

*[UWAGA: Materiał zawiera komentarze i przykładowe odpowiedzi na pytania testowe. Podczas sprawdzania prac wszelkie inne warianty odpowiedzi uczestników były konsultowane przez zespół ekspertów i jeżeli nie budziły jednoznacznych wątpliwości, były uznawane za poprawne].*

# OLIMPIADA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Edycja XI  
[Rok szkolny 2015/2016]

7 kwietnia 2016 r.

## **Test eliminacji centralnych z przykładowymi odpowiedziami**

### **1. (1 pkt) Scharakteryzuj jeden z wybranych typów osobowości wg Hipokratesa.**

Typy osobowości wg Hipokratesa:

- Sangwinik – osoba optymistyczna, radosna, umiejąca realizować swoje cele, działająca dynamicznie.
- Choleryk – osoba impulsywna i drażliwa, robiąca wiele rzeczy na raz, mająca zapał tylko na początku realizacji jakiegoś zadania, często popadająca w konflikty.
- Melancholik – osoba depresyjna, niewiedząca, co chce osiągnąć w życiu, za wszystkie niepowodzenia obwiniająca inne osoby, tylko nie siebie.
- Flegmatyk – osoba powolna, niedążąca do żadnych zmian w życiu, zadowolona z tego, co osiągnęła do tej pory.

### **2. (1 pkt) Wymień 1 technikę wykorzystywaną w analizie otoczenia konkurencyjnego.**

Przykładowe odpowiedzi: punktowa ocena atrakcyjności sektora, analiza 5 sił Portera.

### **3. (1 pkt) Wymień 2 bariery komunikacji interpersonalnej.**

Przykładowe odpowiedzi:

- Krytykowanie rozmówcy. Wyrażanie negatywnej oceny jego postawy, działań, poglądów. Wartościowa krytyka to taka, która odnosi się do konkretnego zachowania osoby i w kulturalny sposób wyjaśnia, że było ono nieodpowiednie.
- Udzielanie rad. Osoba, która często – nieproszona – sypie jak z rękawa różnymi poradami, stawia się na wyższej pozycji w stosunku do rozmówcy. Prezentuje siebie jako kogoś mądrzejszego, bardziej doświadczonego, a swemu rozmówcy sugeruje, że nie potrafi on poradzić sobie z problemem.
- Porównywanie siebie do rozmówcy pod kątem różnych kryteriów (np. ubioru, kompetencji zawodowych). Słuchający, zamiast koncentrować się na treści wypowiedzi, skupia się na porównywaniu.
- Emocje, szczególnie negatywne, na przykład: złość, zniecierpliwienie, zazdrość, brak zaufania, mogą sprawić, że komunikat zostanie odebrany subiektywnie.
- Nieznajomość tematu rozmowy. Zdarza się wówczas, gdy jedna osoba ma dużą wiedzę na temat, o którym mowa, a druga niewielką. W takim wypadku nie są one w stanie porozumieć się ze sobą.
- Ignorowanie zdania rozmówcy, jego systemu wartości lub norm kulturowych sprawia, że komunikacja jest wręcz niemożliwa.

### **4. (1 pkt) W jaki sposób zmiana ceny dóbr komplementarnych wpływa na wielkość popytu?**

Zwiększenie ceny dóbr komplementarnych → zmniejszenie wielkości popytu

lub

zmniejszenie ceny dóbr komplementarnych → zwiększenie wielkości popytu.

### **5. (1 pkt) Opisz różnicę między PKB i PNB.**

Jest to saldo dochodów własności netto, czyli nadwyżka dochodów z własności czynników produkcji zatrudnionych za granicą nad dochodami majątkowymi uzyskanymi przez cudzoziemców w danym kraju.

### **6. (1 pkt) Co to są dobra klubowe?**

Dobra, w których przypadku nie ma konkurencyjności w konsumpcji (kolejny użytkownik nie zmniejsza użyteczności wcześniejszych), i można wyłączyć z konsumpcji osoby niepłacące za skorzystanie z tych dóbr.

## **7. (1 pkt) Wymień dwie zalety rekrutacji zewnętrznej.**

Przykładowe odpowiedzi:

- Możliwość pozyskania pracowników o wysokich kompetencjach,
- „Świeże” spojrzenie na przedsiębiorstwo,
- Brak uwikłania w stosunki nieformalne.

## **8. (1 pkt) Na czym polega kafeteryjny system wynagradzania.**

Kafeteryjny system wynagradzania oznacza możliwość indywidualnego wyboru przez pracownika tych elementów (beneficjów) w systemie wynagradzania, które w największym stopniu zaspokoją jego potrzeby. Beneficja na ogół przyjmują formę rzeczową. W kafeterii można znaleźć takie beneficja, jak:

- dodatkowe ubezpieczenia,
- dodatkowy płatny urlop,
- opłaty za: naukę dziecka, dowolne szkolenia lub kursy pracownika, opiekę medyczną, korzystanie przez pracownika i jego rodzinę z obiektów sportowych czy opłaty za mieszkanie,
- możliwość garażowania prywatnego auta w firmowych pomieszczeniach,
- kupno po znacznie niższych cenach produktów danej firmy,
- możliwość skrócenia tygodnia pracy,
- pozwolenie na przychodzenie do pracy w godzinach późniejszych niż typowe,
- urządzenie wystawnego przyjęcia na koszt pracodawcy,
- wczasy lub weekendy wypoczynkowe opłacone przez firmę.

Powyższe beneficja to wybrane przykłady. Lista świadczeń uzależniona jest od potrzeb pracowników oraz możliwości finansowych firmy.

## **9. (1 pkt) Co to są raje podatkowe?**

Miejsca o atrakcyjnym systemie podatkowym – państwa, w których przepisy podatkowe są wyjątkowo łagodne dla obcokrajowców oraz kapitału zagranicznego i pozwalają na optymalizację podatkową.

### **10. (1 pkt) Wymień 2 zasady dotyczące ustępstw w negocjacjach.**

Umiejętność dokonywania ustępstw jest – obok siły, aspiracji, asertywności, umiejętności komunikowania się, umiejętności argumentowania i umiejętności wyrażenia krytyki – kluczowym czynnikiem sukcesu w negocjacjach. Poniżej przedstawiono dekalog skutecznego ustępowania:

1. Drugiej stronie należy przedstawiać żądania wyższe, niż chce się osiągnąć.
2. Ustępstwa powinny być niewielkie.
3. Ustępstwa powinny stopniowo maleć.
4. Ustępstwa nie muszą być równomierne.
5. Ustupując, należy żądać czegoś w zamian.
6. Ustępować należy powoli i niełatwo.
7. Należy stosować taktykę „zdechłej ryby”.
8. W ważnych sprawach nie należy samemu ustępować w pierwszej kolejności.
9. Należy ostrożnie traktować absurdalną propozycję drugiej strony.
10. Negocjatorzy dokonują maksymalnie pięciu ustępstw.

### **11. (1 pkt) Co to jest masowa kastomizacja?**

Masowa kastomizacja oznacza oferowanie klientom zindywidualizowanych produktów (konsumenci mają potrzebę podkreślenia swojej osobowości i jednocześnie oryginalnego wyróżniania się) z zachowaniem niskich cen (do których konsumenci są przyzwyczajeni – co praktycznie przekłada się na konieczność oferowania zindywidualizowanych produktów produkowanych z zachowaniem korzyści skali).

### **12. (1 pkt) Jak nazywa się reguła decyzyjna, która polega na wyborze rozwiązania najlepszego pod względem sumy ważonych wartości kryteriów?**

Reguła sumowania użyteczności (sumowania użyteczności całkowitej).

### **13. (1 pkt) Podaj przykład zastosowania strategii dywersyfikacji pionowej.**

Dywersyfikacja oznacza rozproszenie przychodów przedsiębiorstwa pomiędzy różne sektory.

Dywersyfikacja pozioma oznacza rozszerzanie działalności na wyroby substytucyjne, konkurencyjne lub ewentualnie wyroby uboczne.

Dywersyfikacja pionowa oznacza wchodzenie w kolejne sektory ścieżki ekonomicznej (i uzyskiwanie z nich przychodów).

Integracja pionowa oznacza włączanie kolejnych ogniw ścieżki ekonomicznej, ale tylko na własne potrzeby przedsiębiorstwa (generuje koszty).

**14. (1 pkt) Na czym polega kaizen?**

Kaizen to koncepcja ciągłego doskonalenia organizacji – jednym z jej założeń jest to, że żaden dzień nie powinien minąć bez dokonania jakiejś poprawy w którymś z obszarów funkcjonowania firmy (nawet drobne zmiany doprowadzają w konsekwencji do doskonałości jakościowej).

**15. (1 pkt) Wymień 1 sytuację, w której zalecane jest stosowanie strategii penetracji jako strategii rozwoju.**

Penetracja rynku (dotychczasowe produkty i rynki):

- intensyfikacja konsumpcji u dotychczasowych odbiorców (częstsze zakupy, większe ilości jednorazowych zakupów);
- zdobycie nowych odbiorców dla dotychczasowych produktów (usług) konkurentów;
- zdobycie odbiorców, którzy do tej pory nie kupowali takich produktów lub usług.

Sytuacje: nowa firma, brak środków na inne kierunki rozwoju.

**16. (1 pkt) Wymień 2 metody pomocne przy sporządzaniu analizy SWOT w obszarze szans i zagrożeń.**

Metody analizy makrootoczenia, metody analizy atrakcyjności sektora.

**17. (1 pkt) Podaj przykład zastosowania techniki crossellingu.**

Crosselling – technika polegająca na sprzedaży klientowi dodatkowych produktów, powiązanych z produktem nabywanym przez klienta. W ramach tej techniki jako dopełnienie najczęściej oferuje się produkty tańsze od nabywanego produktu (np. płyn do spryskiwaczy oferowany klientowi płacącemu za cały bak paliwa).

**18. (1 pkt) Jaka jest formuła wskaźnika VR (Visit Ratio)?**

$$VR = (AP - NAP) / NAP \times 100\%$$

AP (*adverb period*) – liczba odwiedzin w czasie kampanii,

NAP (*non adverb period*) – liczba odwiedzin w analogicznym okresie, ale bez emisji reklamy.

**19. (1 pkt) Ile wynosi wymagany kapitał zakładowy spółki akcyjnej w Polsce?**

100 000 zł (co najmniej).

**20. (1 pkt) Omów istotę zasady Pareto.**

Zasada Pareto mówi, że 20% najważniejszych czynników pozwala generować aż 80% całkowitego rezultatu. Menedżerowie nie zawsze uświadamiają sobie tę relację i często koncentrują się na działaniach, które nawet przy dużym sukcesie nie doprowadzą do znaczącego wzrostu efektywności.

Oczywiście nie zawsze w praktyce relacje kształtują się idealnie w podziale 20/80. Ale analiza bardzo wielu zjawisk pozwala zauważyć, że np. obsługa reklamacji 25% klientów – najbardziej natrętnych – zajmuje 85% czasu przeznaczanego na obsługę reklamacji w ogóle, 19% najważniejszych klientów generuje 75% przychodów itd.

**21. (1 pkt) Który z podatków zapewnia największe wpływy budżetowe w Polsce?**

Od lat największe wpływy do budżetu zapewnia podatek VAT (podatek od towarów i usług).

**WPLYWY BUDŻETOWE**  
w okresie od 01 stycznia 2015 roku do 30 czerwca 2015 roku  
(dane łączne uzyskanę z izb celnych i izb skarbowych)

kwoty w tys. zł

Lp.	Wyszczególnienie	Wpływy budżetowe*)	w tym:
			Kwoty zaległości budżetowych ścisznietych w drodze eszekucji
1.	2.	3.	4.
1	Podatek dochodowy od osób prawnych	17 227 725	52 273
2	Podatek dochodowy od osób fizycznych	37 306 959	304 217
3	Podatek od towarów i usług	57 891 800	998 903
4	Podatek akcyzowy	29 629 063	35 324
5	Podatek od gier	689 938	192
6	Podatki zniesione	59	0
7	Cła	1 369 114	984
<b>8</b>	<b>Ogółem</b>	<b>144 114 659</b>	<b>1 391 895</b>

\*) Wykazywane są w pełnych wielkościach, tj. bez odliczenia udziałów dla jednostek samorządu terytorialnego

**22. (1 pkt) Wymień 2 wady finansowania działalności przedsiębiorstw przez emisję akcji.**

Wady te, to przykładowo: utrata kontroli, konieczność udostępniania szczegółowych informacji o firmie (przy emisji giełdowej), koszty emisji, koszty raportowania.

**23. (1 pkt) Wymień 2 cechy niszy rynkowej.**

Przykłady:

- Posiada odpowiednie rozmiary (nie jest za mała i nie jest za duża),
- Posiada perspektywy rozwoju,
- Nie interesuje się nią lider i pretendent,
- W niszy firma może bronić się przed większymi uczestnikami siłą swojej reputacji.

**24. (1 pkt) Jakiego rodzaju spółki wchodzi w skład Respect Index na warszawskiej GPW?**

RESPECT Index jest indeksem dochodowym mierzącym wartość portfela spółek najbardziej odpowiedzialnych społecznie, zarządzanych w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, ale ponadto mocno akcentuje atrakcyjność inwestycyjną spółek, na którą wpływają m.in. jakość raportowania, poziom relacji inwestorskich czy ład informacyjny. Dzięki uwzględnieniu wśród kryteriów kwalifikacyjnych parametru płynności RESPECT Index, podobnie jak inne indeksy giełdowe, stanowi realną referencję dla profesjonalnych inwestorów.

RESPECT Index skupia spółki notowane na głównym rynku giełdowym, które w najwyższym stopniu spełniają wymagania w zakresie ładu korporacyjnego, ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a przede wszystkim wymogi czynników ESG (*Environmetal, Social and Governance*).

**25. (1 pkt) Ile wynosi okres wypowiedzenia umowy o pracę zawartej na czas nieokreślony z pracownikiem ze stażem pracy co najmniej 3 lat?**

Okres ten wynosi 3 miesiące.

**26. (2 pkt) Podaj 2 przykłady zachowania, które jest zaprzeczeniem stosowania strategii dyferencjacji.**

Przykłady odnoszące się do zaprzeczenia strategii dyferencjacji (oferowania klientowi unikatowego, dostosowanego do jego potrzeb wyrobu, za który klient gotów jest zapłacić więcej – związane z efektem wyróżnienia poprzez podwyższenie wartości użytkowej lub obniżenie kosztów użytkowania wyrobu). Przykłady związane ze stosowaniem strategii przywództwa kosztowego (minimalizacji kosztów całkowitych i przyciągnięcia klienta niższą ceną niż konkurent).

**27. (2 pkt) Podaj przykład regulacji prawnej z ostatnich 6 miesięcy w Polsce, która w istotny sposób wpłynęła na atrakcyjność wybranego sektora.**

Np. wprowadzenie podatku bankowego.

**28. (2 pkt) Co to jest inflacja podażowa? Podaj przykład.**

Inflacja podażowa (kosztowa) to inflacja wywoływana wzrostem kosztów, np. inflacja wywołana wzrostem płac (większym niż wydajność pracy), wzrostem cen surowców, wzrostem cen benzyny, zwiększeniem stóp procentowych.

**29. (2 pkt) Wymień dwa działania, które może podjąć państwo, żeby zmniejszyć bezrobocie strukturalne.**

Bezrobocie strukturalne spowodowane jest niedopasowaniem struktur podaży i popytu na rynku pracy. Działania jakie może podjąć państwo, to: zmiany w systemie edukacji, wprowadzenie szkolnictwa zawodowego, prowadzenie polityki gospodarczej zmieniającej strukturę przemysłu.

**30. (2 pkt) Wymień 2 sposoby przeciwdziałające efektowi myślenia grupowego.**

W sytuacji podejmowania decyzji grupowych zespół może ulegać tzw. syndromowi grupowego myślenia. Powoduje on m.in.: ograniczanie dyskusji do oceny małej liczby wariantów, rezygnację z pomocy ekspertów, unikanie opinii niezgodnych z wybranym wariantem, koncentrowanie się na faktach potwierdzających słuszność podjętej decyzji. Na występowanie syndromu myślenia grupowego narażone są przede wszystkim bardzo spójne, działające w izolacji grupy, które przywiązują ogromną wagę do lojalności wobec poszczególnych członków zespołu. Sposoby minimalizacji objawów grupowego myślenia to m.in.: ograniczenie odpowiedzialności zbiorowej poprzez określenie zakresu odpowiedzialności poszczególnych osób, zdefiniowanie „rol” każdego z członków grupy, oczekiwanie lojalności wobec organizacji jako całości, nie zaś wobec jednostek.

Działania przeciwdziałające syndromowi myślenia grupowego:

- Zachęcanie członków grupy do wypowiedzania krytycznego stanowiska dot. rozwiązywanego problemu,
- Nienarzucanie swojego stanowiska członkom grupy,
- Przydzielenie jednemu z członków roli „*advocatus diaboli*”,
- Organizowanie spotkań ostatniej szansy,
- Podział grupy na podgrupy.



### 31. (2 pkt) Co to jest zysk operacyjny i jaka jest jego formuła?

Zysk operacyjny to różnica pomiędzy przychodami a kosztami firmy w ramach podstawowej działalności. Zysk operacyjny nie uwzględnia zysków i strat nadzwyczajnych, podatków oraz wyników z działalności inwestycyjnej i z transakcji finansowych.

Zysk operacyjny jest pozycją rachunku wyników. Kalkulujemy go następująco:

	Przychody ze sprzedaży netto
-	Koszty wytworzenia sprzedanych wyrobów
=	<b>Nadwyżka finansowa brutto (zysk brutto)</b>
-	Ogólne koszty zarządu
-	Amortyzacja
-	Koszty sprzedaży
=	<b>Zysk operacyjny</b>
+	Pozostałe dochody i zyski
-	Pozostałe wydatki i straty
=	<b>Zysk przed spłatą odsetek i opodatkowaniem</b>
-	Odsetki od kredytów i pożyczek
-	Podatek dochodowy
=	<b>Zysk netto</b>

### 32. (2 pkt) Czym różnią się fundusze hedgingowe od zwykłych funduszy inwestycyjnych?

Fundusze hedgingowe – aktywnie inwestują w różne grupy aktywów i nie podlegają ograniczeniom zwykłych funduszy inwestycyjnych (pod względem strategii i rodzajów aktywów). Tradycyjnie jednocześnie zajmują długą i krótką pozycję. Nie posiadają portfeli wzorcowych – zakładają możliwość całkowitej przebudowy portfela inwestycyjnego.

### 33. (2 pkt) Na czym polega technika wydarzeń krytycznych stosowana w ocenie pracowników?

Technika wydarzeń krytycznych to metoda oceny, która polega na systematycznym prowadzeniu zapisów dotyczących sukcesów i porażek pracownika. Zapisy są okresowo analizowane, a na ich podstawie powstaje ocena pracownika.

### 34. (2 pkt) W jaki sposób wyznacza się obszar korzyści na mapie grup strategicznych?

Obszar korzyści konkurencyjnych (korzyści strategicznych) na mapie grup strategicznych to miejsce, które oznacza najkorzystniejszą kombinację kryteriów stanowiących podstawę stworzenia mapy.

**35. (2 pkt) Na czym polega pomiar typu site-centric?**

Pomiar ten polega na pozyskiwaniu danych dotyczących zachowań klientów w wyniku analizy aktywności użytkowników stron internetowych lub aplikacji przy wykorzystaniu zainstalowanego na nich oprogramowania trackingowego.

**36. (2 pkt) W jaki sposób określa się wartość wskaźnika spontanicznej świadomości marki?**

Wartość tego wskaźnika określa się poprzez badania ankietowe – respondenci są proszeni o podanie przykładowych marek z określonej kategorii produktów. Spontaniczna świadomość marki to stosunek liczby osób, które spontanicznie wymieniły markę, do liczby wszystkich badanych respondentów.

**37. (2 pkt) Na czym polega dyskryminacja cenowa trzeciego stopnia?**

Dyskryminacja cenowa trzeciego stopnia to różnicowanie cen tego samego produktu w zależności od grupy odbiorców (np. zniżki do kina dla seniorów).

**38. (2 pkt) Wymień 4 korzyści wykorzystywania urządzeń mobilnych w działaniach promocyjnych przedsiębiorstw (dla przedsiębiorstw lub klientów).**

Przykłady:

- Niższe koszty dotarcia do klientów,
- Możliwość dotarcia do użytkownika w każdym momencie,
- Niższe koszty badań marketingowych,
- Lepsza percepcja marki,
- Zwiększanie zaangażowania klienta,
- Lepsze dopasowanie produktów i usług do potrzeb konsumentów.

**39. (2 pkt) Podaj przykład zastosowania kodów QR w konkretnej kampanii marketingowej przeprowadzonej w Polsce w ostatnim czasie.**

Najczęściej wymieniane w odpowiedziach kampanie dotyczyły konkretnych produktów żywnościowych.

**40. (2 pkt) Co to jest grywalizacja?**

Grywalizacja to wykorzystanie mechaniki znanej np. z gier fabularnych i komputerowych do modyfikowania zachowań ludzi w sytuacjach niebędących grami, w celu zwiększenia zaangażowania ludzi.

Technika bazuje na przyjemności, jaka płynie ze sprostania kolejnym osiągalnym wyzwaniom, rywalizacji, współpracy itp. Grywalizacja pozwala zaangażować ludzi do zajęć, które są zgodne z oczekiwaniami autora projektu, nawet jeśli są one uważane za nudne lub rutynowe.

**41. (2 pkt) Podaj przykład zastosowania strategii wirtualizacji produktu.**

Strategia wirtualizacji produktu – zaoferowanie obecnym klientom dodatkowej wartości w postaci nowych wirtualnych produktów/usług (np. internetowy konfigurator produktów).

**42. (2 pkt) W jaki sposób technologia *cloud computing* może wpłynąć na zmianę zachowań konsumentów? Podaj jeden przykład.**

Np. inny model zakupu oprogramowania – klient płaci za to, czego w danym momencie potrzebuje.

**43. (2 pkt) Na czym polega zjawisko dezintermediacji w gospodarce cyfrowej?**

Zjawisko dezintermediacji w gospodarce cyfrowej polega na usunięciu pośredników ze ścieżki ekonomicznej.

**44. (2 pkt) Podaj 2 kryteria segmentacji rynku odnoszące się do wzorca konsumpcji.**

Kryteria odnoszące się do produktu/ sytuacji zakupu.

Wzorce konsumpcji: np. częstotliwość użycia, posiadanie innych produktów, lojalność wobec marki, produktu.

**45. (2 pkt) Wymień składowe marketingowego modelu AIDA i opisz jeden z nich.**

Model AIDA jest jednym z podstawowych modeli wyjaśniających reakcję odbiorcy na przekaz reklamowy. Zgodnie z nim reakcje na reklamę powinny przebiegać w następującej kolejności:

A — Attention (uwaga) — przyciągnięcie uwagi klienta do produktu.

I — Interest (zainteresowanie) — zainteresowanie klienta właściwościami produktu.

D — Desire (pożądanie) — przekonanie klienta, że produkt jest mu potrzebny i może zaspokoić jego potrzeby.

A — Action (działanie) — właściwe przekonywanie klienta do zakupu tego właśnie produktu.

**46. (2 pkt) Powiąż nazwiska CEO z firmami:**

Tim Cook – Apple,

Satya Nadella – Microsoft,

Sundar Pichai – Google,

Warren Buffett – Bershire Hathaway,

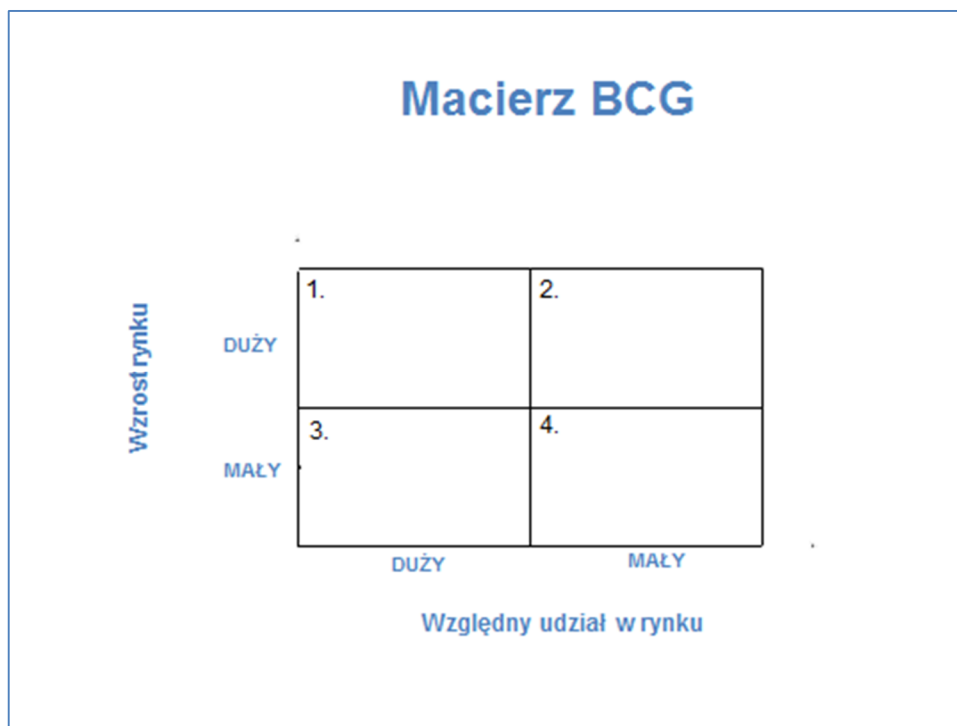
Jeff Bezos – Amazon.com,

Howard Schultz – Starbucks.

**47. (2 pkt) Wpisz w każde pole odpowiednią nazwę kategorii macierzy BCG.**

Prawidłowa odpowiedź to:

1. GWIAZDY (przeboje, hity),
2. ZNAKI ZAPYTANIA (dylematy, niewiadome),
3. DOJNE KROWY (żywiciele),
4. PSY (kule u nogi, uschłe drzewa).



48. (2 pkt) Podaj (z tolerancją 0,3 punktu procentowego) ile wynosiła stopa bezrobocia w Polsce na koniec 2015 roku.

9,8%.

49. (2 pkt) W jakiej cenie przedsiębiorca musi sprzedać 500 sztuk produktu, żeby przy koszcie zmiennym 10 zł/jednostkę, 10000 zł kosztów stałych i 20% stawce podatku dochodowego uzyskać 5000 zł zysku netto?

Jeżeli X – cena, to:

$$(500X - 10 \text{ zł} * 500 - 10000 \text{ zł}) * 0,8 = 5000 \text{ zł}$$

A zatem: X = 42,5 zł.

50. (2 pkt) Dwa miesiące temu producent smartfonów sprzedał 500 szt. po 1500 zł za szt., miesiąc temu 510 sztuk po 1400 zł, a obecnie sprzedaje po 1300 zł. Zakładając liniowość krzywej popytu i *ceteris paribus* ustal prognozy sprzedaży na bieżący miesiąc.

Skoro:  $Y = ax + b$  (liniowość krzywej popytu)

To:

$$500 = 1500a + b$$

$$510 = 1400a + b$$

Po rozwiązaniu równania:

$$a = -0,1,$$

$$b = 650.$$

Dla ceny wynoszącej 1300 zł:

$$Y = 1300 \times (-0,1) + 650,$$

$$Y = -130 + 650,$$

$$\mathbf{Y = 520.}$$