację użyteczności działań.

34. (2 pkt) Deontologia to dziedzina etyki znajdująca szczególne zastosowanie w etyce biznesu. Co jest jej wiodącym nakazem?

- a) maksymalizacja użyteczności,
- b) kreowanie dóbr moralnych,
- c) **wypełnianie obowiązków moralnych,**
- d) maksymalizacja szczęścia.

Deontologia to, dosłownie, nauka (*logos*) o obowiązkach (*deon*) moralnych, które powinien wypełniać człowiek w jakiejś dziedzinie działania. Dotyczy ona także działalności profesjonalnej. Mamy więc np. deontologię lekarską – określającą zasady etyki lekarzy, a także deontologię działalności gospodarczej, która może przybrać postać etyki biznesu.

35. (2 pkt) Wolność gospodarcza to jeden z warunków koniecznych dobrze funkcjonującej demokracji. Czy wolność gospodarowania powinna być ograniczana?

- a) nie powinna mieć żadnych ograniczeń,
- b) jedynym jej ograniczeniem może być ogólnie obowiązujące prawo,
- c) nie powinna wchodzić w konflikt z żadnymi wartościami etycznymi,
- d) **nie powinna zagrażać innym wolnościom właściwym dla społeczeństw demokratycznych.**

Gospodarka jest jedną z form aktywności społecznej – bardzo ważną, ale nie nadrzędną w stosunku do instytucji organizujących całość życia społecznego. Demokracja jest taką instytucją nadrzędną, a jednym z jej podstawowych celów jest zapewnienie wolności (swobód) jednostkom i grupom w społeczeństwie – m.in. gospodarowania, światopoglądu, głoszenia opinii. Zatem gospodarka nie powinna naruszać zasad demokratycznych, a w szczególności nie powinna zagrażać wolnościom gwarantowanym przez demokrację.

36. (2 pkt) Która z poniższych zasad nie należy wprost do deontologicznych powinności firmy?

- a) uwzględnianie reklamacji klientów,
- b) uczciwa konkurencja,
- c) dotrzymywanie zobowiązań podatkowych,
- d) wszystkie należą.**

Wszystkie trzy podane wskazania postępowania firmy przynależą do jej deontologii, są dla etycznie działającego przedsiębiorstwa obowiązkami – odpowiednio – wobec klientów, wobec partnerów w grze rynkowej oraz wobec państwa.

37. (2 pkt) Która z poniższych zasad należy do deontologicznych powinności firmy?

- a) produkowanie bezpiecznych dóbr i usług,**
- b) poszanowanie poglądów religijnych (światopoglądu) interesariuszy,
- c) zapewnienie pracownikom dobrych warunków socjalnych,
- d) wszystkie należą.

Deontologiczna etyka biznesu ogranicza swój zakres do działań związanych z aktywnością gospodarczą. W przypadku firmy, zakres wyznaczanych przez deontologię obowiązków nie obejmuje światopoglądów interesariuszy czy zapewniania komukolwiek stosownego poziomu życia. Obowiązkiem formy jest natomiast dbałość o dobro klientów i innych interesariuszy poprzez oferowanie im bezpiecznych usług i dóbr.

38. (2 pkt) Członkowie Rady Polityki Pieniężnej są powoływani na:

- a) 4 lata,
- b) 5 lat,
- c) 6 lat,**
- d) 9 lat.

Zgodnie z art. 227 ust. 2 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej oraz art. 6 *Ustawy o Narodowym Banku Polskim*, Rada Polityki Pieniężnej jest organem NBP.

Rada Polityki Pieniężnej ukształtowała się w dniu 17 lutego 1998 r. W skład Rady wchodzi:

- Przewodniczący Rady, którym jest Prezes NBP,
- 9 członków, powołanych w równej liczbie przez Prezydenta RP, Sejm i Senat.

Członkowie Rady Polityki Pieniężnej powoływani są na 6 lat. Zgodnie z art. 12 *Ustawy o NBP*².

39. (2 pkt) Punkt równowagi monopolu jest osiągnięty zawsze, gdy:

- a) przedsiębiorstwo osiąga maksymalną produkcję,
- b) koszty zmienne osiągają najniższą wartość,

² www.nbp.gov.pl, [12.07.2006].

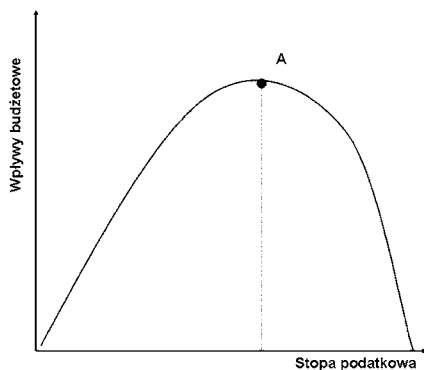
- c) **koszt krańcowy zrównuje się z utargiem krańcowym,**
- d) przedsiębiorstwo uzyskuje na rynku najwyższą możliwą cenę.

Zgodnie z zasadą maksymalizacji zysku, monopolista ustala wielkość produkcji, aby spełniona była zależność koszt krańcowy = utarg krańcowy (jest to wielkość produkcji odpowiadająca elastycznej części popytu, a cena ustalona przez monopolistę przewyższa jego koszt krańcowy).

40. (2 pkt) Krzywa Laffera:

- a) ma zawsze nachylenie dodatnie,
- b) **pokazuje zależność między wysokością podatków a wpływami do budżetu,**
- c) jest dopełnieniem krzywej Philipsa – pokazuje zależność między inflacją a bezrobociem w długim okresie,
- d) przedstawia przebieg cyklu koniunkturalnego.

Wysokość podatków wpływa na wysokość dochodów budżetowych. Jednak zwiększanie obciążeń podatkowych nie zawsze zwiększa dochody państwa. Po przekroczeniu pewnego poziomu stopy podatkowej podmioty ograniczają swoją działalność, gdyż staje się ona mniej opłacalna lub unikają płacenia podatków, np. przechodząc do „szarej strefy”. Zależność tę opisuje tzw. krzywa Laffera.



41. (2 pkt) Gdy elastyczność mieszana jest dodatnia, to:

- a) **mamy do czynienia z dobrami substytucyjnymi,**
- b) mamy do czynienia z dobrami komplementarnymi,
- c) przy wzroście ceny danego dobra rośnie jego konsumpcja,
- d) przy wzroście ceny danego dobra maleje jego konsumpcja.

Elastyczność mieszana popytu to stosunek zmiany popytu na jedno dobro do zmiany ceny drugiego dobra. Jeżeli np. popyt na dobro pierwsze wzrasta przy wzroście ceny dobra drugiego (mieszana elastyczność jest dodatnia), to te dobra są substytutami.

42. (2 pkt) Prawo Greshama:

- a) **mówi, że gdy w obiegu są dwa rodzaje pieniądza, to gorszy wypiera lepszy,**

- b) zostało opracowane w Wielkiej Brytanii pod koniec XIX wieku w celu jeszcze większej liberalizacji gospodarki tego państwa,
- c) mówi, że przy ciągłym zwiększaniu nakładów czynników wytwórczych rośnie produkcja,
- d) mówi, że ciągle zwiększanie nakładów czynników wytwórczych doprowadza do zwiększenia popytu.

Prawo Greshama to zasada mówiąca, że jeśli jednocześnie istnieją dwa rodzaje pieniądza, ale jeden z nich jest postrzegany jako lepszy, to „lepszy” pieniądz będzie gromadzony, a w obiegu pozostanie głównie pieniądz „gorszy”.

43. (2 pkt) Etatyzm:

- a) to działalność gospodarcza państwa wspierająca rozwój sektora prywatnego, a zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw,
- b) to działalność gospodarcza państwa polegająca na zakładaniu przedsiębiorstw państwowych oraz regulowaniu życia gospodarczego za pomocą środków administracyjnych,**
- c) to nurt ekonomiczny charakterystyczny obecnie dla krajów Europy Zachodniej,
- d) to inaczej leseferyzm.

Etatyzm jest doktryną uznającą konieczność ingerencji państwa w gospodarkę. Według tej koncepcji państwo podejmuje strategiczne decyzje rozwojowe mając na celu zapewnienie każdemu obywatelowi godziwego wynagrodzenia za gwarantowaną pracę. Etatyzm ogranicza konkurencję i wymianę międzynarodową – blokada rynku krajowego na ma celu ochronę krajowych przedsiębiorstw. Etatyzm nie jest nurtem charakterystycznym obecnie dla krajów Europy Zachodniej, gdzie nadrzędną wartością jest wolność gospodarcza realizowana w warunkach konkurencji rynkowej. Leseferyzm to pogląd głoszący nieograniczoną wolność jednostki. Leseferyzm jest znacznie bliższy doktrynie liberalnej niż etatystycznej.

44. (2 pkt) Przedsiębiorca lokuje swoje wolne środki finansowe na 2-letniej lokacie o oprocentowaniu 10% rocznie. Odsetki są dopisywane na koniec każdego roku. Po dwóch latach otrzyma:

- a) 110% wkładu,
- b) 120% wkładu,
- c) 121% wkładu,**
- d) 130% wkładu.

Po pierwszym roku otrzyma 110% wkładu. Po drugim roku 10% odsetek zostanie naliczone od posiadanego wkładu, czyli otrzyma $110\% \times 1,1$ posiadanego wkładu = 121% wkładu.

45. (2 pkt) W skład Komisji Trójstronnej nie wchodzi:

- a) prezydent,**
- b) przedstawiciele pracodawców,

- c) reprezentacja rządu,
- d) reprezentacja pracobiorców.

Organizacyjnym trzonem dialogu społecznego w Polsce jest Trójstronna Komisja ds. Społeczno-Gospodarczych, zwana skrótowo Komisją Trójstronną. Członkami Komisji Trójstronnej są: przedstawiciele rządu, imiennie wskazani przez premiera, przedstawiciele reprezentatywnych organizacji związkowych oraz przedstawiciele reprezentatywnych organizacji pracodawców. W chwili obecnej ze strony związkowej członkami KT są: NSZZ „S”, OPZZ i Forum ZZ a ze strony pracodawców: Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych, Konfederacja Pracodawców Polskich, Związek Rzemiosła Polskiego oraz Business Centre Club. W obradach KT mogą także brać udział z głosem doradczym inne podmioty:

- powołani przez premiera przedstawiciele samorządu terytorialnego,
- powołani przez premiera przedstawiciele NBP i GUS,
- zaproszeni przez podmioty-członków KT przedstawiciele administracji rządowej i samorządowej oraz niereprezentatywnych organizacji pracodawców i związkowych,
- zaproszeni przez podmioty-członków KT przedstawiciele organizacji zawodowych i społecznych³.

46. (2 pkt) W środę 1 marca 2006 roku, na zamknięciu notowań na warszawskiej GPW indeks WIG 20 osiągnął wartość z przedziału:

- a) (0–2.000> punktów,
- b) (2.000–2.400> punktów,
- c) (2.400–2.800> punktów,
- d) **powyżej 2.800 punktów.**

Każdy przedsiębiorca i każda osoba zainteresowana gospodarką powinna orientować się w wartościach WIG-u 20, gdyż jest to bardzo ważny wskaźnik koniunktury gospodarczej. Na podstawie analizy WIG-u 20 możemy przewidywać, w jakiej fazie cyklu koniunkturalnego znajdzie się gospodarka w najbliższym czasie i na tej podstawie podejmować decyzje biznesowe.

47. (2 pkt) Przykładem powiązania kontraktowego nie jest:

- a) franczyza,
- b) **holding,**
- c) porozumienie handlowe,
- d) umowa handlowa.

Każda działalność gospodarcza wymaga kontaktów przedsiębiorstwa z dostawcami i odbiorcami w ramach struktur kontraktowych. Struktury kontraktowe są to struktury składające się z samodzielnych prawnie, niezależnych organizacyjnie i kapitałowo podmiotów gospodarczych w postaci różnych rodzajów przedsiębiorstw, które ze sobą współpracują. Przykładem takiego powiązania może być porozumienie joint venture, franczyza (franchising), umowy handlowe, konsorcja, licencje, wspólnoty interesów. [Na temat holdingu czytaj więcej w komentarzu do pytania nr 32 z testu eliminacji szkolnych.]

³ Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, <http://www.mpips.gov.pl/index.php?gid=729>, [12.07.2006].

48. (2 pkt) Które z przedsiębiorstw nie stosuje strategii naśladowcy rynkowego według Kotlera?
- a) klon,
 - b) specjalista,**
 - c) imitator,
 - d) usprawniacz.

Patrz komentarz do pytania 31 z testu eliminacji szkolnych.

49. (2 pkt) Aby podnieść dochodowość produktu, należy:
- a) podnieść cenę lub obniżyć koszty zmienne,**
 - b) obniżyć koszty stałe,
 - c) obniżyć cenę i zwiększyć sprzedaż,
 - d) obniżyć koszty zmienne i zwiększyć sprzedaż.

Dochodowość produktu to zdolność do generowania dochodu przedsiębiorstwa wraz z każdą sprzedaną jednostką produktu. Aby ją zwiększyć, należy podnieść cenę (przy niezmiennych kosztach) lub obniżyć koszty zmienne (przy niezmienniej cenie). Nie trzeba w tym celu zwiększać sprzedaży. Obniżenie kosztów stałych oraz obniżenie ceny przy jednoczesnym zwiększeniu sprzedaży może doprowadzić do zwiększenia wyniku finansowego (dochodu) przedsiębiorstwa, ale nie jest to związane z dochodowością produktu.

50. (2 pkt) Udział wydatków na żywność w Polsce obecnie wynosi około:
- a) 50%,
 - b) 35%,
 - c) 30%,
 - d) 25%.**

Udział wydatków na żywność w strukturze wydatków gospodarstwa domowego jest ważnym wskaźnikiem zamożności społeczeństwa. Im społeczeństwo jest uboższe, tym więcej swoich dochodów przeznacza na zaspokojenie podstawowych potrzeb związanych z dostarczaniem organizmowi wymaganych do przetrwania wartości odżywczych. W krajach najbogatszych wskaźnik ten wynosi kilka procent. W krajach najbiedniejszych może dochodzić do 100% (a i tak podstawowe potrzeby nie są zaspokojone).

Studia przypadków do zadań grupowych z komentarzami

Kryteria oceny przypadków

Uczniowie w grupach przygotowywali pisemne rozwiązanie wybranych 3 z 5 zadań sytuacyjnych (rozwiązanie każdego przypadku opisywali na 1 kartce papieru). Dodatkowo jedno wybrane rozwiązanie prezentowali przed Komisją (do prezentacji mogli wykorzystać papier flipchartowy).

Prace były oceniane według następujących kryteriów:

3 przypadki pisemne (za każdy przypadek maksymalnie 16 punktów):

lp	kryterium	liczba punktów
1	pomysłowość	2
2	realność	2
3	kompleksowość	2
4	diagnozowanie	3
5	umiejętność wnioskowania	2
6	szczegółowość	2
7	wykorzystanie wiedzy teoretycznej	3

Kryteria oceny prezentacji (maksymalnie 7 punktów)

lp	kryterium	liczba punktów
1	logiczność wypowiedzi	1
2	struktura wypowiedzi	1
3	precyzyjność wypowiedzi	1
4	atrakcyjność prezentacji	1
5	zwięzłość (zmieszczenie się w czasie)	1
6	argumentacja	1
7	podział ról zespołu	1

Przypadek A

Jesteście członkami zarządu czterdziestoosobowej firmy zajmującej się wdrażaniem rozwiązań informatycznych dla instytucji finansowych. Firma rozwija się bardzo dynamicznie i choć działa na rynku dopiero od czterech lat, zdążyła już zrealizować kilka bardzo prestiżowych kontraktów oraz pozyskać grupę stałych klientów.

Pierwsze dwa miesiące 2006 roku wskazują, że kolejny rok zakończy się również bardzo pomyślnie. Wartość portfela zamówień na 2006 rok najprawdopodobniej będzie o 15% wyższa niż w roku ubiegłym.

Przeprowadzone pod koniec 2005 roku badanie opinii pracowników wykazało, że blisko 1/2 pracowników nie czuje żadnego związku z firmą i narzeka na atmosferę w pracy, a 25% pracowników zadeklarowało chęć zmiany pracy w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Najczęściej pojawiającymi się przyczynami niezadowolenia były:

- brak motywacji do pracy,
- małe perspektywy rozwoju,
- brak możliwości realizacji własnych pomysłów.

Waszym zadaniem jest zaproponowanie działań, które doprowadzą do większego zaangażowania pracowników w firmę.

Odpowiadając na to pytanie, należało:

1. zdiagnozować obecną sytuację przedsiębiorstwa;
2. określić przyczyny zaistniałej sytuacji;
3. określić konsekwencje sytuacji dla przedsiębiorstwa;
4. zaproponować konkretne działania zmierzające do poprawy sytuacji;
5. przedstawić plan wprowadzenia proponowanych działań;
6. określić bariery wprowadzanych rozwiązań;
7. zdefiniować sposoby pomiaru.

Przykładowe rozwiązanie szczegółowe propozycji konkretnych działań zmierzających do poprawy sytuacji.

W celu zwiększenia zaangażowania w pracę należy – wspólnie z pracownikami jasno określić cele, które mają realizować. W przypadku pracowników na kluczowych stanowiskach trzeba określić ścieżkę kariery zawodowej, zagwarantować korzystny klimat nastawiony na współpracę, zmienić organizację pracy przez stworzenie zespołów zadaniowych, które odpowiadałyby za realizację określonych przedsięwzięć. Dobrze byłoby wprowadzić umiarkowaną konkurencję między pracownikami, co zagwarantuje zwiększenie dynamizmu pracowników. Menedżer natomiast powinien pełnić rolę doradcy i koordynatora.

Przypadek B

Alfa Veg jest niewielkim przedsiębiorstwem specjalizującym się w produkcji mrożonej żywności. Właściciel firmy zastanawia się, w jaki sposób będzie kształtował się popyt na jego produkty w najbliższych latach i w związku z tym zwrócił się do Was z prośbą o przygotowanie analizy makrootoczenia dla sektora, w którym prowadzi działalność.

Waszym zadaniem jest przygotowanie analizy z wykorzystaniem poniższej tabelki.

zjawiska	rodzaj otoczenia	wpływ na popyt na mrożoną żywność	działania przystosowawcze
	ekonomiczne		
	społeczne		
	technologiczne		
	prawne i polityczne		
	międzynarodowe		
	demograficzne		



Zadaniem uczniów było wypełnienie tabelki.

Przykładowe rozwiązanie dla otoczenia społecznego:

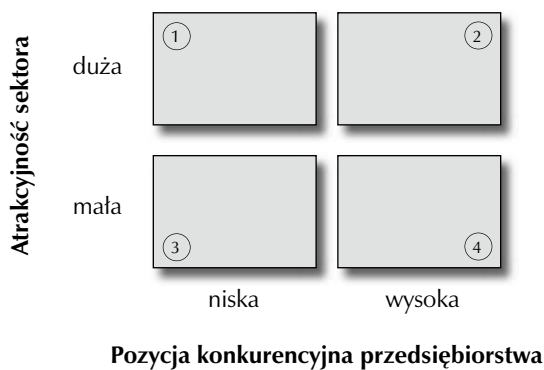
Czynniki społeczne wpływające na wzrastające zapotrzebowanie na mrożoną żywność:

- Zmienione postawy kobiet i wobec kobiet:
 - więcej pracujących małżeństw,
 - wyższy poziom wykształcenia,
 - silniejsza orientacja karierowa kobiet,
 - więcej kobiet czynnych zawodowo,
 - późniejszy wiek zawierania małżeństw,
 - więcej rozwodów;
- coraz większe wymagania klientów co do jakości mrożonej żywności;
- zmiana stylu życia – coraz mniej czasu na przygotowywanie tradycyjnych posiłków;
- postawy ekologiczne (mrożona żywność oszczędzająca energię, mrożona żywność zachowująca wartości spożywcze).

Przypadek C

Holding Alfa posiada 4 spółki prowadzące działalność w czterech różnych branżach. Na rysunku przedstawiono pozycję konkurencyjną każdej ze spółek holdingu wraz z atrakcyjnością sektora, w którym prowadzi działalność.

Waszym zadaniem jest opracowanie wskazówek dla każdej ze spółek holdingu dotyczących ich dalszego funkcjonowania w danym sektorze.



Odpowiadając na to pytanie należało:

1. zdiagnozować obecną sytuację holdingu;
2. zdiagnozować sytuację każdej ze spółek holdingu;
3. przedstawić rekomendacje dla każdej ze spółek holdingu odnośnie przyszłego funkcjonowania;
4. przedstawić uzasadnienie do rekomendacji;
5. ocenić sytuację holdingu po dokonanych zarekomendowanych zmianach w spółkach córkach.

Przykładowe rekomendacje dla każdej ze spółek holdingu:

1 – Spółka działająca w atrakcyjnym sektorze, ale o niskiej pozycji konkurencyjnej.

Rekomendacja: zostawić spółkę w portfelu ale wzmocnić jej pozycję konkurencyjną (np. poprzez dokapitalizowanie).

2 – Spółka działająca w atrakcyjnym sektorze i o wysokiej pozycji konkurencyjnej – najłatwiejsza sytuacja dla zarządzających. Spółka ze względu na mocną pozycję i atrakcyjny sektor, w którym prowadzi działalność będzie generowała holdingowi stabilne zyski.

Rekomendacja: zostawić spółkę w portfelu, nie ma potrzeby wzmacniać jej pozycji konkurencyjnej – generowane środki finansowe lepiej przeznaczyć na wzmocnienie spółki 1.

3 – Spółka bez perspektyw. Rekomendacja: pozbyć się (jeżeli znajdzie się chętny nabywca, to sprzedać, jeżeli nie – sprzedać poszczególne składniki majątku), a uzyskane środki finansowe przeznaczyć np. na wzmocnienie pozycji konkurencyjnej spółki 1.

4 – Spółka o bardzo mocnej pozycji, ale sektor bez perspektyw.

Rekomendacja: jeżeli spółka posiada pozycję lidera, będzie przynosiła zyski najdłużej spośród wszystkich obecnych w sektorze – zostawić w portfelu, ale nie wzmacniać pozycji konkurencyjnej (nie inwestować w rozwój).

Przypadek D

Paulina Nowak jest absolwentką liceum plastycznego. Przez jakiś czas pracowała w agencji reklamowej, jednak po pewnym czasie zdecydowała otworzyć własną firmę. Jej pomysłem jest oferowanie przez sklep internetowy własnoręcznie zaprojektowanych nadruków na koszulki.

Paulina sporządziła biznes plan dla swojego przedsięwzięcia. Przeanalizowała potencjalne szanse oraz zagrożenia i wyszło jej, że pomysł ma duże szanse na odniesienie sukcesu. Niestety, zgromadzone przez nią oszczędności nie są wystarczające do uruchomienia firmy – brakuje około 40% środków finansowych. Paulina zwróciła się do Was z prośbą o doradztwo, w jaki sposób może uzyskać brakujące środki finansowe.

Waszym zadaniem jest przedstawienie różnych źródeł finansowania działalności Pauliny wraz z oceną każdego ze źródeł oraz wybór jednego, które Waszym zdaniem jest najlepsze.

Zadaniem uczniów było rozróżnienie źródeł finansowania działalności gospodarczej ze względu na kryterium dostępności, ryzyka i kosztów.

Przykładowe rozwiązanie powinno omówić przynajmniej następujące źródła finansowania:

- kredyt,
- pożyczka od znajomych,
- dotacja z UE,
- znalezienie inwestora strategicznego,
- wspólnik,
- fundusze *venture capital*,
- fundusze *business angels*.

W rozwiązaniu powinien się znaleźć krótki opis każdego ze źródeł wraz z oceną dostępności, ryzyka i kosztów z punktu widzenia działalności Pauliny (a nie z punktu widzenia ogólnych wad i zalet każdego rozwiązania).

Przypadek E

Dealer samochodów osobowych w Polsce zwrócił się do Was z prośbą o pomoc w określeniu, jakie czynniki decydują o sukcesie w jego branży.

Waszym zadaniem jest ustalenie (wraz z uzasadnieniem) najważniejszych czynników sukcesu dla sektora sprzedaży nowych samochodów w Polsce w 2006 roku.

Odpowiadając na to pytanie, należało:

1. omówić metodę Kluczowych Czynników Sukcesu jako narzędzie analizy strategicznej;
2. przedstawić listę Kluczowych Czynników Sukcesu wraz z uzasadnieniem;
3. określić wagi dla Kluczowych Czynników Sukcesu wraz z uzasadnieniem;
4. przedstawić przykładową operacjonalizację (na jakiej podstawie dokonywana byłaby ocena) dla każdego kryterium.

Przykładowa lista Kluczowych Czynników Sukcesu:

- znajomość marki (ile procent respondentów spontanicznie wymienia markę);
- wysokość kosztów eksploatacji (zużycie paliwa, awaryjność, koszty przeglądów, części zamiennych itp.);
- cena produktów;
- skuteczność reklamy (czy marka produktu budzi u konsumenta właściwe skojarzenia, czy kampania reklamowa przekłada się na wzrost sprzedaży);
- poziom rozwoju sieci serwisu (czy serwis jest dostępny w każdym dużym mieście, ile trzeba czekać na przegląd, naprawę itp.);
- poziom rozwoju sieci dystrybucji (dostępność punktów sprzedaży);
- szerokość asortymentu (oferowane produkty w różnych segmentach);
- dostęp do kapitału (czy możliwe jest uzyskanie wsparcia finansowego ze strony centrali);
- kompetencje pracowników (pracownicy obsługi klienta, pracownicy serwisowi);
- gwarancje (na jak długo jest przyznawana);
- oferta kredytowa dla klientów (czy wprowadzono preferencyjne warunki kredytowania zakupu).

Test z zawodów centralnych z komentarzami

1. (1 pkt) Stosowany w marketingu podział rynku na oddzielne grupy nabywców, którzy mogą wymagać oddzielnych produktów i (lub) oddzielnych instrumentów marketingu mix to:
- a) dyferencjacja,
 - b) dywersyfikacja,
 - c) **segmentacja,**
 - d) strategia push and pull.

Segmentacja rynku polega na podziale rynku na mniejsze części, które różnią się między sobą (np. innymi oczekiwaniami klientów, innymi oferowanymi produktami). Głównym celem segmentacji jest analiza struktury rynku i wybór najlepszej pozycji dla oferowanych przez przedsiębiorstwo produktów. Najpopularniejszym podziałem rynku jest podział na 3 segmenty: *premium* (luksusowe), podstawowy (średnia cena i średnia jakość) oraz *economy* (dolna półka – produkty tanie).

2. (1 pkt) Wysokość zysku przypadającego na pojedynczego akcjonariusza w spółce akcyjnej uzależniona jest od:
- a) liczby głosów na WZA,
 - b) **liczby posiadanych akcji,**
 - c) oceny Zarządu spółki,
 - d) oceny Rady Nadzorczej spółki.

Dywidenda wypłacana jest z części zysku netto przeznaczonej dla akcjonariuszy. Wypłacana jest proporcjonalnie do liczby posiadanych akcji (ustala się, ile wynosi dywidenda na jedną akcję).

3. (1 pkt) Która działalność gospodarcza nie wymaga uzyskania koncesji?
- a) ochrona osób i mienia,
 - b) przewozy lotnicze,
 - c) dystrybucja energii elektrycznej,
 - d) **prowadzenie biura podatkowego.**

Państwo reguluje kluczowe sfery działalności gospodarczej między innymi poprzez przyznawanie koncesji na prowadzenie określonej aktywności gospodarczej. Szczegółowy spis działalności objętych obowiązkiem uzyskania koncesji zawiera Ustawa o swobodzie gospodarczej z 2 lipca 2004., art. 46:

1. Uzyskania koncesji wymaga wykonywanie działalności gospodarczej w zakresie:

- 1) poszukiwania lub rozpoznawania złóż kopalin, wydobywania kopalin ze złóż, bezzbiornikowego magazynowania substancji oraz składowania odpadów w górotworze, w tym w podziemnych wyrobiskach górniczych;
- 2) wytwarzania i obrotu materiałami wybuchowymi, bronią i amunicją oraz wyrobami i technologią o przeznaczeniu wojskowym lub policyjnym;
- 3) wytwarzania, przetwarzania, magazynowania, przesyłania, dystrybucji i obrotu paliwami i energią;
- 4) ochrony osób i mienia;



- 5) rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych;
- 6) przewozów lotniczych¹.

4. (1 pkt) Koncepcja objaśniająca zachowania człowieka jako reakcje na bodźce płynące z otoczenia nazywana jest koncepcją:
- a) psychodynamiczna,
 - b) poznawczą,
 - c) **behawioralną,**
 - d) koncepcją XYZ.

Znajomość podstawowych psychologicznych teorii osobowości człowieka jest niezbędna każdemu przedsiębiorcy, który zatrudnia innych pracowników. Dzięki temu może on łatwiej realizować funkcje kierownicze związane z zasobami ludzkimi. Według koncepcji psychodynamicznej człowiekiem nie można kierować z zewnątrz, a jedynie wzmacniać popędy pozytywne. Koncepcja poznawcza traktuje człowieka jako istotę wolną, rozumną i kierującą się racjonalnością (która podejmuje najlepsze dla siebie decyzje). Według koncepcji behawioralnej zachowanie człowieka jest wynikiem oddziaływania bodźców zewnętrznych (na człowieka można wpływać „odpowiednio go trenując”). Odpowiedź d jest połączeniem trzech koncepcji: X, Y i Z dotyczących postaw i natury pracownika w przedsiębiorstwie.

5. (1 pkt) W ciągu pierwszych minut rozmowy opinię o rozmówcy wyrabia się przede wszystkim na podstawie:
- a) **mimiki i gestów,**
 - b) tego, co się mówi,
 - c) brzmienia głosu,
 - d) charakteru danej osoby.

Pierwsze wrażenie i pierwsze opinie na temat nowo poznanej osoby wyrabiamy sobie głównie na podstawie analizy mimiki twarzy i gestów (komunikacji niewerbalnej). Znacznie mniejsze znaczenie ma to, co się mówi oraz tembr głosu. W późniejszym czasie, w miarę poznawania drugiej osoby, proporcje odwracają się. W ciągu pierwszych minut rozmowy nie jesteśmy w stanie ocenić charakteru osoby.

6. (1 pkt) W spółce komandytowej podmiotem odpowiadającym za zobowiązania spółki bez ograniczeń jest:
- a) komandytariusz,
 - b) interesariusz,
 - c) notariusz,
 - d) **komplementariusz.**

Patrz komentarz do pytania nr 17 z testu eliminacji szkolnych.

¹ http://ks.sejm.gov.pl/proc4/ustawy/2118_u.htm, [12.07.2006].

7. (1 pkt) Organem powołującym Radę Nadzorczą w spółce akcyjnej jest:

- a) Zarząd,
- b) minister skarbu,
- c) **Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy,**
- d) dyrektor generalny.

Rada Nadzorcza jest organem obowiązkowo powoływanym w spółce akcyjnej. Do jej zadań należy sprawowanie nadzoru nad działalnością spółki we wszystkich obszarach jej funkcjonowania, a w szczególności ocena sprawozdań zarządu z działalności spółki oraz ocena wniosków zarządu odnośnie sposobu podziału osiągniętych w spółce zysków. Rada Nadzorcza może również w uzasadnionych przypadkach zawieszać zarząd i przejmować obowiązki zarządu na czas zawieszenia (do trzech miesięcy). W skład Rady Nadzorczej wchodzi przynajmniej 3 członków (w spółkach publicznych RN liczy przynajmniej 5 członków) powoływanych przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy na pięcioletnią kadencję.

8. (1 pkt) Który z podmiotów nie należy do otoczenia konkurencyjnego?

- a) dostawcy,
- b) konkurenci,
- c) klienci,
- d) **państwo.**

Otoczenie konkurencyjne to bliższe otoczenie przedsiębiorstwa (rysunek do pytania nr 25 z testu eliminacji szkolnych), które jest specyficzne dla każdego sektora. Przedsiębiorca analizując otoczenie konkurencyjne powinien przeanalizować dostawców, nabywców (klientów), obecnych konkurentów, prawdopodobieństwo pojawienia się potencjalnych nowych konkurentów oraz groźbę pojawienia się substytutów.

9. (1 pkt) Strategia, która określa liczbę i rodzaj sektorów działalności przedsiębiorstwa, charakter stosowanej technologii, docelowe grupy nabywców, zasięg geograficzny sprzedaży oraz pożądany poziom efektywności realizowanych działań to:

- a) **strategia rozwoju,**
- b) strategia konkurencji,
- c) strategia operacyjna,
- d) strategia funkcjonalna.

Strategia konkurencji określa, w jaki sposób (przy wykorzystaniu jakich przewag konkurencyjnych) przedsiębiorstwo zamierza wyróżniać się na rynku. Strategia operacyjna określa, w jaki sposób przedsiębiorstwo będzie wykonywało swoją bieżącą działalność podstawową. Strategia funkcjonalna określa, w jaki sposób przedsiębiorstwo będzie realizowało swoje zadania w podziale na poszczególne obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa. Strategia rozwoju jest pojęciem najszerszym, niejako zawierającym w sobie pozostałe, bardziej szczegółowe strategie. Strategia konkurencji, operacyjna bądź funkcjonalna wynikają z przyjętej strategii rozwoju.

10. (1 pkt) Który indeks dotyczy średnich spółek giełdowych?

- a) WIG20,
- b) TechWIG,
- c) **MIDWIG,**
- d) WIRR.

Indeks giełdy to miernik zmian cen instrumentów finansowych obejmujący wszystkie instrumenty danego typu lub ich wybraną grupę. Indeks giełdowy informuje w sposób syntetyczny o sytuacji na giełdzie, stanowi punkt odniesienia przy ocenie efektywności inwestowania.

MIDWIG opisuje stan koniunktury co najwyżej 40 średnich spółek giełdowych z rynku podstawowego (indeks cenowy)

11. (1 pkt) Podmiotem, który organizuje, prowadzi i nadzoruje system zapewniający prowadzenie depozytu papierów wartościowych, rozliczanie transakcji zawieranych w obrocie papierami wartościowymi i realizację zobowiązań emitentów wobec właścicieli papierów wartościowych jest:

- a) Giełda Papierów Wartościowych,
- b) **Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych,**
- c) Komisja Papierów Wartościowych i Giełd,
- d) Sąd Gospodarczy.

Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. jest w Polsce centralną instytucją odpowiedzialną za prowadzenie i nadzorowanie systemu depozytowo-rozliczeniowego w zakresie obrotu papierami wartościowymi. Obrót ten odbywa się w oparciu o zasadę całkowitej dematerializacji papierów wartościowych.

Do podstawowych zadań KDPW należy:

- rozliczanie transakcji zawartych na publicznym rynku papierów wartościowych;
- przechowywanie papierów wartościowych dopuszczonych do publicznego obrotu;
- realizacja zobowiązań emitentów wobec właścicieli papierów wartościowych;
- nadzór nad zgodnością wielkości emisji papierów wartościowych znajdujących się w obrocie;
- zarządzanie Funduszem Rozliczeniowym;
- obsługa wypłat transferowych między OFE w wyniku zmiany członkostwa jednego z uczestników systemu;
- prowadzenie Funduszu Gwarancyjnego tworzonego z wpłat PTE;
- rozliczanie transakcji terminowych na rynku prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz Centralną Tabelę Ofert;
- obsługa Systemu Rekompensat.

Do zadań Komisji Papierów Wartościowych i Giełd należy:

- podejmowanie działań służących prawidłowemu funkcjonowaniu rynku kapitałowego;
- sprawowanie nadzoru nad działalnością podmiotów nadzorowanych oraz wykonywaniem przez te podmioty obowiązków związanych z ich uczestnictwem w obrocie na rynku kapitałowym, w zakresie określonym przepisami prawa;
- podejmowanie działań edukacyjnych i informacyjnych w zakresie funkcjonowania rynku kapitałowego;
- wykonywanie innych zadań określonych ustawami.

Do zadań Komisji należy również przygotowywanie projektów aktów prawnych związanych z funkcjonowaniem rynku kapitałowego. Komisja może występować do właściwych organów z wnioskami o wydanie lub zmianę przepisów wykonawczych przewidzianych przepisami ustaw. Komisja wydaje „Dziennik Urzędowy Komisji Papierów Wartościowych i Giełd” na zasadach określonych w odrębnych przepisach. Komisja jest również organem nadzoru nad rynkiem instrumentów finansowych będących przedmiotem ubiegania się o dopuszczenie do obrotu na takim rynku, a w rozumieniu aktów prawnych wydawanych przez instytucje i organy Unii Europejskiej Wypełniając swoje zadania, nadzorowi KPWiG podlegają podmioty prowadzące działalność na rynku kapitałowym na podstawie zezwoleń Komisji lub innego właściwego organu administracji, oraz inne podmioty w zakresie, w jakim ciążą na nich określone w odrębnych przepisach obowiązki związane z uczestnictwem w tym rynku².

12. (1 pkt) Zyski i straty z tytułu inwestycji w kontrakty terminowe naliczane są w biurach maklerskich:
- a) codziennie po zakończeniu sesji,**
 - b) raz na tydzień, po zakończeniu sesji w piątek,
 - c) po wygaśnięciu kontraktu,
 - d) co drugi dzień.

Istotną cechą kontraktów terminowych występujących na giełdzie jest codzienne rozliczanie tych kontraktów za pomocą procedury nazwanej *marketing to market* lub codziennymi rozrachunkami rynkowymi.

13. (1 pkt) Akcja jest:
- a) papierem dłużnym,
 - b) papierem udziałowym,**
 - c) instrumentem pochodnym,
 - d) żadna odpowiedź nie jest prawidłowa.

Posiadacz akcji, zwany akcjonariuszem, jest współwłaścicielem podmiotu emitującego akcje, tj. spółki akcyjnej. Akcjonariusz posiada korzyści z rozwoju przedsiębiorstwa lub ponosi konsekwencje jego upadku.

Oprócz prawa własności, kupujący akcje, nabywa kilka innych praw:

- prawo głosu na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy,
- prawo do dywidendy, inaczej: prawo do udziału w zyskach spółki,
- prawo poboru, czyli prawo do zakupu akcji nowej emisji,
- prawo do udziału w masie likwidacyjnej,
- prawo do kontroli zarządzania spółką.

14. (1 pkt) Który z poniższych poglądów jest słuszny?
- a) biznes i moralność wykluczają się,
 - b) biznes powinien uwzględniać wymogi moralne,**

² www.kpwig.gov.pl, [12.07.2006].

- c) moralność człowieka biznesu jest wyznaczana przez cele biznesowe,
- d) wszystkie te poglądy są słuszne.

Poglądy, że sfery moralności i biznesu są rozłączne i zasadniczo skonfliktowane, lub że sfera etyki powinna podlegać dyrektywom czysto gospodarczym był charakterystyczny dla pierwszej fazy dyskusji o etyce biznesu. Wraz z powstaniem i powszechnym przyjęciem doktryny o społecznej odpowiedzialności biznesu uznaje się, że jest słuszne i korzystne, aby podmioty gospodarujące włączały normy etyczne do zasad swego działania.

15. (1 pkt) Przedsiębiorca ma kłopoty z uzyskaniem kredytu w banku. Aby uzyskać przychylną decyzję, funduje mu wyjazd zagraniczny. Ten czyn to:
- a) udzielanie prowizji,
 - b) korupcja,**
 - c) płatna protekcja,
 - d) opłata za usługę.

Korupcja (łac. *corruptio* – zepsucie, przekupstwo) to porozumienie dwu stron: korumpowanej, która za otrzymaną gratyfikację zobowiązuje się dokonać pewnego nadużycia posiadanej władzy (np. złamania zasady równej konkurencji lub przepisów udzielania kredytów) oraz korumpującej, która dzięki temu uzyska pewne korzyści. Forma gratyfikacji tzw. „łapówka” może być rozmaita: od pieniędzy, poprzez podarunki materialne, w tym atrakcyjne wyjazdy zagraniczne np. wypoczynkowe.

16. (1 pkt) Członkowie komisji konkursowej rozstrzygającej o zatrudnieniu na stanowisko dyrektora dużej firmy otrzymali od przedstawicieli władz lokalnych popierających jednego z kandydatów, obietnicę korzyści finansowych przy jego wyborze. Ten czyn to:
- a) udzielanie prowizji,
 - b) korupcja,
 - c) płatna protekcja,**
 - d) opłata za usługę.

Protekcja (łac. *protectio* – przykrycie, obrona, pomoc) to taka forma nagannych działań, która polega na promowaniu przez osobę wpływową (np. przedstawiciela lokalnych władz) kariery innej osoby za określone korzyści. Taka płatna protekcja narusza zasadę równości szans życiowego i zawodowego awansu.

17. (1 pkt) Zasady uczciwej i równej walki konkurencyjnej mają sprzyjać równości szans podmiotów uczestniczących w grze rynkowej. Które z poniższych zjawisk zagrażają równości szans?
- a) dostępność informacji,
 - b) przejrzystość podmiotów gospodarczych,
 - c) szpiegostwo gospodarcze,**
 - d) jawność kryteriów w konkursach i przetargach.

Szpiegostwo gospodarcze to działanie, które polega na wykorzystywaniu na potrzeby własnej firmy informacji o metodach, technologiach i innych aspektach działalności gospodarczej innej firmy bez jej zgody i wiedzy. Informacje takie czasem są uzyskiwane od nielojalnych pracowników tej firmy, ale także od jej lojalnych kontrahentów i klientów, poza ich świadomością, np. podczas spotkań towarzyskich. Dostępność informacji, przejrzystość i jawność procedur sprzyjają uczciwej i równej walce konkurencyjnej.

18. (1 pkt) Zasady uczciwej i równej walki konkurencyjnej mają sprzyjać równości szans podmiotów uczestniczących w grze rynkowej. Które z poniższych zjawisk zapewniają równość szans?
- wybieranie najlepszych ofert w konkursach i przetargach,**
 - wybieranie najtańszych ofert w konkursach i przetargach,
 - utrudnianie faz negocjacji,
 - sztuczna konkurencja.

Prawdziwie trudny wybór jest pomiędzy odpowiedziami a i b. Wybranie oferty najtańszej pozwala wykorzystać fakt, że cena ma walor czynnika obiektywnego. Jednakże kierowanie się wyłącznie ceną oznaczałoby wyeliminowanie z konkurencji takich znamion oferty, jak jakość oferowanych produktów czy usług, dostosowanie ich do potrzeb klienta itp. Mogłoby owocować sztucznym zaniżaniem ceny (do dumpingu włącznie), ofertą tanią, ale niskiej jakości itd. Zatem opcja wyboru najlepszej oferty w konkursach i przetargach, choć obarczona zagrożeniem subiektywizmu oceny, najlepiej sprzyja uczciwej walce konkurencyjnej.

19. (1 pkt) Zasady uczciwej i równej walki konkurencyjnej mają sprzyjać równości szans podmiotów uczestniczących w grze rynkowej. Które z poniższych zjawisk nie zagrażają tej równości szans?
- udzielanie prowizji,**
 - szpiegostwo gospodarcze,
 - sztuczna konkurencja,
 - płatna protekcja.

Odpowiedzi b, c i d mówią o jawnych patologiach działalności gospodarczej (patrz omówienia odpowiedzi powyżej), pozostaje więc rozważenie, czy udzielanie prowizji nie narusza zasad etyki biznesu. Prowizja jest powszechnie przyjętą i jawną formą zapłaty, której wysokość jest proporcjonalna do ceny sprzedanego towaru lub wykonanej usługi. Nie można jej uznać za naruszenie zasad uczciwej i równej walki konkurencyjnej: wprost przeciwnie w założeniu ma ona sprzyjać podniesieniu przedsiębiorczości i skuteczności pracowników wedle przejrzystości określonych zasad.

20. (1 pkt) Polska Rada Etyki Mediów w raporcie wydanym 17 stycznia 2006 r. skarciła dziennikarzy za łamanie zasad etycznych, w tym m.in. za niebezpiecznie bliskie kontakty z pracownikami *Public Relations*, z których wielu jest byłymi dziennikarzami oraz za żądania możliwości łączenia pracy dziennikarskiej z pracą rzeczników prasowych różnych instytucji. Realizacją jakiego postulatu etyki mediów jest to orzeczenie Rady?

- a) ograniczenia stosowania technik dziennikarskich w obszarze *Public Relations*,
- b) zachowania dziennikarskiej rzetelności i niezawisłości,**
- c) rozłączności informacji i komentarza dziennikarskiego,
- d) ograniczenia nadmiernych dochodów dziennikarzy (zwłaszcza popularnych).

Dziennikarze są zazwyczaj bardzo biegli w stosowaniu skutecznych metod PR i nader chętnie są wykorzystywani przez firmy i instytucje do takich działań. Kodeks etyki mediów nakazuje dziennikarzom bezwzględna troskę o niezawisłość i rzetelność ich przekazów. Kodeksy zawodowe poszczególnych nadawców dodają do tego zapis o zakazie podejmowania jakiegokolwiek pracy poza macierzystą redakcją, co nie jest przychylnie przyjmowane przez dziennikarzy, bowiem nie pozwala im podejmować dodatkowej i bardzo dobrze płatnej pracy. Niestety, pełnienie funkcji rzecznika jakiegokolwiek firmy czy instytucji oznacza podjęcie zobowiązania do lojalności względem niej i działania na jej korzyść, a to nie pozwala na zachowanie dziennikarskiej niezawisłości i rzetelności oraz mogłoby spowodować powstanie konfliktu interesów, gdyby dziennikarzowi przyszło relacjonować sprawy związane z firmą, w której się dodatkowo zatrudnił. [Patrz także komentarz do pytania nr 24 z testu eliminacji okręgowych.]

21. (1 pkt) Monopol to zjawisko zazwyczaj oceniane negatywnie, jako czynnik zakłócający zasady sprzyjające równości szans podmiotów uczestniczących w grze rynkowej. Bezpieczeństwo obywateli i konieczność uzyskiwania dodatkowych dochodów przez państwo sprawiają, że państwo zachowuje prawo do monopolu na niektóre rodzaje działalności gospodarczej. Które z poniższych działań nie podlegają monopolowi państwa?
- a) wyroby i rozlew spirytusu oraz wódek,
 - b) przetwórstwo i obrót metalami szlachetnymi,
 - c) poszukiwanie i wydobywanie kopalin,
 - d) wytwarzanie i obrót sprzętem medycznym.**

Monopolowi państwa nie podlega wytwarzanie i obrót sprzętem medycznym. Wprawdzie sprzęt ten ma bezpośrednie znaczenie dla bezpieczeństwa obywateli, jeśli bowiem jest wadliwy, może zagrozić ich zdrowiu i życiu, jednakże istnieją skuteczne regulacje zapewniające jego dobrą jakość – inne niż bezpośredni nadzór właścicielski państwa nad ich produkcją.

22. (1 pkt) Ingerencja państwa to czynnik zakłócający zasady równości szans podmiotów uczestniczących w grze rynkowej. Ochrona ekonomiczna obywateli wymagają regulacji państwowych w pewnych sferach działalności ekonomicznej. Które z poniższych działań nie podlegają dodatkowym regulacjom państwowym?
- a) wydawanie gazet i czasopism,**
 - b) prowadzenie domów maklerskich,
 - c) tworzenie banków,
 - d) prowadzenie działalności ubezpieczeniowej.

Media masowe mają niezwykle ważną misję społeczną do wypełnienia. Dlatego nie są uznawane za czysty biznes, zaś ochrona wolności i niezależności wydawców, nadawców i dziennikarzy jest fundamentalną zasadą demokracji. Media mają zagwarantowaną (z reguły konstytucyjnie) niezawisłość od organów państwa, choć niektóre (np. radio i telewizja) miewają organy nadzorcze ustanowione przez państwo. Wydawcy gazet i czasopism nie podlegają takiej ingerencji.

23. (1 pkt) Reklama nie powinna uchybiać godności człowieka. Oznacza to, że wizerunek człowieka w reklamie nie powinien:
- a) ukazywać go w sytuacjach o zabarwieniu erotycznym,
 - b) ukazywać go w sytuacjach ośmieszających,
 - c) ukazywać go w sytuacjach budzących negatywne emocje u odbiorcy,
 - d) ukazywać go w sytuacjach sprowadzających do roli przedmiotu.**

Godność osoby ludzkiej związana jest z jej zdolnością do samodzielnego ustanawiania hierarchii wartości i kierowania się nimi w podejmowanych wyborach – to nazywamy podmiotowością człowieka, to odróżnia go od przedmiotów, które takiej samodzielności nie mają i którymi można się posługiwać bez ich zgody. Sytuacje opisane w odpowiedziach a, b i c nie odnoszą się do takiego ujęcia godności: sytuacje śmieszne, dotyczące życia płciowego czy kontrowersyjne etycznie nie naruszają fundamentalnej godności człowieka – może w nich uczestniczyć jako podmiot.

24. (1 pkt) Badania marketingowe przekraczają granice etycznej dopuszczalności gdy:
- a) prowadzone są w miejscach publicznych,
 - b) prowadzone są za pomocą ankiet rozsyłanych do domów,
 - c) naruszają sferę prywatności badanych osób,**
 - d) prowadzone są za pomocą wyrafinowanych technik badawczych.

Odpowiedzi a, b i d opisują powszechnie stosowane i akceptowane (także z punktu widzenia etyki biznesu) techniki prowadzenia badań marketingowych. Jeśli jednak ankietę w miejscu publicznym, ankietę przesłaną do domu lub wyrafinowany kwestionariusz badania opinii będzie zawierał pytania dotyczące życia osobistego, światopoglądu, orientacji seksualnej lub inne, odczuwane przez osobę badaną jako naruszenie prywatności, które wywołają lęk przed wykorzystaniem odpowiedzi przeciwko niej – wówczas naruszone zostaną granice etycznej dopuszczalności badania.

25. (1 pkt) Profesjonalny menedżer stosuje się do kodeksów etycznych przyjmowanych przez jego firmę. Kodeksy te pomagają mu w pracy, jednakże nie rozwiązują wszystkich problemów. Wskaż, które z poniższych oczekiwań menedżera jest błędne:
- a) kodeksy pozwalają na eliminację konfliktów moralnych,**
 - b) kodeksy wzmacniają własną motywację do kierowania się wartościami etycznymi,
 - c) kodeksy wzmacniają motywację współpracowników do kierowania się wartościami etycznymi,
 - d) kodeksy pozwalają na współuczestniczenie w realizacji celów stawianych przez firmę.

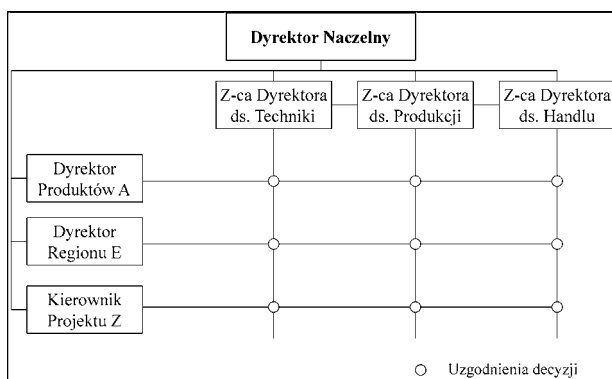
Konflikty moralne, konieczność dokonywania wyborów pomiędzy wchodzącymi w kolizję równocennymi wartościami (pozytywnymi lub negatywnymi) przynależą do samej istoty ludzkiego życia – nie można ich z niego usunąć, chyba że za cenę utraty samostanowienia. Oczekiwanie, że uczyni to jakikolwiek kodeks jest iluzją, „złą wiarą”. Kodeksy mogą co najwyżej dać nam wskazówkę, jak postępować w sytuacji konfliktowej, a poza tym, oczywiście, podnoszą naszą świadomość i motywację etyczną oraz pomagają w realizacji celów stawianych przez firmę.

26. (2 pkt) Która z poniższych sytuacji nie jest sprzeczna z zasadami szeroko pojętej etyki gospodarczej?
- praca w przedsiębiorstwie prowadzącym działalność w krajach rządzonych przez reżimy dyktatorskie,
 - praca w przedsiębiorstwie wytwarzającym produkty szkodliwe dla człowieka,
 - praca w przedsiębiorstwie wykorzystującym niejasne zapisy prawa obowiązującego w kraju jego działalności,**
 - żadna z nich nie jest sprzeczna z zasadami etyki biznesu.

Dwie pierwsze odpowiedzi opisują jawne naruszenia zasad szeroko pojętej etyki gospodarczej, zatem i ostatnia odpowiedź jest błędna. Jak jednak rozumieć odpowiedź c, aby uznać, że wykorzystywanie niejasnych przepisów prawa nie jest sprzeczne z etyką?

Otóż, działanie w warunkach niejasnego prawa może być także etyczne: w krajach gdzie nie ma prawa dotyczącego ochrony pracowników czy środowiska, firma może jednak działać zgodnie z kodeksami etycznymi i *wykorzystywać niejasność prawa* dla dobrych celów tworząc np. nową kulturę pracy i dobre przykłady ochrony środowiska. Konkludując: biznes może wykorzystywać luki prawne dla własnej korzyści z pogwałceniem zasad etycznych – może, ale nie musi, a zatem nie ma nieuchronnej sprzeczności z zasadami etyki gospodarczej, o której mowa w pytaniu.

27. (2 pkt) Jaki rodzaj struktury organizacyjnej przedstawiono na rysunku?



- strukturę poziomą,
- strukturę pionową,
- strukturę macierzową,**
- strukturę tensorową.

Struktura macierzowa to jeden z typów struktury organizacyjnej. Jej cechą jest koordynacja funkcjonowania przedsiębiorstwa w dwóch wymiarach: funkcje–przedmioty, funkcje–terytoria lub przedmioty–terytoria. W strukturach macierzowych oba wymiary koordynacji są równoprawne. Koordynacja realizowana jest na najwyższym szczeblu zarządzania.

28. (2 pkt) Elementem marketingu mix nie jest:

- a) klient,
- b) cena,
- c) promocja,
- d) dystrybucja.

Elementami marketingu mix (4 P) są: *price*, *product*, *placement*, *promotion* (cena, produkt, umiejscowienie na rynku, promocja).

29. (2 pkt) Optymalna i zalecana wartość wskaźnika płynności bieżącej powinna wynosić:

- a) < 0 ,
- b) $< 0,8 ; 1,2 >$,
- c) **$< 1,5 ; 2 >$** ,
- d) 30%.

Wskaźnik płynności bieżącej (*current ratio*) jest podstawowym miernikiem sytuacji płatniczej przedsiębiorstwa. Każde przedsiębiorstwo powinno monitorować możliwość spłacenia swoich zobowiązań poprzez upłynnienie posiadanego majątku obrotowego. Wskaźnik płynności bieżącej informuje, jaki jest stosunek majątku obrotowego do zobowiązań bieżących (zdolność spłaty zobowiązań bieżących majątkiem obrotowym przedsiębiorstwa). Według specjalistów optymalna wartość wskaźnika to 1,5-2,0. Wartość poniżej 1,2 sygnalizuje zagrożenie płynności. Z kolei zbyt wysoka wartość wskaźnika może świadczyć o mało efektywnym wykorzystaniu wolnych zasobów majątku i niewykorzystywaniu dźwigni finansowej.

30. (2 pkt) Przedsiębiorstwo osiągnęło następujące wyniki finansowe:

Przychody ze sprzedaży	10 000
Koszty operacyjne	9 200
Koszty finansowe (odsetki)	300
Zysk do opodatkowania	500
Podatek dochodowy	95
Zysk netto	405

Zysk operacyjny (EBIT) wyniósł:

- a) 405,
- b) 500,
- c) **800,**
- d) 10 000.

Zysk operacyjny = przychody ze sprzedaży – koszty operacyjne. $10\,000 - 9\,200 = 800$

31. (2 pkt) Wskaźnik stopy zwrotu z aktywów ogółem (Return on Total Assets, ROA), oblicza się korzystając z następującej formuły:
- a) zysk netto/przychody ze sprzedaży,
 - b) przeciętny stan aktywów/przychody ze sprzedaży,
 - c) aktywa obrotowe/zobowiązania bieżące,
 - d) **zysk netto/przeciętny stan aktywów.**

Wskaźnik rentowności aktywów (ROA) określa stosunek wielkości zysku netto do wartości zaangażowanego w firmie majątku. Wskaźnik ten informuje o zdolności przedsiębiorstwa do generowania zysku. Im wyższy poziom rentowności aktywów, tym lepsza sytuacja finansowa przedsiębiorstwa.

32. (2 pkt) Na podstawie *Ustawy o działalności gospodarczej* wniosek o wpis do Ewidencji Działalności Gospodarczej podlega opłacie w wysokości:
- a) 50 zł,
 - b) **100 zł,**
 - c) 1 000 zł,
 - d) 1% rocznych przychodów.

Niestety, za wpis do Ewidencji Działalności Gospodarczej należy uiścić opłatę. Nie wynosi ona 1000 zł ani 1% rocznych przychodów, gdyż w wielu przypadkach stanowiłoby to barierę skutecznie zniechęcającą mniejszych przedsiębiorców do rejestracji działalności.

Na podstawie artykułu 28 ustawy z 2 lipca 2004 roku wniosek o wpis do ewidencji podlega opłacie w wysokości 100 złotych, a jeżeli wniosek dotyczy zmiany wpisu opłata wynosi 50 zł. Pobrane opłaty stanowią dochód budżetu gminy prowadzącej ewidencję. Wniosek o wykreślenie wpisu jest zwolniony z opłat. Rada gminy może określić niższe stawki opłaty albo wprowadzić zwolnienie od opłat, uwzględniając w szczególności rodzaj wykonywanej działalności.

33. (2 pkt) Aby wystąpił pozytywny efekt dźwigni finansowej:
- a) **zysk operacyjny możliwy do osiągnięcia przez przedsiębiorstwo powinien być większy od iloczynu stopy oprocentowania długów (kredytów i pożyczek) i wartości ogółem zainwestowanego kapitału,**
 - b) zysk operacyjny możliwy do osiągnięcia przez przedsiębiorstwo powinien być mniejszy od iloczynu stopy oprocentowania długów (kredytów i pożyczek) i wartości ogółem zainwestowanego kapitału,
 - c) zysk operacyjny możliwy do osiągnięcia przez przedsiębiorstwo powinien być większy od płaconych odsetek,
 - d) zysk operacyjny możliwy do osiągnięcia przez przedsiębiorstwo powinien być wyższy od przeciętnej wielkości inflacji.

Dźwignia finansowa to korzystanie z zadłużenia jako składnika struktury kapitału w celu sfinansowania aktywów przedsiębiorstwa. Efekt dźwigni finansowej wiąże się z uzyskiwaniem wysokiej rentowności majątku własnego przedsiębiorstwa. Korzyści wystąpią, gdy rentowność majątku jest wyższa od wysokości przeciętnego oprocentowania kredytów na rynku.

Uzyskanie dodatniego efektu dźwigni finansowej jest obciążone ryzykiem zbyt dużego zadłużenia przedsiębiorstwa, co może doprowadzić do pogorszenia płynności. Wykorzystywanie efektu dźwigni finansowej wymaga wyważenia pomiędzy możliwym do osiągnięcia zyskiem a towarzyszącym temu ryzykiem.

34. (2 pkt) Osoba depresyjna, obwiniającą za swoje niepowodzenia inne osoby to:

- a) sangwinik,
- b) choleryk,
- c) flegmatyk,
- d) **melancholik.**

Sangwinik jest to osoba optymistycznie nastawiona do świata, choleryk to osoba impulsywna, flegmatyk to osoba powolna, natomiast melancholik to osoba depresyjna.

35. (2 pkt) Wymagany kapitał zakładowy spółki akcyjnej wynosi:

- a) 50 000 zł,
- b) 100 000 zł,
- c) **500 000 zł,**
- d) 1 000 000 zł.

Spółka akcyjna należy do grupy spółek kapitałowych. Jest to forma zalecana do prowadzenia działalności biznesowej w większej skali (między innymi ze względu na wysokość niezbędnego kapitału zakładowego: 500 000 zł; minimalna wartość nominalna jednej akcji nie może być niższa niż 1 grosz.) Spółka akcyjna może zostać utworzona przez jedną lub wiele osób (akcjonariuszy spółki).

36. (2 pkt) Spośród spółek handlowych w Polsce najwięcej zarejestrowanych podmiotów stanowią:

- a) spółki akcyjne,
- b) **spółki z ograniczoną odpowiedzialnością,**
- c) spółki jawne,
- d) spółki komandytowe.

Spółki z o.o. stanowią około 80% spółek handlowych zarejestrowanych w Polsce.

Liczba spółek handlowych w Polsce w czerwcu 2004 roku.

rodzaj spółki	liczba
spółki osobowe:	24236
partnerskie	641
jawne	22719
komandytowe	855
komandytowo-akcyjne	21
spółki kapitałowe:	190461
z ograniczoną odpowiedzialnością	181847
akcyjne	8614
spółki handlowe ogółem	214697

Źródło: Podmioty gospodarcze według rodzajów i miejsc prowadzenia działalności w 2004 roku, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2004

37. (2 pkt) Czas, na który jest zawarta umowa o pracę na okres próbny, nie może przekroczyć:
- jednego miesiąca,
 - trzech miesięcy,**
 - sześciu miesięcy,
 - dwunastu miesięcy.

Zgodnie z artykułem 25 paragraf 2 *Kodeksu pracy* umowa na okres próbny nie może przekroczyć 3 miesięcy.

38. (2 pkt) W jakim terminie ukarany pracownik może wnieść sprzeciw do pracodawcy, jeżeli zastosowanie kary nastąpiło z naruszeniem przepisów prawa?
- siedmiu dni,**
 - czternastu dni,
 - dwudziestu jeden dni,
 - trzydziestu dni.

Zgodnie z artykułem 112 paragraf 1 *Kodeksu pracy* termin wniesienia sprzeciwu wynosi 7 dni.

39. (2 pkt) Sektor, który charakteryzuje się wysoką stopą wzrostu, dużą liczbą konkurentów, stabilizującą się strukturą konkurencji, rozwijającymi się technologiami oraz możliwym dostępem do sektora znajduje się w fazie:
- narodzin,
 - rozwaju,**
 - dojrzałości,
 - starzenia się.

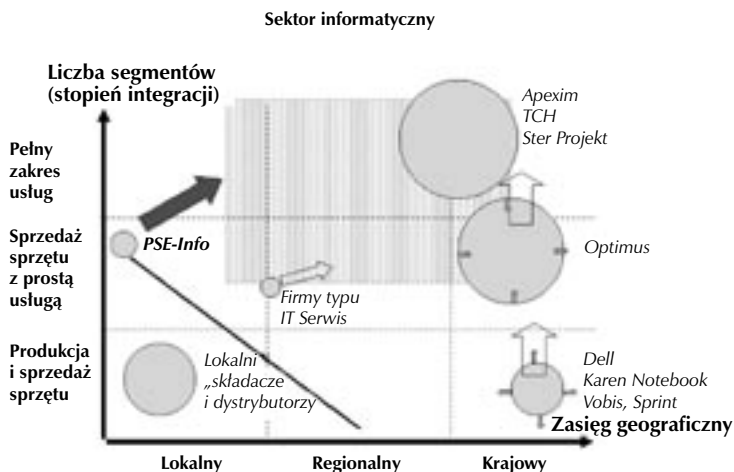
Sektory, podobnie jak produkty, mogą znajdować się w różnych fazach życia. Podział na różne fazy wraz z opisem kryteriów prezentuje poniższa tabela.

Kryteria \ Fazy	narodziny	rozwój	dojrzałość	starzenie się
Stopa wzrostu	średnia	duża	słaba i stabilna	zerowa lub ujemna
Możliwości wzrostu	znaczna	znaczna	zerowa	ujemna
Liczba konkurentów	znaczna	znaczna	mała	mała
Struktura konkurencji	zmienna	stabilizująca się	stali liderzy	oligopole
Technologia	eksperymentalne	rozwijające się	dojrzałe	schyłkowe
Dostęp do sektora	łatwy	możliwy	bardzo trudny	brak zainteresowania

40. (2 pkt) Mapa grup strategicznych to:

- graficzna prezentacja strategii przedsiębiorstwa w pogrupowaniu na cele etapowe,
- graficzna prezentacja mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa,
- graficzna prezentacja powiązań między spółkami holdingu strategicznego,
- graficzna prezentacja pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw w sektorze w odniesieniu do dwóch wybranych parametrów konkurencji.**

Przykład mapy grup strategicznych



41. (2 pkt) Jeżeli pracownik jest zatrudniony krócej niż 10 lat, to ma prawo do urlopu wypoczynkowego w wymiarze:

- 18 dni roboczych,
- 20 dni roboczych,**
- 26 dni roboczych,
- 31 dni roboczych.

Zgodnie z artykułem 154 paragraf 1 punkt 1 *Kodeksu pracy*, pracownikowi zatrudnionemu krócej niż 10 lat przysługuje prawo do urlopu wypoczynkowego w wymiarze 20 dni.

42. (2 pkt) Od 1 stycznia 2006 minimalne miesięczne wynagrodzenie miesięczne wynosi:

- 749,10 zł,
- 799,10 zł,
- 849,10 zł,
- 899,10 zł.**

Od 1 stycznia 2003 r. weszła w życie ustawa z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę (Dz. U. Nr 200, poz. 1679). Tym samym zrealizowany został przepis art. 65

ust. 4 Konstytucji RP, zgodnie z którym *wysokość minimalnego wynagrodzenia za pracę lub sposób ustalania tej wysokości określa ustawa*.

Ustawa określiła wysokość minimalnego wynagrodzenia za pracę od 1 stycznia 2003 r. w kwocie 800 zł oraz zasady ustalania wysokości tego wynagrodzenia w latach następnych – w drodze negocjacji na forum Trójstronnej Komisji ds. Społeczno-Gospodarczych.

Ustawa gwarantuje coroczny wzrost wysokości minimalnego wynagrodzenia w stopniu nie niższym niż prognozowany na dany rok wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem. Jednocześnie, jeśli w pierwszym kwartale roku, w którym odbywają się negocjacje wysokość minimalnego wynagrodzenia jest niższa od połowy wysokości przeciętnego wynagrodzenia w gospodarce narodowej gwarancja ta jest zwiększona dodatkowo o 2/3 prognozowanego wskaźnika realnego przyrostu PKB³.

43. (2 pkt) Jeżeli przedsiębiorca mógł wymienić 400 zł na 105 USD, a obecnie może wymienić 400 zł na 112 USD, to złoty wobec dolara uległ:

- a) **aprecjacji,**
- b) deprecjacji,
- c) dewaluacji,
- d) rewaluacji.

Za 1 złotego po zmianie uzyskamy więcej dolarów – złoty umocnił się w stosunku do dolara. W przypadku płynnego kursu walutowego umocnienie jednej waluty w stosunku do drugiej nazywa się aprecjacją.

44. (2 pkt) Zintegrowana strategia konkurencji przedsiębiorstwa polega na:

- a) integrowaniu konkurencji czołowej i działania w niszy,
- b) **łącznym realizowaniu przywództwa kosztowego i jakościowego,**
- c) budowaniu spójnej strategii w oparciu o strategiczne zasoby,
- d) włączaniu do procesu budowy przewagi konkurencyjnej swoich dostawców lub nabywców.

Patrz komentarz do pytania nr 30 z etapu eliminacji szkolnych.

45. (2 pkt) Która z wymienionych poniżej etyk jest najbardziej przydatna do zarządzania organizacją gospodarczą?

- a) zbudowana na rachunku dóbr,
- b) zbudowana na wyznaczeniu cnót,
- c) zbudowana na hierarchii wartości,
- d) **zbudowana na ustalonych normach.**

³ www.mpips.gov.pl, [11.07.2006].

Jednym z zasadniczych celów etyki biznesu jest tworzenie kodeksów: firm, innych instytucji i ich pracowników. Organizacje te chcą unormować i jasno przekazać zasady obowiązujące instytucje i ich pracowników. Odpowiedź *d* pokazuje nam wariant budowy etyki biznesu wedle ustalonych norm postępowania (deontologie), co najlepiej odpowiada tym celom.

46. (2 pkt) WARSET został uruchomiony na Giełdzie Papierów Wartościowych:

- a) w 1998 roku,
- b) w 2000 roku,**
- c) w 2002 roku,
- d) w 2004 roku.

Od listopada 2000 roku notowania na GPW prowadzone są w nowym systemie transakcyjnym WARSET. Podobne systemy wykorzystywane są m.in. w Paryżu, Brukseli, Amsterdamie, Chicago oraz Singapurze.

WARSET zapewnia pełną automatyzację przekazywania zleceń, zawierania transakcji, sprawny dostęp uczestników rynku do systemu obrotu papierami wartościowymi oraz szerokie możliwości korzystania z informacji o sytuacji na rynku. Ponadto WARSET umożliwia inwestorom szersze wykorzystanie możliwości przesyłania zleceń przez internet – systemy biur maklerskich są na tyle zintegrowane z systemem giełdowym, że udział biur sprowadza się tylko do weryfikacji poprawności złożonych zleceń przez inwestorów.

W każdym systemie notowań WARSET-u jednostką transakcyjną jest jeden instrument finansowy. Cechą charakterystyczną systemu WARSET jest publikowanie w fazie przed otwarciem (zamknięciem i w fazie równoważenia) tzw. Teoretycznego Kursu Otwarcia (TKO). Jest to wyliczona na dany moment cena papieru wartościowego.

47. (2 pkt) Zasada jedności rozkazodawstwa głosi, że:

- a) podobnie jak w działalności wykonawczej również specjalizacja czynności kierowniczych może doprowadzić do poprawy skuteczności i efektywności zarządzania,
- b) każdemu pracownikowi podporządkowany jest dokładnie jeden kierownik,
- c) warunkiem sprawnego i skutecznego zarządzania jest jednoznaczne i pełne podporządkowanie podwładnego jednemu przełożonemu,**
- d) władza i kompetencje decyzyjne powinny być ulokowane najbliżej miejsca podejmowania decyzji.

Ustalając zależności hierarchiczne w organizacji przedsiębiorca powinien stosować dwie podstawowe zasady:

- zasada jedności rozkazodawstwa (zakładająca, że każdy podwładny powinien otrzymywać polecenia tylko od jednego przełożonego, któremu bezpośrednio podlega);
- zasada właściwej rozpiętości kierowania (każdemu kierownikowi powinno być bezpośrednio formalnie podporządkowanych tyle osób, iloma może on efektywnie kierować).

Naruszenie powyższych zasad grozi paraliżem funkcjonowania organizacji.

48. (2 pkt) Na ostatnim posiedzeniu Rady Polityki Pieniężnej (28-29 marca 2006 r.) Rada podjęła decyzję o:
- podwyższeniu stóp procentowych,
 - obniżeniu stóp procentowych,
 - pozostawieniu stóp procentowych bez zmian,**
 - samorozwiązaniu.

Podstawowe stopy procentowe NBP w latach 2004–2006

Obowiązuje od:	KREDYT Lombardowy	Sposób naliczania	Stopa kredytu redys. (Kredyt Redysk.)	Sposób naliczania	Stopa Referencyjna	Stopa Depozytowa
2004						
01.07	7,25	rocznie	6,25	rocznie	5,75	4,25
29.07	7,5	rocznie	6,5	rocznie	6,0	4,5
26.08	8,0	rocznie	7,0	rocznie	6,5	5,0
2005						
31.03	7,5	rocznie	6,5	rocznie	6,0	4,5
28.04	7,0	rocznie	6,0	rocznie	5,5	4,0
30.06	6,5	rocznie	5,5	rocznie	5,0	3,5
28.07	6,25	rocznie	5,25	rocznie	4,75	3,25
01.09	6	rocznie	4,75	rocznie	4,5	3
2006						
01.02	5,75	rocznie	4,50	rocznie	4,25	2,75
01.03	5,50	rocznie	4,25	rocznie	4,00	2,50

Źródło: www.nbp.gov.pl

49. (2 pkt) Na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie notowanych jest obecnie:
- 130–150 spółek,
 - 160–180 spółek,
 - 240–260 spółek,**
 - 270–290 spółek.

Na koniec 2005 roku na GPW na warszawskiej giełdzie było notowanych 255 spółek (w momencie przeprowadzania finału na warszawskim parkiecie liczba notowanych akcji wynosiła 253).

Rok	06.2006	2005	2004
Liczba notowanych instrumentów			
Akcje	256	255	230
w tym zagraniczne	6	7	5
Obligacje	72	76	81
w tym zagraniczne	5	4	4
Kontrakty terminowe	54	54	49
Opcje	182	122	18
Liczba spółek debiutujących	8	35	36
Liczba spółek wycofanych	4	10	9
Stopy zwrotu indeksów			
WIG20 (%)	8,84	35,42	24,56
WIG (%)	14,17	33,66	27,94
Kapitalizacja			
Spółki krajowe (mln zł)	338 802	308 418	214 313
Spółki zagraniczne (mln zł)	95 537	116 482	77 385

Źródło: Giełda Papierów Wartościowych

50. (2 pkt) Transakcje akcjami na Giełdzie Papierów Wartościowych są rozliczane:

- w ciągu 3 dni po ich zawarciu,**
- w dniu ich zawarcia,
- dwa dni po ich zawarciu,
- na koniec każdego miesiąca.

W rozliczeniu transakcji uczestniczą członkowie giełdy, Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych i bank rozliczeniowy. Są trzy zasadnicze elementy rozliczenia:

Rozliczenie transakcji giełdowej między KDPW i bankiem rozliczeniowym, rozliczenie instrumentów finansowych między KDPW i członkami giełdy, rozliczenie pieniężne między bankiem rozliczeniowym i członkami giełdy.

Aktualnie są trzy okresy rozliczenia giełdowych transakcji: T+0, T+2, T+3.

T+0: termin rozliczenia instrumentów pochodnych: tego samego dnia;

T+2: termin rozliczenia giełdowych transakcji obligacjami i prawami poboru: data transakcji plus dwa dni robocze;

T+3: termin rozliczenia giełdowych transakcji akcjami: data transakcji plus trzy dni robocze.

Tematy prezentacji z opisem

Dwa tygodnie przed finałem uczniowie musieli przesłać mailowo projekt prezentacji (wybrany temat, uzasadnienie wyboru tematu oraz strukturę prezentacji). Prezentacje mogły być przygotowane z wykorzystaniem programu komputerowego do tworzenia prezentacji, tradycyjnych folii lub papieru montowanego na tablicy flip-chartowej.

Podczas zawodów finałowych do prezentacji zostało dopuszczonych 25 zawodników, którzy uzyskali najwyższą liczbę punktów z części testowej. Kolejność wygłoszenia prezentacji została ustalona w drodze losowania, po ogłoszeniu wyników części testowej. Podczas prezentacji na sali mógł być obecny opiekun ucznia.

Każdy z uczestników III etapu miał za zadanie przygotować przed zawodami centralnymi 10-minutową prezentację na jeden z zaproponowanych tematów¹:

1. Bariery przedsiębiorczości w Polsce. (4)
2. Globalizacja gospodarki – szansa czy zagrożenie dla rozwoju przedsiębiorstw. (7)
3. Gospodarka oparta na wiedzy – nowym wyzwaniem dla przedsiębiorstw. (7)
4. Granica między działaniem etycznym i nieetycznym w działalności gospodarczej. (1)
5. Kodeks etyczny firmy: czemu służy, co za jego sprawą instytucja pragnie osiągnąć? (4)
6. Lobbing i sponsoring w działalności gospodarczej. (0)
7. Motywy aktywności zawodowej i gospodarczej człowieka. (1)
8. Przedsiębiorczość w działalności samorządu terytorialnego. (1)
9. Psychologiczne uwarunkowania przedsiębiorczości. (1)
10. Rola menedżera i pracowników w działalności przedsiębiorstwa. (1)
11. Sposoby finansowania działalności gospodarczej. (6)
12. Sposoby przewyższania bezrobocia w Polsce. (14)
13. Uwarunkowania prawne działalności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. (1)
14. Wyzwania dla polskich przedsiębiorstw w Unii Europejskiej. (1)
15. Zachowania przedsiębiorcze w gospodarstwie domowym. (1)

Maksymalnie z prezentacji można było uzyskać 50 punktów. Rozpiętość wyników była znaczna – od 19 do 48 punktów (przy średniej wynoszącej 33 punkty). Na ocenę prezentacji wpływało 13 kryteriów:

Kryteria oceny prezentacji finałowej przez Komisję Centralną

lp.	kryterium	maksymalna liczba punktów
1	pomysłowość	6
2	realność	4
3	kompleksowość	4
4	diagnozowanie	6

¹ W nawiasie podano liczbę zawodników, którzy wybrali dany temat.

5	umiejętność wnioskowania	4
6	szczegółowość	4
7	wykorzystanie wiedzy teoretycznej	6
8	logiczność wypowiedzi	2
9	struktura wypowiedzi	2
10	precyzyjność wypowiedzi	2
11	atrakcyjność prezentacji	4
12	zwięzłość (zmieszczenie się w czasie)	2
13	argumentacja	4
	suma	50

Słabsze strony prezentacji zawodników:

- schematyczne opracowywanie tematów (zwłaszcza w kontekście dwóch najpopularniejszych: sposobów przewycięzania bezrobocia oraz sposobów finansowania działalności gospodarczej) – często też na podstawie wyłącznie jednej pozycji literaturowej – bez wnoszenia „czegoś nowego”;
- rzadkie odwoływanie się do przykładów praktycznych;
- rzadkie odwoływanie się do własnych refleksji i przemyśleń;
- zbyt dużo slajdów i treści w slajdach (rekordzista miał ponad 100 slajdów na 10-minutową prezentację) – oceniana była wyłącznie treść zaprezentowana podczas 10-minutowego wystąpienia;
- nieumiejętne zarządzanie czasem – koncentracja na małoistotnych wątkach i zbyt pobieżne omawianie dobrze przygotowanych wątków głównych (uczestnicy podczas prezentacji widzieli na ekranie przed sobą pozostały do końca czas).

Sztuka prezentacji i wystąpień publicznych

Jak istotną rzeczą jest opanowanie sztuki prezentacji publicznych, mogli przekonać się laureaci I edycji Olimpiady Przedsiębiorczości, których wystąpienia oceniała Komisja Centralna zawodów. Dlatego też jako uzupełnienie do niniejszej publikacji został przygotowany film, którego celem jest pomoc w jak najlepszym przygotowaniu się do wystąpień publicznych.

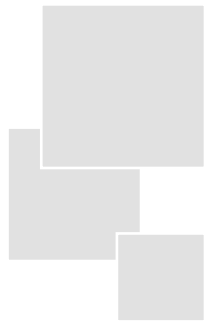
Film zawiera wskazówki dotyczące zasad prezentacji, przykład wystąpienia oraz komentarze ze strony ekspertów. Przykładowa prezentacja jest odtworzeniem wystąpienia jednego z laureatów I edycji Olimpiady w czasie eliminacji centralnych (pana Sebastiana Konicza), zaś wskazówki, komentarze i objaśnienia przygotowali nauczyciele akademicy – dr Piotr Wachowiak oraz dr Rafał Mrówka.



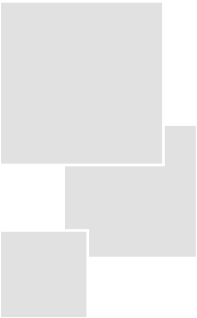
Film na płycie CD jest dołączony do niniejszej publikacji, dodatkowo można się z nim zapoznać na stronie internetowej Olimpiady.



Część III



Doświadczenia I edycji



Kilka słów od Organizatorów

Zgłoszenia

Przed wszystkim należy podkreślić, iż jako Organizatorzy byliśmy bardzo mile zaskoczeni popularnością I edycji Olimpiady i liczbą zgłoszeń. Ponad 14 tysięcy zawodników z prawie 730 szkół startujących w pilotażowej edycji od razu usytuowało zawody te w grupie największych olimpiad przedmiotowych.

Na taki stan rzeczy miało wpływ kilka czynników. Przed wszystkim to potencjał i postawy przedsiębiorcze uczniów szkół ponadgimnazjalnych były bezpośrednim determinantem tak wielu zgłoszeń. Równie istotna było entuzjastyczne podejście do rozgrywek ze strony nauczycieli podstaw przedsiębiorczości, którzy w końcu mogli sprawdzić wiedzę i umiejętności swoich uczniów w ogólnopolskim konkursie organizowanym na zasadach olimpiad przedmiotowych. Mamy nadzieję, iż w decyzji startu w zawodach pomogli także Organizatorzy. Grono Organizatorów oraz Partnerów Olimpiady, bardzo liczne i składające się z wielu znakomitych instytucji i ośrodków akademickich, daje pewien багаż zaufania już na starcie. Warta podkreślenia jest także pula nagród dla laureatów – specjalne uprawnienia we wszystkich publicznych uczelniach ekonomicznych w postępowaniu kwalifikacyjnym, a także cenne nagrody (przyznawane również opiekunom merytorycznym zawodników).

Mamy nadzieję, iż kolejne edycje Olimpiady będą cieszyć się równie dużą popularnością.

Przebieg zawodów

W każdym etapie eliminacji na zawodników czekał do rozwiązania test, który z etapu na etap stawał się trudniejszy i zawierał coraz większą liczbę pytań sprawdzających wiedzę z zakresu problematyki hasła zmiennego. W przypadku eliminacji okręgowych i centralnych test stanowił jedynie element rozgrywek. W drugim etapie zawodnicy rozwiązywali również studia przypadków, natomiast w finale przeprowadzali publiczne prezentacje. Wiele satysfakcji sprawiły zawodnikom prace grupowe nad studiami przypadku oraz późniejsze



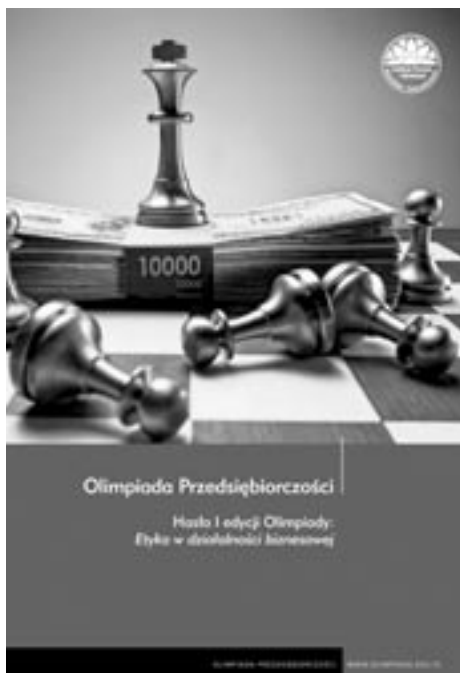
zaprezentowanie wyników przed Komisjami Okręgowymi. Było to szczególnie interesujące z racji dużej swobody w dobieraniu się w grupy, które rozpoczęło się jeszcze przed zawodami na forum dyskusyjnym Olimpiady. Wielkość dobranego zespołu (od 2 do 5 osób) miała zasadniczy wpływ na efektywność pracy w grupie, a tym samym późniejsze efekty i wynikach. Finałowa pięćdziesiątka miała zaś za zadanie przygotowanie i przesłanie przed zawodami prezentacji multimedial-

nych na wybrany z listy temat. Były one przedstawiane publicznie przez laureatów wyróżnionych na podstawie wyników uzyskanych w części testowej tego etapu. Na wynik końcowy, umożliwiającą wytypowanie zwycięzcy Olimpiady oraz zdobywców kolejnych miejsc, składała się punktacja z testu oraz prezentacji. Szczegółowo zasady realizacji zawodów przedstawia Regulamin zawodów. Zachęcamy do odwiedzenia strony internetowej Olimpiady, gdzie jest on opublikowany w formie obowiązującej dla zawodów II edycji.

Komunikacja

Za szczególnie istotne uznaliśmy wprowadzenie efektywnych dróg komunikacji z osobami zainteresowanymi Olimpiadą, a następnie z zawodnikami i ich merytorycznymi opiekunami. Dlatego też postawiliśmy na komunikację internetową. Przez cały czas towarzyszy nam bardzo popularne forum dyskusyjne, na którym omawiane są zagadnienia związane ze stroną organizacyjną i merytoryczną zawodów. Służy ono do komunikacji zarówno pomiędzy zawodnikami i ich opiekunami a Organizatorami, jak też pomiędzy samymi zawodnikami. Dodatkowo na stronie internetowej Olimpiady publikowane są wszystkie dotyczące jej informacje, szczególnie w trakcie trwania zawodów. Są to komunikaty na temat poszczególnych etapów – liczba zgłoszeń, testy z poszczególnych etapów wraz z kluczami odpowiedzi, studia przypadków, tematy prezentacji, szczegółowe instruktarze dotyczące rozgrywek, galerie zdjęć z zawodów i uroczystości oraz wiele innych informacji.

Z chęcią również odpowiadamy na zapytania przesłane za pomocą poczty elektronicznej i tradycyjnej, a także na zapytania telefoniczne kierowane do biura Komitetu Głównego.



Olimpiada Przedsiębiorczości

Hasło I edycji Olimpiady:
Etyka w działalności biznesowej

www.olimpiada.edu.pl



Trudno dziś wyobrazić sobie realizację jakiegokolwiek przedsięwzięcia bez wykorzystania medium, jakim jest internet. Podobnie było w przypadku Olimpiady Przedsiębiorczości, której od samego początku towarzyszyła strona internetowa pod adresem www.olimpiada.edu.pl. Stanowi ona źródło informacji dla wszystkich zainteresowanych zawodami.

Zaraz po wejściu na stronę można znaleźć najważniejsze i najaktualniejsze informacje, które dla łatwiejszego odnalezienia zapisywano właśnie na stronie głównej, w dobrze oznaczonym miejscu, jako *Komunikaty*. Są to ogłoszenia dotyczące zmian organizacyjnych, realizacji kolejnych etapów oraz wyników i treści testów wraz z rozwiązaniami. Z informacji zawartych na tej stronie można się także dowiedzieć, kim są Organizatorzy Olimpiady, jej Partnerzy, Sponsorzy i Patroni medialni. Wspomniana możliwość sprawdzenia wyników uzyskanych na danym etapie zawodów budziła najczęściej emocje, jako że przyjęto, iż będą one publikowane na stronie internetowej Olimpiady, o godzinie 12 następnego dnia po poszczególnych etapach (jedynie na wyniki zawodów szkolnych trzeba było czekać nieco dłużej, do momentu spłynięcia protokołów od komisji szkolnych). Były to chwile wyczekiwane przez wszystkich zawodników i wystarczyło kilka sekund spóźnienia ze strony Organizatorów, aby na forum pojawiały się wypowiedzi zaniepokojonych tym faktem uczniów i nauczycieli. Tak więc internetowych emocji nie brakowało.

Istnieje również możliwość pobrania bezpośrednio ze strony głównej broszury informacyjnej poświęconej Olimpiadzie, a także promującego ją plakatu, co było niezwykle cenne dla nauczycieli, do których nie udało się dotrzeć Organizatorom, a którzy sami chcieli rozpropagować ideę Olimpiady w swoim środowisku szkolnym.

Na stronie Olimpiady można także znaleźć informacje o publikacjach prasowych na jej temat, których ukazało się około 25 – w rozmaitych czasopismach (o zasięgu zarówno krajowym, jak i lokalnym) oraz portalach internetowych.

Ze strony głównej internauci mogli przejść do podstron, takich jak:

- *Program* – tutaj można znaleźć dokładny program Olimpiady – jej cele, zakres zagadnień, które obejmuje (stały i zmienny blok zagadnień tematycznych) oraz wykaz lektur obowiązujących uczestników;
- *Terminy* – zawiera harmonogram i przebieg I edycji Olimpiady;
- *Regulamin* – strona z pełnym Regulaminem Olimpiady wraz z załącznikami (w formatach PDF lub rtf do pobrania);
- *Opis* – krótka charakterystyka Olimpiady przygotowana przez organizatorów;
- *Rada Programowa* – zamieszczono na niej skład Rady Programowej Olimpiady;
- *Komitet Główny* – znajduje się na niej skład Komitetu Głównego Olimpiady;
- *Komitety Okręgowe* – tutaj zostały zawarte informacje na temat Komitetów w poszczególnych okręgach – ich skład, adres pocztowy oraz e-mailowy, numery telefonów, osoby kontaktowe (najczęściej sekretarze). W okresie poprzedzającym etap okręgowy, na tej podstronie można było znaleźć także informacje nt. dojazdu do uczelni i lokalizacji miejsca zawodów;
- *Nagrody i uprawnienia* – czyli, jakie korzyści mogą osiągnąć laureaci i finaliści Olimpiady. Przedstawiono tu nie tylko nagrody rzeczowe, które czekały na zwycięzców, ale również ofertę, jaką dla najlepszych zawodników Olimpiady Przedsiębiorczości przygotowały poszczególne uczelnie współorganizujące to przedsięwzięcie. Chodzi mianowicie o możliwość otrzymania indeksu uczelni bądź uzyskanie specjalnych uprawnień w trakcie postępowań kwalifikacyjnych do tych uczelni;
- *Forum* – miejsce, które umożliwiało wzajemny kontakt pomiędzy uczestnikami, a także zadawanie pytań Organizatorom. Jego dokładniejsza charakterystyka została przedstawiona w odrębnej części niniejszej publikacji;
- *Kontakt* – tutaj zawodnicy mogli znaleźć dokładne dane kontaktowe Komitetu Głównego Olimpiady Przedsiębiorczości.

Strona Olimpiady cieszyła się ogromną popularnością wśród zawodników oraz ich opiekunów, a także innych zainteresowanych inicjatywą, o czym mogą świadczyć statystyki odwiedzin (prawie 100 tysięcy unikalnych wejść). Ich rekordowa liczba została odnotowana w dniu ogłoszenia wyników po etapie szkolnym Olimpiady i wynosiła ponad 6 tysięcy. Obecnie na stronie internetowej Olimpiady można znaleźć również kompletne archiwum I edycji Olimpiady Przedsiębiorczości.

Forum dyskusyjne



Forum dyskusyjne na stronie internetowej www.olimpiada.edu.pl towarzyszyło Olimpiadzie Przedsiębiorczości od samego początku. Było one przeznaczone do kontaktu zawodników oraz nauczycieli z Organizatorami, a także między sobą. Warto podkreślić, iż ta nowoczesna forma kontaktu w zawodach olimpijskich została wprowadzona po raz pierwszy na tak szeroką skalę. Funkcjonowanie forum można podzielić na dwa etapy:

- 1) okres prac w ramach etapu szkolnego,
- 2) okres przygotowań do etapu okręgowego i centralnego.

Tym co różni je od siebie jest status jego użytkowników – w pierwszym stadium działania forum było ono anonimowe, natomiast w drugim wypowiedzi użytkowników były jawne oraz opatrzone imionami i nazwiskami autorów (wcześniej każdy zawodnik zakwalifikowany do etapu okręgowego, jak również jego opiekun otrzymał login i hasło do forum). Forum dyskusyjne pełniło rozmaite funkcje:

- 1) umożliwiało wyjaśnienie wątpliwości natury organizacyjnej (kwestie terminów, przebiegu zawodów, dojazdu, noclegów itp.);
- 2) umożliwiało otrzymanie odpowiedzi na pojawiające się zapytania o charakterze merytorycznym czy też dotyczące regulaminu, poszczególnych etapów, doboru lektur, pytań i punktacji w czasie zawodów;
- 3) stwarzało płaszczyznę do dyskusji po kolejnych etapach – zawodnicy i opiekunowie mogli komentować i dzielić się uwagami na temat przebiegu zawodów (co było niezwykle cenne także dla organizatorów), rozwiązań testów;
- 4) służyło zawieraniu nowych kontaktów w środowisku zawodników (przydały się one np. w czasie tworzenia grup w etapie okręgowym).

Szczególnie ta ostatnia funkcja była niezwykle cenna, ponieważ dzięki forum zawodnicy mogli poznać się nawzajem, wytworzyły się pewne więzi, przestali być anonimowi. Sprawilo to, że rywalizacja między nimi miała znacznie pozytywniejszy wydźwięk – nie był to tylko „wyścig szczurów” po indeksy, lecz prawdziwie zdrowa konkurencja w myśl powiedzenia „niech wygra lepszy”. Świadcą o tym poniższe wypowiedzi zamieszczone na forum w przeddzień finału:

Życzę wszystkim moc sukcesów na jutrzejszym konkursie!!! Dużo zabawy, radości i co najważniejsze wiary we własne możliwości :) Aby ten konkurs był naszym pierwszym krokiem w zagłębianiu wiedzy ekonomicznej :) 3mam za wszystkich kciuki!!!

(Tomasz Aleszczyk)

Ja też życzę wszystkim sukcesów jutro :) Aby ten konkurs był czymś więcej jak tylko walką o indeks, żeby dostarczył nam emocji i niezapomnianych wrażeń i żebyśmy mieli co wspominać... kiedy to już będziemy studentami wyższych szkół ekonomicznych.

(Krzysztof Sieradzki)

Takie przykłady oraz liczne inne wypowiedzi świadczą o tym, że etyka nie jest tylko pustym słowem z tematu przewodniego pierwszej edycji Olimpiady, ale ma przełożenie na rzeczywiste zachowania wyjątkowych młodych ludzi, którzy znaleźli się w gronie finalistów.

Forum przez cały czas trwania Olimpiady, aż do dnia wręczenia nagród, cieszyło się nieślabnącą popularnością, o której świadczą tysiące wypowiedzi (największa ich częstotliwość była oczywiście w tygodniach poprzedzających kolejne etapy oraz zaraz po zakończeniu zawodów, co nie wymaga komentarza).

Warto też podkreślić swobodę wypowiedzi zawodników oraz ich opiekunów na temat organizacji Olimpiady i zasad zawartych w jej Regulaminie – serdecznie dziękujemy za wszystkie opinie – pozytywne i krytyczne uwagi, konstruktywne komentarze – z pewnością dzięki nim będzie nam łatwiej doskonalić przebieg zawodów w przyszłych edycjach.

Informacje o nagrodach i uprawnieniach

Laureaci I edycji Olimpiady Przedsiębiorczości otrzymali bardzo cenne nagrody rzeczowe. Pierwszych pięciu laureatów oraz ich merytoryczni opiekunowie otrzymali wysokiej klasy notebooki. Kolejnych dziesięciu laureatów i ich opiekunów otrzymało bardzo funkcjonalne palmtopy, zaś pozostali zawodnicy, którzy znaleźli się w gronie laureatów oraz ich nauczyciele – dobrej jakości cyfrowe aparaty fotograficzne.

Na równie atrakcyjne nagrody mogą liczyć laureaci i ich merytoryczni opiekunowie w **II edycji** Olimpiady.



Dyplomy zwycięzcy I edycji Olimpiady (panu Jerzemu Koronkiewiczowi z I Liceum Ogólnokształcącego w Białymstoku) oraz opiekunowi laureata (pani mgr Magdalenie Żmiejko) zostały wręczone podczas uroczystego Senatu Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na 100-lecie Uczelni

Laureaci Olimpiady Przedsiębiorczości uzyskują specjalne uprawnienia w postępowaniach kwalifikacyjnych do szkół wyższych – na mocy uchwał senatów poszczególnych uczelni.

Akademia Ekonomiczna w Katowicach przewidziała przyjęcie laureatów i finalistów Olimpiady Przedsiębiorczości stopnia centralnego na dowolny kierunek studiów (w ramach limitów miejsc dla poszczególnych kierunków) na podstawie złożenia wymaganych dokumentów. Z uprawnienia tego laureaci i finaliści Olimpiady mogą korzystać jeden raz – w roku uzyskania świadectwa dojrzałości lub w roku następnym – niezależnie od roku uzyskania tytułu laureata bądź finalisty.

Akademia Ekonomiczna w Krakowie przewidziała zwolnienie z postępowania kwalifikacyjnego na I rok studiów (wszystkie kierunki) dla laureatów stopnia centralnego Olimpiady Przedsiębiorczości. Są oni przyjmowani na podstawie dokumentu wydanego przez Komitet Główny Olimpiady i otrzymują maksymalną liczbę punktów z obydwu przedmiotów egzaminacyjnych.

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu przewidziała następujące uprawnienia dla zawodników Olimpiady Przedsiębiorczości: wszyscy finaliści i laureaci zawodów centralnych ubiegający się o przyjęcie na studia stacjonarne I stopnia na wydziały Ekonomii, Zarządzania i Towaroznawstwa oraz 10 zawodników z najwyższą liczbą punktów w eliminacjach okręgo-

wych w Poznaniu ubiegających się o przyjęcie na wydziały Ekonomii i Zarządzania, otrzymują maksymalną liczbę punktów z przedmiotu kierunkowego w postępowaniu kwalifikacyjnym. Prawo do otrzymania maksymalnej liczby punktów z przedmiotu kierunkowego przysługuje laureatom i finalistom tylko w roku uzyskania świadectwa maturalnego – niezależnie od roku uzyskania tytułu laureata bądź finalisty.

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu przewidziała zwolnienie z postępowania kwalifikacyjnego na I rok studiów dla wszystkich laureatów zawodów centralnych naszej Olimpiady.

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie przewidziała dla 5 laureatów naszej Olimpiady zwolnienie z postępowania kwalifikacyjnego na I rok studiów. Dodatkowo wszyscy finaliści uzyskują maksymalną liczbę punktów z geografii lub historii – przedmiotu maturalnego, którego wyniki brane są pod uwagę w postępowaniu kwalifikacyjnym.

Zachęcamy do odwiedzenia strony internetowej Olimpiady, na której są zamieszczane bieżące informacje na temat nagród i uprawnień.

Uroczystość wręczenia dyplomów i nagród laureatom oraz ich opiekunom odbyła w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, 26 kwietnia 2006 r., w dniu Święta Szkoły. Ceremonia odbyła się w ogrodach SGH, dokąd zostali zaproszeni również goście zebrani na uroczystym Senacie, związanym z Jubileuszem 100-lecia Uczelni.

Laureaci pierwszych pięciu miejsc oraz ich opiekunowie otrzymali w nagrodę laptopy



▲ Doktor Andrzej Malinowski, prezydent Konfederacji Pracodawców Polskich wręcza dyplom laureatowi

Zwycięzca i jego opiekun o Olimpiadzie

Zwycięzcą I edycji Olimpiady Przedsiębiorczości został Jerzy Koronkiewicz z I Liceum Ogólnokształcącego im. A. Mickiewicza w Białymstoku. Zapytaliśmy laureata o wrażenia po zawodach, sposoby przygotowania do nich oraz plany na przyszłość.

- *Panie Jurku, 1 miejsce na ponad 14 tysięcy zawodników biorących udział w Olimpiadzie Przedsiębiorczości to nie lada osiągnięcie. Trudna była droga dojścia do takiego sukcesu? Jak przebiegały przygotowania?*
- Przygotowania głównie opierały się na nauce w domu. Do drugiego etapu Olimpiady zakwalifikowały się ode mnie z klasy 4 osoby, więc mieliśmy kilka spotkań z naszą nauczycielką od podstaw przedsiębiorczości, ale głównie omawialiśmy na nich zagadnienia z ekonomii.
- *Kto w szkole zainicjował udział w zawodach – uczniowie czy też nauczyciel postaw przedsięwzięcia?*
- Informację o zawodach otrzymaliśmy od nauczycielki, a zgłaszali się chętni.
- *Jak do zawodów podeszli inni uczniowie?*
- U nas w szkole zgłosiło się ponad 30 osób, więc mieliśmy cały przekrój „podejść”. Niektórzy się uczyli, inni coś powtarzali, a część bardziej liczyła na maturę niż na nikłe szanse wygrania indeksu.
- *Jak odbiera Pan przebieg zawodów na poszczególnych etapach eliminacji? Czy jakieś elementy od strony merytorycznej i organizacyjnej zaskoczyły Pana, co uznał Pan za ciekawe rozwiązania, a co warto modyfikować?*
- Polecałbym wzbogacić zajęcia dla uczniów towarzyszące zawodom oraz wydłużyć finał do dwóch dni. Poza tym można finał organizować co roku na innej uczelni. Fakt, że czasem to spore odległości, ale skoro finał Olimpiady Geograficznej może się odbywać w Zielonej Górze to, dlaczego nie można jechać do Krakowa czy Wrocławia? Trzeba oczywiście przyznać, że Olimpiada Przedsiębiorczości jest ciekawym konkursem z dobrymi zadaniami i dobrą atmosferą, charakteryzującym się odmiennością w stosunku do innych Olimpiad. Za interesujący uważam pomysł z prezentacją publiczną (jest to nie tylko sprawdzanie wiedzy, ale i umiejętności) oraz pytania bieżące o kursy walut, wysokość stóp procentowych czy indeksów giełdowych.
- *Jakie dobre rady przekazałby Pan zawodnikom kolejnych edycji Olimpiady?*
- Zachęcam do szukania zastosowania nabytej wiedzy – wtedy ją łatwiej zapamiętać. Tłumacząc koleżce wysokość ceny napoju zawsze można powiedzieć, że jest duży popyt zamiast „dużo ludzi go kupuje”. A poza tym luźne nastawienie :)
- *Jak przebiegła matura, jakie wyniki osiągnął Pan?*
- Przyznaję, że po tym jak udało mi się wygrać indeks trochę odpuściłem sobie naukę. Przedmioty na poziomie rozszerzonym zdałem na ok. 70%, na poziomie podstawowym powyżej 80%.

- *Dzięki wygranej w Olimpiadzie Przedsiębiorczości jest Pan od roku akademickiego 2006/2007 studentem uczelni...*
 - Wybór padł na SGH.
- *Studia to nowe wyzwanie i szanse na rozwój. Czego najbardziej nie może się Pan doczekać?*
 - Co do rozwoju... Mam jeszcze 2 semestry, aby zdecydować, w jakim pójść kierunku. Chcę sprawdzić wszystkie historie, żarty i famy, które krążą o tej uczelni (jak o każdej). Po prostu poznać ją od środka – od tego też są studia.
- *Laureaci Olimpiady otrzymali nie tylko przepustki na najlepsze uczelnie ekonomiczne w Polsce, ale cenne nagrody rzeczowe. Jak się spisuje Pana nagroda, czy jest pomocna w zdobywaniu wiedzy?*
 - Nagroda spisuje się bardzo dobrze. Ostatnio pomaga mi przede wszystkim być na bieżąco z wydarzeniami z kraju.
- *Już w czasie studiów będzie Pan miał możliwość odbycia praktyk i staży zawodowych, jakiego typu praca interesuje Pana, także ta po zakończeniu studiowania.*
 - W tym momencie zastanawiam się nad bankowością, ale kiedyś chciałbym założyć własną firmę.
- *Zatem nie pozostaje mi nic innego, jak życzyć Panu samych sukcesów dalszym kształceniu i karierze zawodowej.*
 - Dziękuję bardzo.



Sukces w Olimpiadzie Przedsiębiorczości laureaci zawdzięczają także swym opiekunom merytorycznym, których rolę pełnili przede wszystkich nauczyciele podstaw przedsiębiorczości. O trudach przygotowań do zawodów oraz dobrych rozwiązaniach w zakresie nauczania przedsiębiorczości w szkole rozmawiamy z Panią Magdaleną Żmiejko z I Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza w Białymstoku, opiekunką Jerzego Koronkiewicza, który zwyciężył w I edycji naszych zawodów.

- *Pani Magdaleno, czy realizowała Pani specjalny program przygotowujący uczniów do zawodów Olimpiady Przedsiębiorczości. Ile czasu poświęciła Pani na przygotowania uczniów i jakie metody pracy wybrała Pani?*
 - Na lekcjach przedsiębiorczości jestem w stanie zrealizować jedynie podstawowy zakres programowy, co niestety jest nie tylko moją bolączką. Dlatego też dwa lata temu powstało koło przedsiębiorczości realizowane jako zajęcia dodatkowe. Adresatami tego przedsięwzięcia są uczniowie zainteresowani pogłębianiem wiedzy z zakresu szeroko rozumianej przedsiębiorczości, chcący startować w Olimpiadzie (wcześniej Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej teraz Olimpiada Przedsiębiorczości) oraz zdający na SGH. W zajęciach biorą udział uczniowie wszystkich poziomów (mimo iż przedsiębiorczość w mojej szkole jest tylko w klasach drugich). Spotkania te poświęcone są przede wszystkim zagadnieniom, na które nie ma czasu

na lekcjach, a więc rozszerzeniu pewnych, moim zdaniem niezbędnych, zagadnień, bez których start w olimpiadach czy innych konkursach wiedzy nie byłby możliwy.

Staram się aby dodatkowe spotkania koła przedsiębiorczości odbywały się regularnie raz w tygodniu. Oczywiście, organizacja i dostosowanie terminów spotkań tak, aby pasowały wszystkim chętnym uczniom to bardzo trudne logistycznie zadanie – uczniowie różnie kończą lekcje, mają dodatkowe zajęcia. Wspólnymi siłami jednak udaje się nam zrealizować około 40 godzin dodatkowo w roku.

Moim założeniem od początku istnienia przedmiotu podstawy przedsiębiorczości było, żeby lekcje te nie były kolejną godziną przeładowaną tylko i wyłącznie teoretyczną, suchą wiedzą. Dlatego też tak je organizuję, aby przede wszystkim zaktywizować młodzież – poprzez prace w grupach, tworzenie projektów, dyskusje, czyli poznawanie nowej teorii za pomocą praktyki (praktyki w obszarze klasy, ale jak bardzo cennej). Na zajęciach dodatkowych natomiast proporcje między wykładami a praktyką są odwrotne, tu poświęcam maksymalną ilość czasu na zapoznanie uczniów z nowymi informacjami teoretycznymi, natomiast wiedzę zdobytą ćwiczą w domu na zadaniach. Uczniowie również aktywnie biorą udział w przygotowywaniu dodatkowych spotkań. Często sami muszą znaleźć, opanować i zaprezentować zadaną partię materiału czy wybrane zagadnienie.

■ *Olimpiada do dobry pretekst do przekazania uczniom solidnej porcji wiedzy, są to jednak zawody realizowane w określonym czasie, a nauka podstaw przedsiębiorczości trwa przez cały rok. Jak aktywuje Pani uczniów do nauki? Jakie rady i ciekawe rozwiązania dla realizacji efektywnych lekcji chciałaby Pani przekazać innym nauczycielom podstaw przedsiębiorczości?*

- Nie ukrywam, że po zwycięstwie Jurka jest mi o wiele łatwiej zmotywować i przemówić do wyobraźni zniechęconych. Dzieje się tak dlatego, że sukces kolegi jest bardzo namacalny i uświadamia, iż to co do tej pory wydawało się mrzonką, niemożliwym do zrealizowania marzeniem może być w zasięgu ręki.

Uczniowie z mojej szkoły mają świadomość tego, iż olimpiady przedmiotowe są wielką szansą na przyszłość, na wymarzone studia, więc często wystarczy informacja o tym, że na dodatkowych zajęciach kładziemy nacisk na przygotowanie się, na ukierunkowanie i ewentualną pomoc w trudnościach napotkanych w czasie nauki do konkursu. Dwa lata temu stworzyłam Bibliotekę Ekonomiczną w obrębie biblioteki szkolnej. Wraz z uczniami regularnie uzupełniamy księgozbiór. Uczniowie w ramach projektu „Sponsoring” pozyskują fundusze na książki, dzięki temu oni zdobywają doświadczenie w kontaktach z lokalnym światem biznesu, a ja mam fundusze na uzupełnianie na bieżąco księgozbioru. Jest to bardzo ważny element w przygotowaniach do olimpiady, ponieważ uczniowie mają na miejscu możliwość skorzystania, wypożyczenia bardzo wielu pozycji niezbędnych w nauce, jeśli potrzebnej książki nie ma, staram się ją jak najszybciej zdobyć.

■ *Realizuje Pani zajęcia zgodne z podstawą programową nauczania przedsiębiorczości w szkole. Na które elementy kładzie Pani większy nacisk niż to wynika z programu, jakimi zagadnieniami uzupełnia Pani podstawę programową oraz czy chciałaby Pani zaproponować dokonanie w niej zmian?*

- Na lekcjach przedsiębiorczości zobligowana jestem do realizacji całego materiału, największy nacisk jednak kładę na zagadnienia, z którymi młody człowiek styka się najczęściej w życiu codziennym (np.: popyt, podaż, banki, pieniądź), a także na te, które przy wejściu na rynek

pracy będą niezbędne (np.: biznes plan, dokumenty rekrutacyjne, rozmowa kwalifikacyjna). Uzupełnieniem programu są różnego rodzaju gry, symulacje, warsztaty, w czasie których uczniowie mają możliwość poznania dokładniej pewnych mechanizmów, np.: Szkolna Internetowa Gra Giełdowa, gra z Klasy do Kasy, miniprzedsiębiorstwo, czy warsztaty z zarządzania firmą, oparte na grze Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości „Kaczki”.

Na chwilę obecną konkretnych propozycji zmiany podstawy programowej nie będę podawać, ale chciałabym, aby ranga przedmiotu podstawy przedsiębiorczości była większa. Pozwoliłoby to skuteczniej negocjować z dyrektcją o rozszerzenie przedmiotu, a tym samym umożliwić zainteresowanym uczniom korzystanie z dodatkowej wiedzy z tej dziedziny w ramach zajęć szkolnych.

- *Laureaci Olimpiady otrzymali cenne nagrody, zarówno w formie specjalnych praw przy postępowaniach kwalifikacyjnych na I rok studiów w pięciu publicznych akademiach ekonomicznych (współorganizatorach zawodów), jak również w formie nagród rzeczowych. Nie zapomnieliśmy jednak o wkładzie pracy nauczycieli – opiekunów przygotowujących zawodników do Olimpiady. Otrzymali oni takie same nagrody jak zwycięzcy I edycji. Jak się sprawuje Pani nagroda, czy służy pomocą w przygotowaniu i realizacji lekcji?*
 - Naturalnie najważniejsze dla uczestników są zawsze indeksy na wymarzone uczelnie, dlatego nagrody rzeczowe były miłym dopełnieniem ich wielkich sukcesów. To, że organizatorzy docenili również pracę opiekunów jest bardzo motywujące. Absolutnie nie przypisuję tu sobie wielkich zasług, ponieważ ogrom wiedzy i umiejętności moi podopieczni zdobyli sami, poświęcając nauce większość swojego wolnego czasu, niemniej jednak myślę, że wspólna praca miała też duże znaczenie i była pomocna uczniom.
Nagroda, którą otrzymałam jest bardzo przydatnym narzędziem pracy, powoduje iż praca jest bardziej komfortowa i łatwiejsza. Pozwala sprawniej przygotowywać zajęcia i je prezentować w klasie. Dziękuję.
- *Przed nami II edycja zawodów. Czy plan przygotowań do niej ulegnie zmianie w porównaniu do poprzedniej edycji? Nowe metody?*
 - Myślę, że dotychczasowy system był niezły, więc z drobnymi zmianami, a raczej uelastycznieniem – będziemy wraz z uczniami kontynuować pracę, którą zaczęliśmy już w poprzednim roku szkolnym. Należy więc tylko życzyć nam wytrwałości i powodzenia. A nowe metody i zasady zawsze mogą się pojawić w trakcie, jeśli będzie taka potrzeba.
- *Na zakończenie zapytam o Pani plany rozwoju zawodowego.*
 - Nauczyciel całe życie się uczy i ja nie odbiegam zupełnie od tego obrazu. Dlatego też planuję kolejne studia, które tym razem mają pomóc mi rozwinąć umiejętności pracy z ludźmi, przekazywania im wiedzy. I oczywiście ciągła nauka, bo przecież przedsiębiorczość to przedmiot, w którym dane zmieniają się jak w kalejdoskopie, więc na bieżąco muszę odrabiać pracę domową i po prostu uczyć się. A w przyszłości może..., ale na razie nie będę zapeszać.
- *Dziękuję serdecznie za rozmowę, pozostaje mi jedynie życzyć powodzenia w pracy z uczniami, rozwoju naukowego oraz kolejnych sukcesów olimpijskich.*
 - Dziękuję bardzo i mam nadzieję, że do zobaczenia na kolejnym finale.

Opinie laureatów i ich opiekunów

Z myślą o usprawnieniu organizacji zawodów w kolejnych edycjach Olimpiady Przedsiębiorczości oraz wydaniu niniejszej publikacji poprosiliśmy naszych laureatów i ich opiekunów o opinie na temat zawodów. Wybrane nadesłane komentarze publikujemy poniżej.

Michał Szymański, Zespół Szkół Ogólnokształcących I Liceum Ogólnokształcące im. H. Sienkiewicza w Płońsku

Jak można najlepiej opisać I Edycję Olimpiady Przedsiębiorczości, która odbyła się w roku szkolnym 2005/2006? Przede wszystkim cechował ją pełen szacunek. Zarówno wzajemny szacunek wszystkich uczniów i Komisji Konkursowych oraz innych uczestników, jak i szacunek organizatorów dla nas, licealistów. Ciekawe, różnorodne zadania, przyjazna atmosfera (mimo rywalizacji) i pierwszorzędna organizacja – taka była właśnie I Edycja Olimpiady Przedsiębiorczości. Dla maturzystów była to poza tym doskonała okazja, by oswoić się z egzaminacyjnym stresem – to doświadczenie zaprocentowało później na maturach.

Konrad Otrębski, III Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza w Katowicach

Przyczyną, dla której zdecydowałem się na udział w Olimpiadzie była chęć poprawienia swojej pozycji w rekrutacji do SGH. Do pierwszego etapu przygotowywałem się z podręczników do przedsiębiorczości dla szkoły średniej. Przed II etapem przyłączyłem się do jednej z drużyn formujących się na internetowym forum Olimpiady. Myślę, że to forum było bardzo pomocne dla uczestników – zwłaszcza że była to I edycja – i powinno funkcjonować w edycjach następnych. Czytałem również książki z dziedziny ekonomii i etyki, znajdujące się na zalecanej przez organizatorów liście. Przydatne okazało się też codzienne śledzenie wydarzeń, kursów i indeksów giełdowych, jak również uważanie na lekcjach WOS-u...

Mariusz Rabiński, Liceum Ogólnokształcące im. Komisji Edukacji Narodowej w Stalowej Woli

Na olimpiadzie trzeba było wykazać się obszerną wiedzą z wielu dziedzin. Pomysł z prezentacjami w etapie okręgowym i centralnym według mnie jest dobry, ponieważ umiejętności pracy w grupie oraz samodzielnej prezentacji są obecnie niewątpliwie ważne. Podczas Olimpiady można się sprawdzić i oczywiście czegoś nauczyć. Bardzo udana olimpiada i jako uczeń pierwszej klasy liceum na pewno wystartuję w kolejnych edycjach!

Barbara Sawczuk-Gołaszewska (nauczyciel), Zespół Szkół Ogólnokształcących I Liceum Ogólnokształcące im. H. Sienkiewicza w Płońsku

I Edycja Olimpiady Przedsiębiorczości to bardzo dobry sprawdzian wiedzy uczniów oraz promocja uczelni z tradycjami, których studentami chcą zostać uczniowie biorący udział w eliminacjach. Cieszę się, że wykładowcy tak renomowanych uczelni poświęcili czas na zorganizowanie i prowadzenie zawodów, co dla uczestników było niezmiernie ważne i nadało tej olimpiadzie odpowiednią rangę i prestiż. Chciałabym wspomnieć tylko o drobnych problemach

ze zgromadzeniem literatury, jaka była proponowana przez organizatorów. Dobrze by było, aby wznowiono wydania, które byłyby dostępne w bibliotekach w małych miejscowościach.

Dziękuję bardzo profesorom, pracownikom administracji, studentom oraz wszystkim, którzy przyczynili się do stworzenia bardzo dobrej atmosfery towarzyszącej eliminacjom w kolejnych etapach tej Olimpiady.

Magda Boryczko-Górska (nauczyciel), XXXVII LO im. Jarosława Dąbrowskiego w Warszawie

Trudno jest przecenić znaczenie tej Olimpiady, szczególnie dla uczniów i nauczycieli liceów ogólnokształcących. Podstawy przedsiębiorczości nie są bowiem przedmiotem egzaminacyjnym na maturze, a odstąpienie od egzaminu z tego przedmiotu na SGH pozbawiło nas jakichkolwiek nadziei na to, że w szkołach przedmiot ten nie będzie traktowany po macoszemu – stał się on teraz „michalkiem michalków”. Te dwie godziny w tygodniu są często w planie klas maturalnych, co powoduje – początkowo przynajmniej – niechęć uczniów zajętych już maturą, a także nauczycieli, ponieważ mają do dyspozycji, w istocie, tylko jeden semestr nauki, muszą więc gonić z programem, który przecież powinien być realizowany metodami aktywizującymi wymagającymi więcej czasu... W dodatku, nauczyciele klas maturalnych mają płaconą tzw. średniówkę, czyli płace ich są bardziej niż żałosne. Zapewne nie zachęca to nikogo (w tym ekonomistów) do uczenia tego przedmiotu, jest więc to często tylko uzupełnieniem etatów nauczycieli o zupełnie innym wykształceniu akademickim...

Wydaje się, że to wszystko razem sprawia, że na poziomie Ministerstwa należałoby zwrócić uwagę na pewną fasadowość wprowadzenia tego przedmiotu w takim kształcie. Więcej jest tu deklaratywności niż faktycznych możliwości przekazania wiedzy i wykształcenia postaw założonych przez ustawodawcę przy wprowadzaniu tego przedmiotu do programu szkół średnich.

Wierzę, że bariery formalne zostaną usunięte i w przyszłym roku Olimpiada znajdzie się na liście olimpiad zarejestrowanych w Ministerstwie – tak, jak na to zasługuje.

Mariusz Zabrocki, I Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza w Białymstoku

Udział w Olimpiadzie Przedsiębiorczości był dla mnie bardzo ciekawym doświadczeniem. Biorąc pod uwagę, że była to pierwsza edycja nie można mieć wiele do zarzucenia. Dość późno wprowadzie dowiedziałem się o pierwszym etapie konkursu, ale dzięki informacji w Internecie można było całkiem sporo się dowiedzieć, także w porównaniu do innych olimpiad.

Przygotowania, szczególnie przed etapem drugim i trzecim, zmotywowały mnie do zdobycie wiedzy, która z pewnością będzie cenna w przyszłości. Kosztowało mnie to dość dużo wysiłku, jednak dostawałem wszelką pomoc ze strony mojej nauczycielki Magdaleny Żmiejko, a w szkolnej bibliotece miałem dostęp do wielu przydatnych publikacji. Mogłem nawet w ramach ćwiczeń pokazywać prezentację przed innymi klasami i otrzymać pewne rady. Z wyniku, który osiągnąłem (16. miejsce), także się cieszę, nawet jeśli pozostaję w cieniu mojego kolegi z klasy, który został laureatem I miejsca.

Nagrody robią wrażenie, choć przydałoby się zasponsorować dłuższy czas trwania 2. i 3. etapu konkursu. Finał Olimpiady Geograficznej i Nautologicznej, w którym rok wcześniej wziąłem udział trwał 4 dni, więc nie widzę przeszkód, by przedłużyć etap okręgowy i finałowy choć o jeden dzień, aby umożliwić dojeżdżającym uczestnikom odpoczynek przed zmaganiem konkursowymi. Poza tym zdziwił mnie brak jawności kryteriów oceniania prezentacji.

Za świetny pomysł uważam połączenie rozdania nagród z obchodami Święta SGH. Miło w czymś takim uczestniczyć, bowiem zamierzam, jak z pewnością i większość finalistów, studiować na tej uczelni.

Wyrażam nadzieję, że idea Olimpiady Przedsiębiorczości zostanie rozwinięta, gdyż popularność jej pierwszej edycji świadczy o zapotrzebowaniu na nią. Mnie osobiście udział w tym wydarzeniu sprawił wiele radości.

Małgorzata Ognisty (nauczyciel), Zespół Szkół Ekonomicznych w Dębicy

Jeżeli chodzi o organizację Olimpiady, to mam sugestię, aby poczynić starania o wpisanie Olimpiady Przedsiębiorczości na listę olimpiad przedmiotowych. Umożliwi to uczniom ze szkół zawodowych zwolnienie z części pisemnej egzaminu z przygotowania zawodowego.

W organizacji Olimpiady na zmianę, według mnie, zasługują zasady doboru uczniów rozwiązujących case'y na szczeblu eliminacji okręgowych. Grupy powinny być równoliczne i tworzone na zasadzie doboru losowego na podstawie list osób zakwalifikowanych do II etapu przez Organizatorów. Można również dać do rozwiązania jeden przypadek dla wszystkich grup, aby ułatwić i zobiektywizować ocenę oraz usprawnić przebieg zawodów.

Osobiście bardzo się cieszę, że ruszyła Olimpiada Przedsiębiorczości – to wspaniały pomysł.

Ewa Michalska (nauczyciel), Publiczne Liceum Ogólnokształcące nr II z Oddziałami Dwujęzycznymi im. M. Konopnickiej w Opolu

Jeśli chodzi o organizację Olimpiady oceniamy ją bardzo dobrze. Uczniowie naszej szkoły przedmiot przedsiębiorczość mają w siatce godzin dopiero w trzeciej (ostatniej) klasie. Dzięki temu, że pierwszy etap olimpiady odbył się w grudniu, miałam możliwość zrealizowania 3/4 treści programowych do tego czasu w ramach lekcji. Mam nadzieję, że w przyszłym roku szkolnym termin pierwszego etapu olimpiady zostanie ustalony również o tej porze. Ze względu na konieczność dojazdu na zawody okręgowe i centralne uważamy, iż czas eliminacji został także ustalony prawidłowo.

Uczniowie mają bardzo pozytywny stosunek do Olimpiady, uważają, że warto brać w niej udział ze względu na możliwość wygrania indeksu na studia. Dużo osób myśli o studiach w SGH i sugeruje, aby wstęp bez postępowania kwalifikacyjnego obejmował nie 5, lecz 10 pierwszych laureatów. W uzasadnieniu podają fakt, iż do etapu centralnego trudno się dostać (np. do etapu centralnego Olimpiady Wiedzy Ekonomicznej dostaje się aż 100 osób, w Olimpiadzie Przedsiębiorczości tylko 50).

Mamy nadzieję, że nasze sugestie będą uwzględnione przy organizacji kolejnej edycji Olimpiady. Pozdrawiamy i życzymy powodzenia.

Olga Bytniewska (nauczyciel), III Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza w Katowicach

Zorganizowanie Olimpiady Przedsiębiorczości uważam za bardzo cenną inicjatywę, na którą czekałam zarówno ja, jak i moi uczniowie. Pozwala ona poszerzyć zakres edukacji ekonomicznej, jednego z najważniejszych elementów kształcenia we współczesnej szkole. Prawidłowe przygotowanie młodego człowieka do życia w społeczeństwie demokratycznym, w realiach

gospodarki rynkowej wymaga od nas wszystkich zespolenia naszych działań. Dzięki Olimpiadzie młodzież uzyskuje nie tylko możliwość skontrolowania i porównania stanu swojej wiedzy, ale także dodatkową motywację do zgłębiania tej dziedziny. Myślę, że jedynie brak akceptacji ze strony MEN jest minusem tegorocznej Olimpiady. Jesteśmy tym rozgoryczeni, ponieważ ten fakt w pewnym sensie deprecjonuje na arenie międzyszkolnej osiągnięcia uczestników. Mając nadzieję, że w przyszłym roku to się zmieni, pozdrawiam wszystkich.

Adrian Burda, V Liceum Ogólnokształcące w Zielonej Górze

Jest mi niezmiernie miło, że nie tylko mogę cieszyć się z laurów zdobytych na tej Olimpiadzie, ale również mam okazję do wyrażenia swojego zdania na temat przebiegu Olimpiady. Podsumowując te zmagania muszę na początku podkreślić swoją satysfakcję z ich wyniku i generalnego przebiegu. Bardzo dobrym pomysłem według mnie okazały się zadania praktyczne, sam fakt urozmaicenia konkursu nowymi formami jest godny pochwały.

Osobiście uważam, iż zarówno zadanie z etapu okręgowego, jak i z centralnego były dla mnie pożyteczne. II etap pokazał mi, jak efektywnie pracować w grupie, dzięki zaś opracowaniu prezentacji pogłębiłem swoją wiedzę na temat podejmowanego w niej problemu, ucząc się wiele również w zakresie tworzenia prezentacji multimedialnej w programie Power Point. Oba wystąpienia przed komisją były dla mnie dobrą szkołą publicznych prezentacji. Oby jak najwięcej takich otwartych form było w jak największej liczbie konkursów.

Z pozytywnych stron Olimpiady pragnę również wyrazić moją aprobatę dla faktu przyznania nagród również nauczycielom, co było wyrazem doceniania ich pracy z nami (choć zabawnie wyglądała sytuacja, w której pedagog mający pod opieką kilku uczniów otrzymuje cały komplet nagród). [W przypadku, kiedy jeden nauczyciel sprawował opiekę merytoryczną nad kilkoma laureatami, otrzymywał on tylko jedną nagrodę – red.]

Jednak na konkursie zauważyłem też sporo niedociągnięć, które moim zdaniem powinny zostać możliwie szybko poprawione. Choć winę za część z nich zrzucam na karb tego, iż jest to pierwsza edycja Olimpiady, jednak od początku trzeba zwracać uwagę na nieprawidłowości.

Osobiście dość sceptycznie jestem nastawiony do testu. Sama forma, choć niezwykle obiektywna w założeniu, w praktyce wymaga przyjęcia pewnego schematyzmu w myśleniu. Dodatkowo niektóre pytania w teście i odpowiedzi na nie mogły wzbudzać duże kontrowersje. Raczej w niewielkim stopniu sprzyja to rozwojowi kreatywności. Proponuję w przyszłym roku rozważyć zmianę formy testu tak, by pytania sprawdzały więcej umiejętności.

Również w kwestii zadań praktycznych wymagałbym większej jasności, przynajmniej w odniesieniu do zasad oceniania. Do dziś nie wiem, według jakich kryteriów oceniano moją prezentację, podobnie jak wystąpienie z II etapu. Brak jasnych kryteriów sprzyja, niestety, różnego rodzaju spekulacjom. Dlatego na przyszły rok proponowałbym ustalić kryteria oceny.

Ostatnie z moich najistotniejszych uwag dotyczą kwestii organizacyjnych. Co prawda, ustalenie – szczególnie na zawodach okręgowych – tylko 1 dnia zawodów ma swoje zalety, lecz finał powinien być dwudniowy z noclegiem. Uczestnicy przyjeżdżają z całej Polski, najczęściej i tak muszą gdzieś nocować. Poza tym przez taką formę finału uczestnicy Olimpiady nie mają za wiele okazji spotkać się. Zaproponowanie przy okazji wyjścia na jakąś imprezę kulturalną (do wyboru multipleks, teatr, opera bądź filharmonia) lub dla odmiany udział w biznesowej konferencji pomogłyby kojarzyć w przyszłości udział w Olimpiadzie nie tylko z samym pisanem. I ostatnią uwagę skieruję do organizatorów pikniku SGH. Muszę skrytykować organizatorów za niezapewnienie zdrowych przekąsek, i ograniczenie menu wyłącznie do słodczych, za którymi nie

każdy przepada. Myślę, że ekonomiści powinni też dbać o zdrowie, a owoce i starannie obrane kawałki marchewki i selera nikomu by nie zaszkodziły podczas obchodów Święta Uczelni.

 Albert Tomaszewski (nauczyciel), LXIV Liceum Ogólnokształcące im. St.I. Witkiewicza w Warszawie

Często słyszymy, że codzienność zmusza nas do aktywnego podejścia do ciągle nowych problemów. Dla wielu oznacza to, że życie w dzisiejszym świecie zmusza do bycia przedsiębiorczymi. Nic bardziej mylnego – człowiek przedsiębiorczy to osoba z satysfakcją wykorzystująca nadarzające się szanse, a nie cierpiący heros z mozołem walczący z przeciwnościami dnia codziennego. Przedsiębiorczość to nie wspinaczka pod górę z kamiennym balastem, a raczej zjazd po nartostradzie, gdzie problemy to tylko chorągiewki, które zaraz po ominięciu znikają z pola widzenia. Bardzo się cieszę, iż jako nauczyciel miałem przyjemność wziąć udział w przedsięwzięciu zorganizowanym przez grupę ludzi, którym najpewniej jest bliski ten sposób myślenia. To dlatego Olimpiada Przedsiębiorczości na tle innych już w pierwszej edycji bardzo pozytywnie zaskakuje nastawieniem na rozwój i sprawdzenie umiejętności oraz postaw przedsiębiorczych. Obecność w programie zadań grupowych oraz prezentacji daje uczniom bardzo ważną wskazówkę – umiejętność współpracy z ludźmi, komunikacji i przedstawiania swojego punktu widzenia to jedna z najważniejszych w życiu umiejętności. Wiedza i przygotowanie teoretyczne stanowią w Olimpiadzie Przedsiębiorczość bardzo ważny fundament, bez którego nie da się postawić solidnej budowli, ale to nacisk na wyrobienie praktycznych umiejętności stanowi element konstrukcji, który wyróżnia całe przedsięwzięcie. A przypomnę, że Olimpiada Przedsiębiorczości ma niecały rok i jestem pewien, że organizatorzy szykują już nowe atrakcje. Gratuluję i życzę powodzenia!

Poczet laureatów I edycji Olimpiady Przedsiębiorczości



I miejsce, pkt 101,5

Jerzy Koronkiewicz

ZSO nr 4, I Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza
w Białymstoku



Opiekun merytoryczny
Magdalena Żmiejko



II miejsce, pkt 100,5

Dominik Grzybowski

LXIV LO im. St.I. Witkiewicza
w Warszawie



Opiekunowie merytoryczni
**Albert Tomaszewski,
Tomasz Dudziński**



III miejsce, pkt 99

Mateusz Romanowski

I Liceum Ogólnokształcące im. St. Żeromskiego w Elku



Opiekun merytoryczny
Irena Nowosad



IV miejsce, pkt 93,5

Sebastian Konicz

Zespół Szkół Ogólnokształcących Nr 1, III LO im. Marynarki
Wojennej RP w Gdyni



Opiekun merytoryczny

Waldemar Kotowski



V miejsce, pkt 89

Krzysztof Kalisiak

I Liceum Ogólnokształcące im. M. Kopernika w Łodzi



Opiekun merytoryczny

Dagmara Raczkowska



VI miejsce, pkt 88,5

Łukasz Włodarczyk

XXXIV Liceum Ogólnokształcące im. Miguela de Cervantesa
w Warszawie



Opiekun merytoryczny

Ewa Pawłowska



VII miejsce, pkt 85,5

Adrian Burda

V Liceum Ogólnokształcące w Zielonej Górze



Opiekun merytoryczny

Pauola Grzeszczuk



VIII miejsce, pkt 83,5
Piotr Smoleń
I LO im. M. Kopernika w Łodzi

Opiekun merytoryczny
Dagmara Raczowska



VIII miejsce, pkt 83,5
Magdalena Lipińska
II LO im. Gen. Władysława Andersa w Chojnicach

Opiekun merytoryczny
Joanna Jaśtak



VIII miejsce, pkt 83,5
Maciej Albinowski
XXXVII LO im. Jarosława Dąbrowskiego w Warszawie

Opiekun merytoryczny
Maria Boryczko-Górska



XI miejsce, pkt 83
Michał Szymański
Zespół Szkół Ogólnokształcących w Płońsku,
I LO im. H. Sienkiewicza

Opiekun merytoryczny
Barbara Sawczuk-Gołaszewska





XII miejsce, pkt 80

Jakub Janicki

Zespół Szkół Ogólnokształcących Nr 1, III LO im. Marynarki
Wojennej RP w Gdyni



Opiekun merytoryczny
Waldemar Kotowski



XII miejsce, pkt 80

Piotr Jakóbiak

Liceum Ogólnokształcące im. KEN w Stalowej Woli



Opiekun merytoryczny
Elżbieta Komsa



XIV miejsce, pkt 76,5

Krzysztof Michalak

Zespół Szkół im. Powstańców Wielkopolskich w Bielicach



Opiekun merytoryczny
Agata Lizuraj



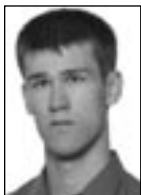
XIV miejsce, pkt 76,5

Daria Stępień

I Liceum Ogólnokształcące im. St. Żeromskiego w Kielcach



Opiekun merytoryczny
Marek Pałczyński



XVI miejsce, pkt 75

Mariusz Zabrocki

ZSO nr 4, I Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza
w Białymstoku

Opiekun merytoryczny

Magdalena Żmiejko



XVII miejsce, pkt 74

Krzysztof Dziubiński

Zespół Szkół Ogólnokształcących Nr 1, III LO im. Marynarki
Wojennej RP w Gdyni

Opiekun merytoryczny

Waldemar Kotowski



XVIII miejsce, pkt 73

Krzysztof Dziurawiec

Zespół Szkół nr 2 im. Księcia P.K. Sanguszki w Lubartowie

Opiekun merytoryczny

Iwona Lal



XIX miejsce, pkt 69

Andrzej Różycki

I LO im. Ks. A.J. Czartoryskiego w Puławach

Opiekun merytoryczny

Alicja Wawer





XX miejsce, pkt 68,5
Karol Kaczowski
Zespół Szkół Ogólnokształcących I LO
w Kluczborku



Opiekun merytoryczny
Bożena Kośmidek-Dzięgiel



XXI miejsce, pkt 67,5
Mateusz Markiewicz
VII Liceum Ogólnokształcące we Wrocławiu



Opiekun merytoryczny
Ewa Nowak



XXI miejsce, pkt 67,5
Konrad Otrębski
III Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza
w Katowicach



Opiekun merytoryczny
Olga Bytniewska



XXIII miejsce, pkt 66,5
Mariusz Rabiński
Liceum Ogólnokształcące im. KEN w Stalowej Woli



Opiekun merytoryczny
Elżbieta Komsa



XXIV miejsce, pkt 60,5
Anna Stryczek
Zespół Szkół Ekonomicznych w Dębicy

Opiekun merytoryczny
Małgorzata Ognisty



XXV miejsce, pkt 59,5
Anna Pożoga
Publiczne Liceum Ogólnokształcące nr II z Oddziałami
Dwujęzycznymi, im. M. Konopnickiej w Opolu

Opiekun merytoryczny
Ewa Michalska



Zbiorowa fotografia laureatów, ich opiekunów i organizatorów podczas uroczystości wręczania dyplomów



Pozostali finaliści Olimpiady Przedsiębiorczości (lista alfabetyczna)

Katarzyna Adamska

Zespół Szkół nr 14, Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny
Małgorzata Drwiega

Łukasz Adamski

III Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza w Tarnowie

Opiekun merytoryczny
Bogumiła Maniak

Tomasz Aleszczyk

Zespół Szkół Ogólnokształcących w Orzyszu

Opiekun merytoryczny
Dorota Foszczyńska

Michał Bors

VI Liceum Ogólnokształcące im J. Słowackiego w Kielcach

Opiekun merytoryczny
Teresa Wójcicka

Anna Cieślik

II Liceum Ogólnokształcące im. R. Traugutta w Częstochowie

Opiekun merytoryczny
Anna Kaźmierczak

Michał Drzastwa

Katolickie Liceum Ogólnokształcące SPSK im. Matki Bożej Jasnogórskiej w Częstochowie

Opiekun merytoryczny
Krzysztof Śliwiński

Magdalena Dzikowska

Zespół Szkół nr 14, Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny
Małgorzata Drwiega

Michał Faryś

Zespół Szkół w Szczekocinach

Opiekun merytoryczny
Krzysztof Bała



Katarzyna Hładec

Publiczne Liceum Ogólnokształcące nr II z oddziałami dwujęzycznymi im. M. Konopnickiej w Opolu

Opiekun merytoryczny
Ewa Michalska

Tomasz Ilasz

I Liceum Ogólnokształcące im. H. Sienkiewicza w Łańcucie

Opiekun merytoryczny
Marta Kaczmarczyk

Michał Jeka

Zespół Szkół nr 14, Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny
Małgorzata Drwięga

Karol Karpiński

Zespół Szkół Ogólnokształcących Nr 7, XIII Liceum Ogólnokształcące w Szczecinie

Opiekun merytoryczny
Barbara Dąbrowska

Tomasz Krakowiak

III Liceum Ogólnokształcące im. Unii Lubelskiej w Lublinie

Opiekun merytoryczny
Waldemar Żytomski

Andrzej Kulas

V Liceum Ogólnokształcące w Toruniu

Opiekun merytoryczny
Katarzyna Rybicka

Seweryn Wojciech Makowski

II Liceum Ogólnokształcące im. Marii Konopnickiej w Inowrocławiu

Opiekun merytoryczny
Waldemar Wąśniewski

Bartosz Malinowski

V Liceum Ogólnokształcące w Bielsku-Białej

Opiekun merytoryczny
Beata Odrobińska-Podsiadło

Małgorzata Muras

Zespół Szkół Nr 1 im. J.S. Cezaka w Zgierzu

Opiekunowie merytoryczni
Zenona Kowalska, Michał Szalewski



Iwona Muzyka

Zespół Szkół Ogólnokształcących Nr 1 im. Komisji Edukacji Narodowej w Puławach

Opiekun merytoryczny

Agnieszka Przeździecka

Kacper Ostrowski

Zespół Szkół Ogólnokształcących, I Liceum Ogólnokształcące im. J. Słowackiego w Elblągu

Opiekun merytoryczny

Halina Markiewicz-Antczak

Maciej Piotrowicz

Zespół Szkół nr 14, Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny

Małgorzata Drwiega

Krzysztof Sieradzki

Liceum Ogólnokształcące im. Komisji Edukacji Narodowej w Stalowej Woli

Opiekun merytoryczny

Elżbieta Komsa

Piotr Szramkowski

Zespół Szkół Ekonomiczno-Administracyjnych w Bydgoszczy

Opiekun merytoryczny

Małgorzata Klisz-Lipkowska

Kornel Tetera

Zespół Szkół nr 14, Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny

Małgorzata Drwiega

Aleksandra Warzecha

Zespół Szkół Ogólnokształcących, I Liceum Ogólnokształcące im. J. Słowackiego w Elblągu

Opiekun merytoryczny

Halina Markiewicz-Antczak

Patrycja Ziemblińska

I Liceum im. Tadeusza Kościuszki w Koninie

Opiekun merytoryczny

Renata Lasota

Organizatorzy Olimpiady:



Partnerzy Strategiczni:



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Partnerzy Organizacyjni:



Fundacja
Młodzieżowej Przedsiębiorczości
Junior Achievement Foundation

Klub Patronów Olimpiady:



KRAJOWA IZBA
GOSPODARCZA



POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT



KONFEDERACJA
PRACODAWCÓW
POLSKICH

Sponsor:



Patron medialny:

