NUMER 14

MAGAZYN MŁODEGO MENEDŻERA

EKONOPEDIA

WWW.EKONOPEDIA.PL

EUD
Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy
www.uniwersytet-dzieciecy.pl

Organizatorzy lokalni:

Organizator:

Partner strategiczny:

NBP Narodowy Bank Polski

Wstępniak

– Aśka, co ty wymyśliłaś z tym logistykiem wojskowym? – Filip podbiegł do koleżanki, gdy tylko zadzwonił dzwonek na przerwę. – Widziałaś, jaką minę miała pani od polskiego, kiedy usłyszała, kim chcesz zostać w przyszłości?! Nie wiedziałem, że lubisz strzelanie! – emocjonował się.

– Jakie strzelanie? – odpowiedziała spokojnie Aśka. – To bardzo fajny zawód i wcale nie trzeba walczyć. Nie czytałeś o tym, *co robi logistyk w wojsku* (s. 16-18) w najnowszym numerze „Ekonopedii"? – zapytała.

– Jeszcze nie zdążyłem. Za to historie nastoletnich przedsiębiorców (*Biznes nie tylko dla dorosłych*, s. 4-5) tak mi się spodobały, że zacząłem opisywać własny pomysł na biznes (*Konkurs*, s. 3) – wyjaśnił chłopiec. – Mógłbym na przykład sprzedawać gry planszowe. Jeśli moja firma przynosiłaby duży zysk, a sprzedaż byłaby rentowna (*Jak ocenić sprzedaż?*, s. 14-15), co tydzień wypłacałbym sobie dywidendę (*Leksykon*, s. 19) – Filip wyraźnie się rozmarzył.

– Bardziej nadawałbyś się do oprowadzania turystów po rezerwacie goryli (*Erudyta*, s. 20-21)! – Aśka nie przepuściła okazji, żeby dokuczyć koledze.

Filip posmutniał i już miał pożegnać się z dziewczynką, żeby dołączyć do grupy kolegów, ale przypomniał sobie o Kaśce, koleżance z klasy, która w przyszłym miesiącu miała wyjechać na stałe do Kanady.

– Wiesz, co słychać u Kaśki? – ciekawość Filipa wzięła górę nad urażoną dumą.

– Jej tata jest kucharzem (*Zawód dla Ciebie*, s. 11) i niedawno dostał pracę w ekskluzywnej restauracji w Vancouver. To dla niego duża szansa na karierę, więc wraz z całą rodziną przygotowują się do przeprowadzki – wyjaśniła Aśka.

– Mam nadzieję, że nie będzie tak, jak z tatą Julki, który miał wyjechać do USA, a wylądował kilka przystanków od domu...

– Nie, nie chodzi o offshoring (*Co to jest offshoring?*, s. 6-7) – zabłysnęła Aśka, używając mądrego słowa. – Tata Kasi złożył podanie o pracę, czyli job application (*Słowniczek*, s. 24) i został przyjęty – dodała, popisując się angielszczyzną. – Oby tylko dokładnie przeczytał umowę o pracę, żeby nic go nie zaskoczyło (*Bajka o rachmistrzu Aleksym i drobnym druku*, s. 8-10) – powiedziała z troską dziewczynka.

– Aśka, ty się o wszystko martwisz na zapas. Niedługo zaczniesz zbierać na emeryturę (*Jak działa ZUS?*, s. 12-13) – mówiąc to, Filip puścił oczko do koleżanki.

Dryń! Dzwonek na lekcję przerwał im rozmowę i razem z innymi uczniami udali się do klasy.

Drodzy Czytelnicy!

Witamy w kolejnym numerze „Ekonopedii". Razem z Aśką i Filipem rozpoczęliśmy nowy rok szkolny, w czasie którego będziecie mieli wiele okazji, by odkrywać sekrety biznesu, finansów i ekonomii. Zachęcamy Was do aktywnego udziału w naszych konkursach i sprawdzania własnej wiedzy oraz umiejętności.

Serdecznie gratulujemy wszystkim Uczestnikom konkursu, którzy rozwiązali zadania z 13. numeru „Ekonopedii". Wśród tych, którzy nadesłali prawidłowe odpowiedzi, rozlosowaliśmy nagrody – bony zakupowe o wartości 100 zł, do wykorzystania w sieci salonów Empik. Szczęśliwcami, do których trafią nagrody, są: Krysia Peszko, Daniel Lemiszka oraz Rafał Ostrowski.

Poprawne rozwiązania zadań konkursowych z numeru 13. zostały opublikowane na stronie www.ekonopedia.pl.

W tym numerze „Ekonopedii" znajdziecie 4 zadania konkursowe wraz ze szczegółową instrukcją ich wykonania.

Oto lista zadań:

- Zadanie konkursowe numer 1: Pomysł na biznes
- Zadanie konkursowe numer 2: Analiza sprzedaży
- Zadanie konkursowe numer 3: Turystyczne kalkulacje
- Zadanie konkursowe numer 4: Literkowe newsy

Czytelnicy, którzy do 10 grudnia 2015 roku prześlą prawidłowe rozwiązania wszystkich czterech zadań, wezmą udział w losowaniu nagród – trzech bonów zakupowych o wartości 100 zł do wykorzystania w sieci salonów Empik.

Rozwiązania należy przesłać internetowo, na adres mailowy:
konkurs@uniwersytet-dzieciecy.pl

W zabawie mogą uczestniczyć wszyscy uczniowie starszych klas (od 4. do 6.) szkół podstawowych.

W mailu należy podać:
- swoje imię i nazwisko,
- wiek,
- numer szkoły,
- oraz – w przypadku studentów EUD – nazwę ośrodka.

Losowanie nagród odbędzie się 14 grudnia 2015 roku, a lista zwycięzców zostanie opublikowana na stronie **www.ekonopedia.pl**

Zachęcamy Was do wzięcia udziału w zabawie! Powodzenia!

Portal: www.ekonopedia.pl
Kontakt: redakcja@ekonopedia.pl
Wydawca: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, al. Niepodległości 162 lokal 150, 02-554 Warszawa, www.fundacja.edu.pl, tel. 22 646 61 42
Projekt: Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy www.uniwersytet-dzieciecy.pl
Projekt realizowany z Narodowym Bankiem Polskim w ramach programu edukacji ekonomicznej

Zespół redakcyjny:
Marcin Dąbrowski, Małgorzata Marchewka, Albert Tomaszewski
Autorzy artykułów:
Małgorzata Marchewka (2-5, 8-11, 14-15, 19-24), Agnieszka Nietresta-Zatoń (12-13), Wioletta Nogaj (6-7, 16-18)
Redakcja językowa: Paulina Mróz, Karolina Pawlaczyk
Współpraca: Piotr Cuch
ISBN: 978-83-63127-24-4
Nakład: 1200 egzemplarzy

Biznes nie tylko dla dorosłych

Rozpoczął się nowy rok szkolny i po wakacjach zostało jedynie wspomnienie. Ciekawa jestem, jakie przygody przeżyli nasi Czytelnicy. Pewnie niektórzy z Was byli na obozie sportowym, inni na kolonii, a jeszcze inni odpoczywali na wczasach z rodzicami. Z pewnością wiele osób przeczytało wciągającą książkę, obejrzało dobry film w kinie, odwiedziło zabytkowe miasteczko albo galerię sztuki. A czy ktoś w czasie wakacji opracował pomysł na własny biznes?

Twierdząco na to pytanie może odpowiedzieć Jadon Cochran, który wraz z grupą innych trzynastolatków w czasie wakacji pracował nad biznesplanem. Taką możliwość dało im uczestnictwo w amerykańskim letnim programie EXPLO Startup skierowanym do nastolatków z całego świata, którego głównym celem była praca nad rozwojem pomysłu na start-up, czyli „startujący biznes".

W trakcie obozu młodzież brała udział w zajęciach kształtujących umiejętności, które są potrzebne do prowadzenia własnego biznesu. Młodzi przedsiębiorcy uczyli się między innymi, jak atrakcyjnie przedstawiać swoje pomysły, jak dochodzić do twórczych rozwiązań, a także jak pozyskać kapitał od inwestorów. Rezultaty pracy

Zadanie konkursowe numer 1:

Pomysł na biznes

Zadanie polega na przygotowaniu krótkiej wypowiedzi pisemnej (maksymalnie w 5 zdaniach) na jeden z dwóch tematów:

1. Jeśli masz w głowie pomysł na własny biznes, krótko go opisz.
2. Jeśli nie masz pomysłu na biznes, napisz, z jakimi trudnościami muszą poradzić sobie młodzi przedsiębiorcy, aby osiągnąć sukces w biznesie.

przedsiębiorczych nastolatków rzeczywiście są bardzo ciekawe, a przykładowym efektem jest aplikacja, która ma zachęcać do dbania o środowisko – zbierania śmieci. Użytkownicy wysyłają zdjęcia, dokumentując swoje działania na rzecz środowiska i w zamian otrzymują punkty, które można wymienić na różnego rodzaju gadżety i przyjemności, począwszy od darmowej filiżanki kawy, na grach komputerowych skończywszy. Pomysłowe, prawda?

Co więcej, historie niektórych nastolatków dowodzą, że realizację biznesowych pomysłów można zacząć bez wcześniejszego przygotowania teoretycznego. Leanna Archer ma obecnie 19 lat, ale przygodę z produkcją i handlem zaczęła 11 lat temu. Pierwszym produktem, jaki oferowała pochodząca z Nowego Jorku dziewczynka, był preparat do włosów oparty na recepturze jej prababci z Haiti. Pomysł zrodził się pod wpływem pytań znajomych o to, co robi, że ma takie piękne włosy. Gdy opowiadała im o swoim sekrecie i stosowanych miksturach, wiele osób było zainteresowanych ich wypróbowaniem, dlatego przyszła bizneswoman zdecydowała się na sporządzenie próbek babcinych preparatów, a następnie na ich sprzedaż. Początkowo wszystkie składniki mieszała sama, w piwnicy rodzinnego domu, natomiast teraz zatrudnia osiem osób. Jej roczne przychody ze sprzedaży wynoszą około pół miliona dolarów. Co ciekawe, według Leanny Archer największą barierą do pokonania było zmuszenie dorosłych, by traktowali ją poważnie.

Z kolei Anshul Samar swoje pierwsze biznesowe kroki stawiał w wieku 12 lat, kiedy wymyślił sposób na uatrakcyjnienie nauki chemii. Jako miłośnik tego przedmiotu stworzył grę karcianą o nazwie „Elementeo", która ułatwia poznanie i zrozumienie układu okresowego pierwiastków. Jakie były początki jego biznesu? Jako trzynastolatek Anshul dużo chorował i wiele czasu spędzał w domu, rozmyślając nad pomysłem na chemiczną grę. Gdy miał 14 lat, gra – dzięki finansowemu wsparciu lokalnej społeczności – została wyprodukowana w nakładzie 5 tysięcy egzemplarzy, które rozeszły się jak ciepłe bułeczki. W kolejnych latach doczekała się drugiej, zaktualizowanej wersji, a teraz jest także dostępna w formie aplikacji. Zdaniem młodego przedsiębiorcy w przypadku wczesnego startu w świecie biznesu ewentualne niepowodzenie nie wiąże się z poważniejszymi konsekwencjami, a życie toczy się dalej.

Czy kogoś jeszcze trzeba przekonywać, że biznes jest nie tylko dla dorosłych? Zatem do dzieła, Młodzi Przedsiębiorcy!

Co to jest offshoring?

Z moją najlepszą przyjaciółką Julką znamy się od zawsze. Nie ma w tym stwierdzeniu żadnej przesady, gdyż chodzimy do jednej klasy, a na dodatek jesteśmy sąsiadkami. Nic więc dziwnego, że spędzamy ze sobą prawie każdą wolną chwilę. Pewnego dnia, ledwie wróciłyśmy ze szkoły, Julka już do mnie przybiegła. Trochę się zdziwiłam, skąd ten pośpiech, gdyż umawiałyśmy się na późniejszą godzinę, ale zanim zdążyłam o cokolwiek zapytać, podekscytowana wypaliła:

– Nie uwierzysz, co się stało!

– Co takiego? – zapytałam trochę przestraszona.

– Wyjeżdżamy do Ameryki! – prawie wykrzyczała Julka.

Ta informacja bardzo mnie zaskoczyła – byłam nią kompletnie oszołomiona.

– Jak to do Ameryki!? – wykrztusiłam po dłuższej chwili. Przecież miałyśmy jechać razem na wakacje nad morze. Nasi rodzice już dawno uzgodnili ten wyjazd – dodałam, nie mogąc pozbierać myśli.

– Ale tu nie chodzi o wyjazd na wakacje. My wyjeżdżamy na dłuższy czas. Mój tata dostał właśnie propozycję pracy za granicą!

Tego już było dla mnie za wiele. Z niezbyt mądrą miną wpatrywałam się w przyjaciółkę, nie wiedząc, co powiedzieć.

– Nie martw się. To pewnie tylko na jakiś czas. Będziemy mogły się przecież odwiedzać – Julka starała się mnie pocieszyć.

– Ale jak to? – spytałam.

– Jak wróciłam ze szkoły, to usłyszałam rozmowę rodziców. Tata mówił do mamy, że zdecydował się zaakceptować propozycję pracy dla jednej z amerykańskich firm informatycznych i że to będzie wymagało dużych zmian

w naszym życiu. Gdy to usłyszałam, wszystko stało się dla mnie jasne – podsumowała Julka.

Kiedy dziś myślę o tamtym popołudniu, a szczególnie o tym, jaką minę miała Julka nazajutrz, kiedy wszystko się wyjaśniło, nadal nie mogę powstrzymać się od śmiechu. Ale po kolei.

Tata Julki rzeczywiście otrzymał tego dnia propozycję pracy dla amerykańskiej firmy, ale wcale nie wiązało się to z koniecznością przeprowadzki do USA. Co więcej, nie oznaczało to nawet konieczności opuszczenia naszego miasta. Okazało się, że praca dla tego amerykańskiego koncernu jest dostępna dla specjalistów przebywających na stałe Polsce. Jak to możliwe? Wtedy jeszcze tego nie wiedziałam, ale jak się później okazało, całe to zamieszanie miało związek z tajemniczym pojęciem offshoringu.

„Off shore" znaczy po angielsku „z dala od brzegu", „za morzem", „za granicą". Co wspólnego ma to z ekonomią? Otóż w miarę rozwoju nowoczesnych społeczeństw i postępującej globalizacji wiele firm zaczęło prowadzić politykę globalną, inwestując poza granicami swoich macierzystych krajów. Początkowo impulsem do takich działań była chęć zapewnienia sobie dostaw surowców do produkcji. Następnie jednak firmy zaczęły dostrzegać, że korzystnie jest przenosić produkcję za granicę, gdyż jest to bardziej opłacalne, np. ze względu na niższe koszty pracy lub dostęp do tańszych surowców. Tak się działo w przypadku produkcji w wielu branżach. Konsekwencją opisanego procesu jest to, że na wielu przedmiotach codziennego użytku firmowanych przez znane marki zobaczymy napis w języku angielskim: „Made in China", czyli „wyprodukowano w Chinach". Po pewnym czasie menedżerowie i stratedzy myśleli już o kolejnym kroku, czyli o przeniesieniu za granicę wytwarzania nie tylko towarów, ale i świadczenia usług. Dopóki nie wybuchła rewolucja informatyczna, nie było to jednak możliwe.

Dopiero dynamiczny rozwój internetu i wszelkiego rodzaju usług związanych z globalną siecią dał początek całkowicie nowej erze w światowym biznesie. Firmy dostrzegły, że wiele swoich zadań mogą zlecić do wykonania poza granicami kraju, często na drugim końcu świata. Dotyczyło to w szczególności takich działań, jak tworzenie oprogramowania, prowadzenie księgowości, dokonywanie operacji finansowych, rekrutacja pracowników czy nawet obsługa call center, czyli działów telefonicznej obsługi klienta. Okazało się, że dzięki rozwojowi łączności internetowej ludzie mieszkający i pracujący po jednej stronie globu mogą w tani i wydajny sposób wykonywać pracę dla firmy mającej siedzibę po drugiej stronie. Zjawisko przenoszenia poza granice kraju pewnego obszaru zadań firmy nazywamy właśnie offshoringiem.

Z offshoringiem mamy do czynienia wtedy, gdy firma tworzy poza granicami swoją filię lub inny podmiot gospodarczy zależny kapitałowo od siebie i przenosi do niego część swoich zadań. Klasycznym przykładem takiej działalności prowadzonej przez koncerny informatyczne jest otwieranie, szczególnie w Azji, wielkich centrów naukowo-badawczych, w których miejscowi specjaliści pracują nad tworzeniem nowego oprogramowania i rozwiązań informatycznych.

W ciągu kilku ostatnich lat Polska stała się dość atrakcyjnym miejscem dla zagranicznych koncernów, które chętnie otwierają u nas swoje filie, zajmujące się np. tworzeniem oprogramowania, obsługą prawną czy księgową. Oczywiście podstawowym powodem, dla którego tak się dzieje, jest wysokość płac w Polsce, które są ciągle niższe niż na Zachodzie, stąd inwestycja w naszym kraju jest bardziej opłacalna. Nie bez znaczenia jest także fakt, że można u nas znaleźć odpowiednio wykształconą kadrę, znającą języki obce. Na atrakcyjność Polski na rynku offshoringu wpływ ma także stosunkowo dobrze rozwinięta infrastruktura teleinformatyczna oraz fakt, że Polska należy do tego samego kręgu kulturowego co rozwinięte kraje zachodnie.

Wracając do początku opowieści... Jak z pewnością się domyślacie, tata Julki znalazł pracę w jednym z centrów utworzonych w Polsce przez amerykański koncern informatyczny. Firma ta stworzyła swoją polską filię właśnie na zasadach offshoringu. Do dziś pamiętam minę Julki, kiedy okazało się, że jej tata, choć zmienił pracodawcę na amerykańskiego, do pracy będzie dojeżdżał... zaledwie dwa przystanki tramwajowe dalej. Cała historia zakończyła się szczęśliwie. Julka szybko doszła do wniosku, że jednak szkoda byłoby jej opuścić kraj i zostawić tu – powiem nieskromnie – taką koleżankę jak ja.

Bajka o rachmistrzu Aleksym i drobnym druku

Za górami, za lasami żył król Ryszard Oszczędny, który władał Dukatowym Królestwem. Jego prawą ręką był rachmistrz Aleksy i tak naprawdę to właśnie jemu król zawdzięczał swój przydomek. Aleksy dbał o interesy władcy i zawsze starał się doradzać królowi tak, aby ten żył dostatnio, ale nie rozrzutnie. Król Ryszard, zawsze gdy musiał podjąć jakąś decyzję finansową, nawet najbardziej błahą, zwracał się o pomoc do swojego rachmistrza.

Tak było także i tego dnia, gdy na królewski dwór przybył kupiec z odległej krainy.
– Mości królu – zwrócił się kupiec do władcy. – Pragnę przedstawić ci wyjątkowo atrakcyjną ofertę dostawy egzotycznych owoców – powiedział i podał królowi zwój papieru, na którym były wypisane nazwy najróżniejszych produktów wraz z cenami. Król, nie spoglądając na zwój, podał go rachmistrzowi, a sam z zainteresowaniem zaczął wypytywać kupca o dostępne rarytasy.
– Czy możesz sprowadzić dla mnie ananasy? – spytał.
– Oczywiście – z uśmiechem odparł kupiec.
– Papaje, marakuje i kokosy? – kontynuował król.
– Bez najmniejszego problemu! – powiedział kupiec i szeroko się uśmiechnął.
– Aleksy – zwrócił się król do rachmistrza. – Co sądzisz o zaproponowanych cenach?
– Mój królu, są znacznie niższe od tych, po których obecnie kupujemy ulubione owoce waszej wysokości – zaopiniował rachmistrz.
– Jakie są warunki zakupu? – Aleksy zwrócił się z pytaniem do kupca.

– Przygotowałem umowę, zgodnie z którą zobowiązuję się co tydzień dostarczać świeże owoce – wyjaśnił kupiec. – Co więcej, gwarantuję, że podane ceny nie ulegną zmianie przez kolejnych pięć lat – dodał.
– To jest naprawdę korzystna oferta – rachmistrz wyraźnie zadowolony z kalkulacji ogłosił swój werdykt.
– Zatem poproszę pióro – król Ryszard zwrócił się do służby i podpisał zwój papieru, na którym spisano ustalone warunki umowy. – Bardzo się cieszę, że trafiłeś na mój dwór – powiedział, żegnając się z kupcem.
– Cała przyjemność po mojej stronie – odpowiedział handlarz, a na jego ustach pojawił się szelmowski uśmiech.

Nazajutrz przed wejściem do zamkowej kuchni kupiec zatrzymał wielki wóz, w którym przywiózł owoce zamówione przez króla. Zsiadając z wozu, przywitał się z główną kucharką:
– Witam piękną damę! – zaczął. – Przywiozłem dostawę owoców dla króla Ryszarda Oszczędnego. Czy mogę wnieść skrzynie do spiżarni? – zapytał, puszczając oczko do kucharki zauroczonej jego zagraniczną urodą.
– Jeśli szanowny pan będzie tak uprzejmy, będę szczerze wdzięczna – powiedziała, wskazując handlarzowi drogę na zaplecze kuchni. Kupiec szybko przeniósł wszystkie skrzynie do spiżarni i zapowiedział, że przyjedzie w następnym tygodniu.

Od tego czasu na królewskim stole pojawiały się najsmaczniejsze owoce z odległych krain, a król Ryszard był zachwycony i chętnie częstował nimi swoich gości. Równie zadowolony był Aleksy, przekonany, że po raz kolejny pomógł królowi podjąć dobrą decyzję. Tak mijały tygodnie i król powoli przyzwyczajał się, że jego stół ugina się pod ciężarem najróżniejszych owoców.

Tymczasem pod koniec kwartału, kiedy rachmistrz przeglądał rachunki, zdziwiła go wysokość królewskich wydatków. Po dokładnym sprawdzeniu ksiąg stwierdził, że rachunki przedstawione przez zagranicznego kupca były dwukrotnie wyższe, niż się spodziewał.

„Być może królowi tak zasmakowały egzotyczne owoce, że zamówił ich więcej. Zapytam go przy najbliższej okazji” – postanowił.

Następnego dnia z samego rana udał się do króla.
– Mości królu, czy zamawiałeś więcej owoców niż było to zapisane w umowie? – zapytał z obawą, by król nie uznał, że jest kontrolowany.
– Oczywiście, że nie! – król zdecydowanie zaprzeczył. – A dlaczego pytasz, mój drogi Aleksy? – zainteresował się władca.
Rachmistrz opowiedział o swoim odkryciu. Król bardzo się rozzłościł i rozkazał wezwać do siebie kupca. Jako że ten akurat przebywał w mieście, natychmiast został doprowadzony przed oblicze króla Ryszarda.
– Wezwałem cię, gdyż mój rachmistrz znalazł błędy w twoich rachunkach! – wykrzyknął król srogim tonem.
– Ależ to niemożliwe! – zaprzeczył handlarz.
– Otóż możliwe! – wtrącił się Aleksy, wręczając kupcowi plik pergaminów z rachunkami. – Patrz, wszystkie ceny są dwa razy wyższe od tych, które uzgodniliśmy – złościł się rachmistrz.
– Nieprawda – odparł kupiec z przekorą w głosie.
– Nie okłamuj króla, bo trafisz do lochów! – pogroził mu Aleksy.
– Nie kłamię – zapewnił kupiec, a na jego twarzy znów pojawił się charakterystyczny szelmowski uśmiech.
– Udowodnię ci oszustwo – zapowiedział rachmistrz i z wielkiej komody wyciągnął zwój papieru z umową. Rozwinął go i rzekł:
– Inaczej się umawialiśmy!
– Nie do końca! – ponownie zapewnił kupiec.

W tym momencie król zerwał się z tronu, chwycił zwój i rzucił go na ziemię.
– Dość tych żartów! – krzyknął. Już miał wzywać strażników, aby pojmali kupca, gdy zauważył, że dokument bardziej się rozwinął, odsłaniając fragment tekstu zapisany drobnym drukiem. – Aleksy, sprawdź proszę, co jest napisane na samym dole zwoju – polecił król.

– „Uwaga! Cena nie obejmuje rozładunku towarów. W przypadku transportu skrzyni do spiżarni cena owoców zostanie podwojona” – przeczytał Aleksy i pobladł. – Mości królu, nie widziałem wcześniej tej informacji – jęknął.

Korzystając z zamieszania, kupiec nisko się ukłonił i spytał, czy jest jeszcze potrzebny. Zaskoczony obrotem spraw król machnął ręką i kazał handlarzowi opuścić dwór. Wychodząc z królewskiej komnaty, kupiec rzucił jeszcze przez ramię: – To nie moja wina, że nie przeczytaliście umowy do końca!
– Natychmiast rozwiązać umowę! – wrzasnął król. – Zanim każę związać tego oszusta! – dodał, ale handlarz zdążył już wyjść.

Aleksy wiedział, że choć kupiec celowo ukrył dodatkowy zapis, król miał prawo być zły. Wiedział też, że z powodu tych kilku zdań napisanych drobnym drukiem król mógł stracić do niego zaufanie. Rachmistrz z niepokojem popatrzył na władcę, obawiając się wybuchu złości. Na szczęście król uspokoił się i powiedział:
– Mój drogi Aleksy. Jesteś dobrym rachmistrzem. Jak to się stało, że nie przeczytałeś umowy do końca? – spytał.
– Mości królu, przepraszam najmocniej jak potrafię – Aleksy wyraził skruchę. – Tak wiele umów przeczytałem, a wszystkie są podobne. W ogóle nie spodziewałem się podstępu. Z jednej strony cieszyłem się z korzystnych warunków zakupu, a z drugiej z radości waszej wysokości. Wszystko działo się tak szybko – tłumaczył.
– Zakup owoców dla zamkowej kuchni to błaha sprawa. Wiesz, jakie mogłyby być konsekwencje takiego niedopatrzenia w przypadku umów z handlarzami zaopatrującymi w żywność całe królestwo? – spytał król.
– Wiem – przytaknął rachmistrz. – Przepraszam! – dodał.
– Jestem pewien, że nigdy więcej nie popełnisz takiego błędu – powiedział król. – Niech to będzie dla ciebie nauczka.

Rachmistrz odetchnął z ulgą. Nie stracił posady, którą tak bardzo lubił. Obiecał sobie, że już zawsze będzie bardzo dokładnie oglądał wszelkie zwoje z dokumentami. Przekonał się, że kilka słów napisanych drobnym drukiem może mieć bardzo duże znaczenie.

Pamiętajcie o tym i Wy, Drodzy Czytelnicy, by nikomu z Was nie przytrafiła się historia podobna do tej, której doświadczył rachmistrz Aleksy.

Zawód dla Ciebie

Kucharz

Zawód ten słusznie jest kojarzony przede wszystkim z gotowaniem. Rzeczywiście – przygotowanie smacznych i apetycznie wyglądających dań jest podstawowym zadaniem kucharza, ale w zakres jego obowiązków wchodzi również układanie menu oraz planowanie zakupów niezbędnych składników. Dlatego oprócz dobrze rozwiniętego zmysłu smaku i poczucia estetyki kucharza powinny cechować również bogata wyobraźnia oraz zdolność przewidywania i planowania.

Kucharz bardzo często pracuje pod presją czasu, dlatego ważna jest umiejętność koncentracji i precyzja. Obowiązkiem kucharza jest także dbanie o porządek w miejscu pracy. Jest to szczególnie istotne, gdyż wymogi sanitarne i BHP, czyli zasady zachowania bezpieczeństwa i higieny pracy, w przypadku tego zawodu są bardzo rygorystyczne. Ponadto kucharz musi być odporny fizycznie, bowiem najczęściej wykonuje swoją pracę w zamkniętym pomieszczeniu, przy dużej wilgotności powietrza i w wysokiej temperaturze, a na dodatek przez większość czasu w pozycji stojącej.

Aby zostać kucharzem, należy ukończyć szkołę gastronomiczną. Oprócz poznawania podstawowych informacji o przygotowaniu potraw i ich dekorowaniu, adepci tego zawodu uczą się o właściwościach najróżniejszych składników spożywczych. Ponadto obowiązkowo odbywają praktyki w restauracjach.

Jednak nie tylko tam kucharze mogą znaleźć zatrudnienie. Pracują także np. w hotelach, w ośrodkach wypoczynkowych, na statkach i w firmach cateringowych. Najlepsi mistrzowie kuchni mogą także realizować swoją pasję, prowadząc kulinarne blogi lub programy telewizyjne, które obecnie stają się coraz bardziej popularne.

Copywriter

Jedni uważają, że copywriter to zawód, inni – że to tylko dorywcze zajęcie. W języku angielskim słowo „copywriter" oznacza pisarza, który przygotowuje materiał gotowy do druku. „Copy" wcale nie oznacza tutaj kopii, lecz artykuł, ulotkę, treść spotu reklamowego, a nawet scenariusz przedstawienia. Współcześnie coraz częściej copywriterzy zajmują się również przygotowaniem treści marketingowych, których celem jest poprawa pozycji strony internetowej w wynikach wyszukiwania.

W tym zawodzie najlepiej odnajdują się osoby, które cechuje łatwość pisania, umiejętność precyzyjnego wyrażania myśli, bogaty zasób słownictwa, a także dobra znajomość zasad gramatyki i ortografii. Aby zainteresować czytelników, copywriterzy często korzystają z wiedzy na temat technik perswazji i kreowania wizerunku. Przydatne cechy to także fantazja, pomysłowość i poczucie humoru, dlatego copywriter powinien mieć w sobie coś z dziennikarza, redaktora i specjalisty od marketingu.

Trudno wskazać szkołę albo kierunek studiów, które przygotowują do pracy copywritera. Niewątpliwie doskonale poradzą sobie z tym zajęciem absolwenci polonistyki czy dziennikarstwa, jednak równie ciekawe materiały może przygotować dobrze władający językiem polskim inżynier lub ekonomista.

Jak działa ZUS?

ZUS – Zakład Ubezpieczeń Społecznych. Wszyscy wciąż o nim mówią, zwykle niepochlebnie, ale mało kto zna zasady funkcjonowania tej państwowej instytucji ubezpieczeniowej i wie, jakie idee leżą u podstaw jej działania.

Pierwsze na świecie ubezpieczenia społeczne pojawiły się w latach osiemdziesiątych XIX wieku. Ich pomysłodawcą był Otto von Bismarck, kanclerz Niemiec. Podstawą tych ubezpieczeń, do dziś znajdującą zastosowanie również w ZUS, jest tzw. „umowa pokoleniowa". Oznacza ona, że emeryci otrzymują swoje świadczenia nie ze składek, które sami gromadzili przez lata pracy, ale ze składek wpłacanych obecnie przez osoby aktywne zawodowo. Aby to lepiej zrozumieć, poznajmy podstawowe zasady funkcjonowania ZUS i spróbujmy rozszyfrować, co kryje się za poszczególnymi literami skrótowca.

Z – ZUS nie jest urzędem i nie pracują w nim urzędnicy – jest **z**akładem, czyli państwową jednostką organizacyjną o osobowości prawnej, z siedzibą w Warszawie. Działa na podstawie ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych oraz innych pomniejszych ustaw. Nadzór nad Zakładem Ubezpieczeń Społecznych sprawuje minister pracy i polityki społecznej, a kieruje nim prezes zakładu, który powoływany jest przez premiera na wniosek wspomnianego ministra. ZUS ma 221 inspektoratów i 63 biura terenowe, które nadzorowane są przez 42 oddziały. W praktyce oznacza to, że w każdym powiecie ludzie mają „swoje" jednostki ZUS.

U – usługi, które oferuje ludziom ZUS, to **u**bezpieczenia. Ale nie są to ubezpieczenia komercyjne, czyli takie, które dobrowolnie można sobie wykupić w wybranym przez siebie zakładzie ubezpieczeń, ale ubezpieczenia dość specyficzne, bo obowiązkowe (przymusowe). ZUS dba o to, by mechanizm zapewniający zaspokajanie przyszłych potrzeb płatnika składek związanych między innymi z wypłatą zasiłku w przypadku choroby, renty, a po zakończeniu pracy zawodowej – emerytury, działał poprawnie i zgodnie z przepisami prawa.

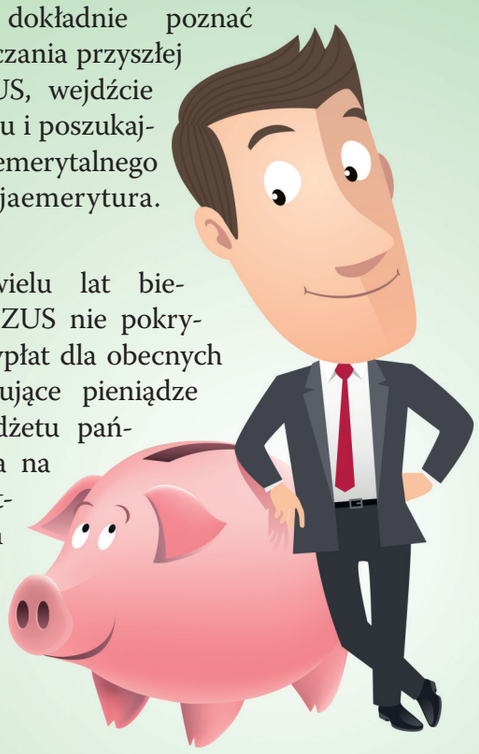
S – ubezpieczenia, o których pisałam wyżej, noszą nazwę ubezpieczeń **s**połecznych, ponieważ odnoszą się do większości społeczeństwa, które musi współpracować, aby wcześniej wspomniany mechanizm mógł sprawnie funkcjonować. Wracamy teraz do owego przymusu: obowiązkowe (przymusowe) ubezpieczenie społeczne obejmuje wszystkich ludzi, którzy spełniają kryteria kwalifikacyjne wynikające z ustawy. Kto spełnia te kryteria? Cztery grupy osób:

- Wszyscy ludzie podejmujący działalność zarobkową na podstawie stosunku pracy, czyli pracownicy zobowiązujący się świadczyć na rzecz pracodawcy pracę w miejscu i czasie przez niego określonym i pod jego kierownictwem, otrzymujący za to odpowiednie wynagrodzenie. Prościej mówiąc: ludzie pracujący na etacie. Także mianowani/nominowani (np. nauczyciele, inni urzędnicy) i wybierani na określone stanowiska (np. burmistrzowie, wójtowie). Osoby prowadzące działalność gospodarczą i pracujące w oparciu na przykład o umowy-zlecenia.
- Osoby wykonujące zadania zrównane z pracą zarobkową, np. posłowie, senatorowie, żołnierze służby czynnej i zastępczej, pracujący więźniowie, duchowni.
- Osoby, które przez pewien czas nie mają możliwości zarobkowania, bo np. są chwilowo bezrobotne (utraciły pracę i szukają innej). Obejmuje się je przejściową ochroną, żeby nie miały przerwy w ubezpieczeniu (tzw. stażu ubezpieczeniowym).
- Osoby, które nie mogą podjąć pracy zarobkowej albo muszą z niej na stałe zrezygnować, żeby opiekować się chorymi członkami rodziny. Również takie, które podejmują obowiązki opiekuńcze na określony czas – np. mamy na urlopach wychowawczych.

ZUS gromadzi składki ubezpieczeniowe wszystkich uprawnionych na indywidualnych subkontach i jest ich dysponentem. To znaczy, że po prostu odnotowuje, archiwizuje fakt ich wpłacania przez osobę do tego powołaną (pracodawcę lub/i pracownika), a w stosownej chwili (np. kiedy uzyskamy prawo do renty, emerytury czy określonego zasiłku) – zajmie się wypłacaniem należnych nam świadczeń w wysokości ustalonej przez parlament i rząd. Aby lepiej zrozumieć, skąd pochodzą pieniądze na świadczenia, trzeba wiedzieć, że nasze subkonta w ZUS mają charakter wirtualny. ZUS wprawdzie przyjmuje realne pieniądze (składki), które pracodawca lub sam zainteresowany wpłaca na konto, ale pieniądze te nie „leżą" na koncie – są przeznaczane na wypłatę świadczeń obecnym emerytom (wspomniana umowa pokoleniowa). Kiedy więc ludzie pracują czy prowadzą działalność zarobkową, na ich koncie w ZUS nie gromadzą się pieniądze, lecz… informacje o tym, jaka kwota wpływa co miesiąc. Wpłacane składki nie są oszczędzane ani inwestowane, ale na bieżąco wydawane na sfinansowanie świadczeń pobieranych przez dzisiejszych emerytów, czyli np. wasze babcie czy dziadków. Kiedy Wy przejdziecie na emeryturę, ZUS zsumuje wartość wszystkich odprowadzonych przez Waszych pracodawców lub przez Was składek i podzieli ją przez liczbę miesięcy, jaka zgodnie z przewidywaniami wynikającymi ze statystyk została Wam od momentu przejścia na emeryturę do końca życia. Kwota ta zostanie zwaloryzowana, czyli pomnożona przez wskaźnik ustalany przez ministerstwo.

Jeśli chcecie dokładnie poznać mechanizm obliczania przyszłej emerytury z ZUS, wejdźcie na stronę Zakładu i poszukajcie kalkulatora emerytalnego (http://www.mojaemerytura.zus.pl/).

Niestety, od wielu lat bieżące wpłaty do ZUS nie pokrywają kosztów wypłat dla obecnych emerytów. Brakujące pieniądze pochodzą z budżetu państwa, co wpływa na wysokość podatków oraz poziom długu publicznego.



Jak ocenić sprzedaż?

Czy zastanawialiście się kiedyś, jak przedsiębiorcy oceniają swoje wyniki? Na pierwszy rzut oka sprawa wydaje się prosta – ten ma lepsze wyniki, kto więcej sprzedaje. Jednak problem jest znacznie bardziej skomplikowany. Przekonajcie się sami.

Jedną z miar wyników są przychody ze sprzedaży towarów i usług. Ich wysokość oblicza się, mnożąc liczbę sprzedanych produktów przez ich cenę. Wyobraźcie sobie księgarnię, która we wrześniu osiągnęła przychody w wysokości 20 000 zł. To dużo czy mało? Aby to stwierdzić, konieczne jest przyjęcie pewnego punktu odniesienia.

Często jest nim wysokość przychodów ze sprzedaży wypracowanych we wcześniejszym okresie. Może to być miesiąc, kwartał albo rok. Trzeba jednak uważać. Jeśli porównalibyśmy przychody księgarni wypracowane we wrześniu z przychodami sierpniowymi, mogłoby się okazać, że sklep przeżywa aktualnie prawdziwy rozkwit. Dlaczego? We wrześniu rozpoczyna się rok szkolny, co oznacza, że uczniowie szturmują księgarnie w poszukiwaniu podręczników i lektur. Innym słowy: trwa „sezon na książki". Aby nie zniekształcić oceny wyników z powodu sezonowości sprzedaży, należy dokonywać porównań między analogicznymi, czyli odpowiadającymi sobie okresami w roku. W związku z tym za punkt odniesienia mogą posłużyć przychody wypracowane we wrześniu poprzedniego roku.

Jeśli we wrześniu 2014 roku przychody księgarni wyniosły 24 000 zł, łatwo można zauważyć, że w tym roku są one niższe o 4000 zł. Często zależność między przychodami z bieżącego i przeszłego okresu wyraża się procentowo, za pomocą wskaźnika tempa wzrostu lub spadku. Aby obliczyć tempo zmian, trzeba zestawić różnicę pomiędzy aktualnym i przeszłym wynikiem z wartością przychodów z wcześniejszego okresu. W naszym przykładzie należy więc wykonać następujące działania:

(20 000 zł – 24 000 zł) / 24 000 zł = –0,1667
–0,1667 * 100% = –16,67%

Z kalkulacji wynika, że choć tegoroczne przychody mogły początkowo wydawać się duże, ich wartość zmalała w stosunku do ubiegłego roku o prawie 17%. Czy to oznacza, że księgarnia jest mniej dochodowa? Niekoniecznie.

Nowych informacji na temat wyników księgarni dostarczy nam analiza wysokości uzyskanego zysku netto. Oblicza się go, odejmując od wartości przychodów wszystkie koszty, które księgarnia poniosła w danym czasie. Należy uwzględnić między innymi wydatki na zakup towarów

Duże sieci handlowe, które posiadają wiele sklepów, analizując swoje wyniki, muszą uporać się z jeszcze jednym problemem: jak ocenić działalność sklepów na podstawie wysokości przychodów ze sprzedaży, jeśli w porównywanych okresach zmieniła się liczba placówek? Wiadomo, że jeśli otwarto nowe sklepy, wysokość przychodów powinna wzrosnąć, zaś jeśli zlikwidowano placówki, wartość przychodów najprawdopodobniej zmaleje. W takim przypadku przydatnym wskaźnikiem umożliwiającym ocenę wyników sprzedażowych jest tzw. sprzedaż porównywalna albo z angielskiego sprzedaż like-for-like. Miernik ten opiera się na porównaniu przychodów ze sprzedaży wypracowanych wyłącznie przez sklepy, które istniały w aktualnym i poprzednim okresie. Oznacza to, że pomijane są wyniki placówek otwartych oraz zamkniętych w danym czasie.

oferowanych do sprzedaży, najem i utrzymanie lokalu, płace dla pracowników, a także na działania marketingowe. Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na temat wyliczania zysku netto, zajrzyj do artykułu pt. *Rachunek zysków i strat* w 9. numerze „Ekonopedii".

Z rachunków księgarza wynika, że we wrześniu tego roku zysk netto wyniósł 5000 zł, natomiast we wrześniu 2014 roku o tysiąc złotych mniej. Jak to możliwe? Otóż w ubiegłym roku odbyła się kampania reklamowa księgarni, która trwała cały miesiąc, a koszt jej realizacji wyniósł 5000 złotych. Prawdopodobnie właściciel księgarni, analizując roczne wyniki z kilku wcześniejszych lat, zauważył spadek sprzedaży i dlatego zdecydował się zainwestować w marketing. Tegoroczne wyniki sugerują, że kampania nie przyniosła oczekiwanych wyników i sprzedaż spadła. Mimo to księgarnia wciąż przynosi zysk.

Tempo przyrostu lub spadku zysku netto oblicza się w podobny sposób jak tempo zmian sprzedaży. Różnicę pomiędzy aktualnym i przeszłym zyskiem netto należy podzielić przez wartość zysku netto z wcześniejszego okresu. Czy potrafisz wykonać te obliczenia samodzielnie? Spróbuj!

Innym interesującym wskaźnikiem obrazującym wyniki sprzedażowe jest rentowność sprzedaży. Podstawą obliczenia tego wskaźnika jest wynik dzielenia wartości zysku netto uzyskanego w określonym czasie przez wartość przychodów ze sprzedaży z tego samego okresu.

$$\text{Rentowność sprzedaży} = \frac{\text{Zysk netto}}{\text{Przychody ze sprzedaży}} * 100\%$$

W przypadku wspomnianej księgarni we wrześniu tego roku rentowność sprzedaży wyniosła 25%:

$$5000\ \text{zł} / 20\,000\ \text{zł} = 0{,}25$$
$$0{,}25 * 100\% = 25\%$$

Wskaźnik ten informuje nas, ile zysku netto generuje jedna złotówka osiągniętych przychodów. Im wartość wskaźnika jest wyższa, tym lepsze wyniki wypracowało przedsiębiorstwo. W naszym przykładzie oznacza to, że z każdej złotówki przychodów ze sprzedaży pozostało 25 groszy zysku netto (1 zł * 0,25= 25 gr).

Czy na podstawie powyższych kalkulacji potrafisz policzyć wskaźnik rentowności sprzedaży we wrześniu 2014 roku? Jest niższy czy wyższy od tegorocznego?

Aby mieć lepszy obraz sytuacji firmy, obliczone wskaźniki należy porównać z osiągnięciami podobnych firm, które działają w tej samej branży. Niestety z uwagi na ograniczoną dostępność takich informacji ocena wyników osiąganych przez przedsiębiorstwa nie jest prostym zadaniem. W związku z tym rzetelna analiza wymaga nie tylko specjalistycznej wiedzy, ale i dużego doświadczenia.

Zadanie konkursowe numer 2:

Analiza sprzedaży

Odpowiedz na dwa pytania zawarte w tekście: ile wynosi tempo wzrostu (lub spadku) zysku netto i ile wyniosła rentowność sprzedaży w opisywanej księgarni we wrześniu 2014 roku.

Co robi logistyk w wojsku?

Szukając pomysłu na interesujący artykuł do kolejnego numeru „Ekonopedii", przypomniałam sobie pewną pracę domową z języka polskiego, która została nam zadana w jednej z ostatnich klas szkoły podstawowej. Musieliśmy przeprowadzić wywiad z ciekawą osobą. Mógł to być ktokolwiek, pod warunkiem, że miał oryginalną pasję, zawód lub był niezwykły pod jakimkolwiek innym względem. Początkowo wpadłam w panikę, ponieważ nikt taki nie przychodził mi na myśl. Szybko jednak uświadomiłam sobie, że jednak znam odpowiednią osobę! Był to mieszkający w sąsiedztwie pan Jurek, który niedawno się wprowadził. Pamiętałam, że kiedy nowi sąsiedzi złożyli nam wizytę, pan Jurek opowiadał, że jest żołnierzem zawodowym i że przez blisko rok przebywał na misji w Afganistanie. Pomyślałam, że mam okazję przeprowadzić wywiad, którego z pewnością cała klasa będzie mi zazdrościć. Nie posiadałam się z radości, kiedy nasz nowy sąsiad chętnie zgodził się, aby opowiedzieć o swoim pobycie w Afganistanie.

Kiedy oczami wyobraźni widziałam już ekscytujące opisy niebezpiecznych przygód, pan Jurek nieco ostudził mój zapał.

– Nie jestem pewien, czy moja opowieść będzie dla ciebie interesująca – zaczął. – Podczas całego pobytu w Afganistanie nie przeżyłem ani jednej mrożącej krew w żyłach sytuacji, a strzelanie ćwiczyłem tylko na strzelnicy – dodał.

– Ale jak to? – nawet nie próbowałam ukryć zaskoczenia.

– Zajmuję się w wojsku logistyką, a to co innego niż służba w oddziałach bojowych. Jeżeli wiesz, o czym mówię.

Oczywiście, wiedziałam, czym jest logistyka (jeśli masz wątpliwości, zajrzyj do *Leksykonu* z 13. numeru „Ekonopedii") i jakie zadania wykonują logistycy, ale nigdy nie pomyślałabym, że są oni

potrzebni także w wojsku. Musiałam przy tym mieć bardzo zawiedzioną minę, gdyż pan Jurek uśmiechnął się lekko i powiedział:
– Widzę, że spodziewałaś się czegoś innego. Zapewniam cię jednak, że i logistyk może mieć ciekawą pracę, a już z pewnością logistyk wojskowy.

Następne dwie godziny minęły jak jedna chwila. Pan Jurek okazał się świetnym gawędziarzem, a dzięki temu, co usłyszałam, zrozumiałam, jak istotną rolę pełnią w wojsku logistycy. Oto czego się dowiedziałam…

W wojskowej logistyce funkcjonują dwa słynne powiedzenia, przypisywane wielkim dowódcom: jedno z nich głosi, że „logistyka nie jest wszystkim, ale wszystko bez logistyki jest niczym", drugie zaś mówi, iż „dzięki logistyce nie wygrano jeszcze żadnej bitwy, ale przez nią wiele przegrano". Oba te powiedzenia podkreślają ważną, ale często niesłusznie niedocenianą rolę logistyki i logistyków we współczesnych armiach. Już w zamierzchłych czasach wielcy dowódcy wojskowi wiedzieli, że o zwycięstwach na polach bitew decydują nie tylko takie kwestie, jak ich własne umiejętności czy wyszkolenie żołnierzy, ale również prozaiczne rzeczy: właściwe zaopatrzenie żołnierzy w żywność, wodę czy odpowiednią odzież. Jak ważna jest logistyka, przekonał się nawet sam cesarz Napoleon Bonaparte, który podczas wyprawy na Moskwę w 1812 roku poniósł klęskę. Jedną z jej przyczyn było zbytnie oddalenie się głównych oddziałów od linii zaopatrzenia, przez co żołnierze często cierpieli głód. Brakowało również odpowiedniego odzienia, co przy surowej rosyjskiej zimie dziesiątkowało żołnierzy. Ci, którzy jakoś przetrwali, częściej myśleli o tym, jak się ogrzać i zdobyć pożywienie, niż o kolejnych potyczkach i bitwach.

Z upływem lat armie stawały się coraz bardziej nowoczesne. Pojawiało się nowe uzbrojenie, a kolejne konflikty zbrojne, które toczone były często na drugim końcu świata, wymagały szybkiego transportu tysięcy żołnierzy i zaopatrzenia na duże odległości (np. podczas II wojny światowej). Te wszystkie zmiany postawiły wojskowych przed koniecznością zbudowania sprawnego systemu, który nie tylko zapewniłby właściwe codzienne funkcjonowanie jednostek wojskowych, ale także – w razie potrzeby – byłby zdolny do zorganizowania przerzutu tysięcy żołnierzy i ogromnych ilości zaopatrzenia w dowolne miejsce na świecie. Tak właśnie powstała nowoczesna logistyka wojskowa.

– Przepraszam, że zacząłem od tego nieco historycznego wstępu, ale jest on niezbędny, żeby zrozumieć, że logistyka wojskowa, choć działa na podobnych zasadach jak logistyka „cywilna", zasadniczo się od niej różni – wyjaśnił pan Jurek. – Na rynku cywilnym nie ma takiego podmiotu, który w kilkanaście dni mógłby zaplanować i wykonać transport tysięcy żołnierzy wraz z niezbędnym zaopatrzeniem na odległość kilku tysięcy kilometrów. A w przypadku mojej misji w Afganistanie miejsce, do którego transportowano żołnierzy, było kompletnym pustkowiem pozbawionym jakiejkolwiek infrastruktury. Można powiedzieć, że był to środek pustyni – należało zorganizować wszystko od podstaw, aby mogli tam zamieszkać żołnierze – kontynuował pan Jurek.
– I pan w tym wszystkim uczestniczył? – zapytałam, lekko nie dowierzając.
– Byłem tylko malutkim trybikiem w ogromnej machinie logistyki wojskowej – odparł skromnie pan Jurek.
– Ale jak się takie rzeczy organizuje? – zapytałam.
– Na długo przez wysyłaniem naszych wojsk do Afganistanu zaczęto planować tę operację. Na początku określono, ilu żołnierzy i jak uzbrojonych planujemy wysłać. Posiadając te informacje, grupa logistyków wojskowych poleciała do Afganistanu i wybrała dokładną lokalizację pod budowę obozu wojskowego. Przy wyborze należało wziąć pod uwagę wiele aspektów, np. kwestię dostępu do wody pitnej, możliwości dostarczania zaopatrzenia, a przede wszystkim bezpieczeństwo. Następnie należało zorganizować od podstaw prace budowlane związane z powstawaniem obozu. Najpierw zbudowano potężne ogrodzenie zewnętrzne i wieżyczki strażnicze. Dopiero wtedy, gdy zapewniono już bezpieczeństwo, można było zacząć dalsze prace wewnątrz obozu – kontynuował pan Jurek. – W tym samym czasie inna grupa logistyków w Polsce planowała transport niezbędnego wyposażenia. Okazało się, że niektóre pojazdy, ze względu na ich rozmiary, można było przetransportować tylko drogą morską. Logistycy musieli więc zadbać o znalezienie i wynajęcie odpowiednich statków, które przewiozły wozy bojowe do portu w Pakistanie,

a następnie na lawetach ciężarówek do Afganistanu. Planując tę operację, trzeba było pamiętać, że taki transport jest gabarytowo o wiele większy niż zwykła ciężarówka, więc do zadań logistyków należało także takie wybranie trasy, aby pojazdy nie utknęły pod jakimś wiaduktem czy na zbyt wąskiej drodze.

– To niesamowite, o jak wielu rzeczach należy pamiętać – westchnęłam z podziwem.

– Tak, to prawda. Prawdziwe problemy zaczęły się jednak dopiero wtedy, gdy planowaliśmy przewóz materiałów niebezpiecznych, takich jak amunicja czy paliwo. Tego typu transport jest regulowany przez wiele szczegółowych przepisów, a wielkim problemem może być np. temperatura powietrza. Jeżeli jest za gorąco, niektóre z materiałów mogą się zapalić, a nawet wybuchnąć. Do logistyków należało więc odpowiednie zaplanowanie transportu, aby uniknąć wszelkich niebezpieczeństw.

– Jak to zrobić? – zapytałam.

– Można na przykład transportować ładunek nocą, kiedy jest chłodniej, a za dnia organizować postoje w zacienionych miejscach. W niektórych przypadkach trzeba było polewać cysterny wodą w celu ich schłodzenia. O tych wszystkich problemach należało jednak pomyśleć zawczasu i tak wszystko zorganizować, aby cała operacja odbyła się sprawnie i bezpiecznie.

– Jakie jeszcze zadania wykonują logistycy? – dociekałam.

– Zorganizowanie obozu i przetransportowanie żołnierzy oraz sprzętu to był dopiero pierwszy etap naszej pracy. Musieliśmy przecież zadbać o codzienne funkcjonowanie kilku tysięcy osób. Zajmowaliśmy się praktycznie wszystkim: poczynając od organizacji stołówki, poprzez dbanie o to, aby żołnierze mieli gdzie ćwiczyć i odpoczywać, a kończąc na organizacji poczty polowej. Na terenie bazy funkcjonował nawet sklep, gdzie żołnierze mogli zrobić drobne zakupy, a także małe punkty usługowe, pralnia czy sala gimnastyczna. Można powiedzieć, że z punktu widzenia logistyki operacja wysłania naszych wojsk do Afganistanu była jak zbudowanie od podstaw nowego miasta na wrogim terenie i w bardzo krótkim czasie. Takich wyzwań próżno szukać w „cywilnej" logistyce – zakończył pan Jurek.

Muszę przyznać, że po opowieści pana Jurka już nigdy nie przyszłoby mi do głowy, aby pomyśleć, że bycie logistykiem to nudne zajęcie. Najwyraźniej tak też pomyśleli uczniowie z mojej klasy. Za prezentację swojego wywiadu dostałam szóstkę, a wiele osób z klasy zadeklarowało, że w przyszłości wybierze zawód logistyka, koniecznie wojskowego.

Leksykon

Sponsorem bieżącego numeru jest literka D

DŁUG PUBLICZNY

Zadłużenie państwa. Powstaje, jeśli państwo zaciąga kolejne pożyczki, aby pokryć deficyt budżetowy.

DYWIDENDA

Część zysku wypracowanego przez przedsiębiorstwo, która jest przeznaczona do podziału pomiędzy udziałowców lub akcjonariuszy.

DENOMINACJA

Zmiana systemu walutowego w danym kraju, która polega na obniżeniu nominału dotychczasowej waluty. Przykładem może być denominacja, która miała miejsce w 1995 roku w Polsce. Do tamtej pory praktycznie wszyscy obywatele „byli milionerami" – przeciętne wynagrodzenie przekraczało 5 milionów złotych. Jednak równocześnie zwykły bochenek chleba kosztował około 10 tysięcy złotych. Po denominacji wszystkie ceny i płace zostały podzielone przez 10 tysięcy, w efekcie czego nie zmieniła się ich realna wartość, lecz nominał waluty. Po zmianach wynagrodzenia wynosiły ponad 500 zł, a cena chleba – około 1 złotego.

DYWERSYFIKACJA

Oznacza zróżnicowanie, a jej głównym celem jest zmniejszenie ryzyka straty oraz rozwój przedsiębiorstwa. Może dotyczyć na przykład branż, produktów, rynków lub dostawców. Jeśli przedsiębiorstwo działa na wielu różnych rynkach, wówczas jest szansa, że niepowodzenia i słabe wyniki sprzedażowe osiągane na jednym z nich mogą być równoważone sukcesem na innym rynku. Z kolei przedsiębiorstwo, które kupuje potrzebne materiały od wielu dostawców, nie straci zbyt wiele, jeśli jeden z nich nie wywiąże się terminowo z umowy. Często też przedsiębiorstwa dywersyfikują się, żeby szybciej się rozwijać – rozpoczynając działalność w nowych, dynamicznych branżach.

DEFICYT BUDŻETOWY

Nadwyżka wydatków państwa nad wpływami budżetowymi. Tworzy się, gdy państwo wydaje więcej niż zarabia.

Erudyta

czyli ciekawostki różnej maści...

Tym razem z lekkim powiewem minionych wakacji...

Z rankingu przygotowanego przez portal turystyczny TripAdvisor wynika, że w 2014 roku najczęściej odwiedzaną europejską atrakcją turystyczną była świątynia La Sagrada Familia, będąca perełką Barcelony (Hiszpania). Na drugim miejscu znalazła się Bazylika Świętego Piotra w Watykanie, a na trzecim Katedra w Mediolanie (Włochy).

Światowy Dzień Turystyki, ustanowiony przez Światową Organizację Turystyki, jest obchodzony corocznie 27 września.

Według Polskiej Organizacji Turystycznej polską atrakcją przyrodniczą cieszącą się w 2014 roku największą frekwencją był Tatrzański Park Narodowy. Odwiedziły go 3 miliony turystów. Do Karkonoskiego Parku Narodowego przyjechały 2 miliony turystów, a Woliński Park Narodowy zwiedziło 1,5 miliona osób.

Światowa Organizacja Turystyki donosi, że w 2014 roku liczba zagranicznych wyjazdów osób z całego świata przekroczyła 1,1 miliarda! Aby zrozumieć, jak duża to liczba, wyobraź sobie, że prawie każdy mieszkaniec Indii, drugiego państwa na świecie pod względem liczby ludności, wyjechał w ciągu minionego roku raz za granicę. Celem podróży ponad połowy turystów była Europa.

Trzydzieści lat temu dziewięciu członków brazylijskiego plemienia Dessana zdecydowało się porzucić wcześniejszy tryb życia w środku tropikalnych lasów i udać się w dół rzeki Rio Negro, w kierunku miasta Manaus. Wszystko po to, by – zamiast codziennej pracy w rolnictwie i rybołówstwie – stać się atrakcją turystyczną. Obecnie turyści, którzy odwiedzają ich wioskę, mogą podziwiać drewniane chaty oraz tradycyjne stroje z charakterystycznymi pióropuszami i malunkami na ciele. Wizyta w wiosce jest okazją do posłuchania muzyki ludowej i uczestnictwa w rytualnych tańcach. Co odważniejsi mogą spróbować swych sił, ucząc się tanecznych układów. Oczywiście obowiązkowym punktem odwiedzin w wiosce są zakupy ręcznie robionej biżuterii. W ten sposób plemię zarabia znacznie więcej, niż uprawiając ziemię i łowiąc ryby, a wszystkie artykuły niezbędne do życia kupuje w mieście.

Pierwsze biuro podróży zostało otwarte w 1841 roku w Anglii przez Thomasa Cooka. Inauguracyjną wycieczkę kolejową zorganizowano na trasie Leicester – Loughborough.

Chociaż mało kto się nad tym zastanawia, utrzymanie atrakcji turystycznych i zabytków wcale nie jest tanie. Często przychody ze sprzedaży biletów wstępu nie wystarczają na pokrycie niezbędnych wydatków. Doskonale zdaje sobie z tego sprawę burmistrz obleganego przez turystów Rzymu, który zdecydował się na skorzystanie z pomocy prywatnych przedsiębiorców. Współwłaściciel spółki produkującej ekskluzywne buty Tod's przeznaczył 34 miliony dolarów na realizację pięcioletniego planu czyszczenia murów Koloseum. Z kolei firma Bulgari, zajmująca się między innymi sprzedażą eleganckiej biżuterii, przeznaczyła 2 miliony dolarów na utrzymanie Schodów Hiszpańskich, a dom mody Fendi ofiarował prawie 3 miliony dolarów na Fontannę di Trevi. Dzięki takiemu rozwiązaniu turyści odwiedzający stolicę Włoch będą mogli bez przeszkód cieszyć się wyjątkowymi zabytkami Wiecznego Miasta.

Jednym z najbardziej dochodowych dla organizatorów typów wycieczek „w głąb natury" są wędrówki wśród goryli, które można odbyć na przykład w Parku Narodowym Bwindi w Ugandzie. W ciągu roku turyści przeznaczają na tę atrakcję łącznie około 15 milionów dolarów.

Z raportu Światowej Organizacji Turystyki wynika, że afrykańskie safari trwa przeciętnie 10 dni, liczy sześciu uczestników i kosztuje około 2000 zł za dzień. Najwięcej turystów, którzy biorą udział w najdłuższych wyprawach, przyjeżdża do Afryki z Francji, Wielkiej Brytanii, Stanów Zjednoczonych, Niemiec i Portugalii.

Pilot wycieczek, rezydent czy stewardesa to zawody, które kojarzą się z branżą turystyczną. Jednak nie wszyscy zarabiający dzięki wczasowiczom i podróżnym trudnią się tak tradycyjnymi zajęciami. O ile praca instruktora surfingu nikogo nie dziwi, o tyle prowadzenie lekcji surfingu dla psów wydaje się zajęciem co najmniej nietypowym. A są tacy, którzy właśnie w ten sposób zarabiają na życie.

Zadanie konkursowe numer 3:

Turystyczne kalkulacje

Normalny bilet wstępu do Tatrzańskiego Parku Narodowego kosztuje 5 złotych, a bilet ulgowy dla dzieci – 2,5 złotego. Ile wyniosły w 2014 roku przychody parku, jeśli wśród wszystkich turystów było 30% dzieci?
Policz, jakie przychody osiąga przeciętnie organizator safari dzięki jednej grupie turystów.

Zadanie konkursowe numer 4:

Literkowe newsy

Wiadomości biznesowe wcale nie muszą być nudne. Przekonaj się o tym, rozwiązując ostatnie zadanie konkursowe. Przeczytaj poniższe fragmenty tekstów, w których kryją się opisy trzech zawodów. W rozwiązaniu zadania podaj nazwy odgadniętych profesji.

* Fragmenty artykułów pochodzą z portalu edukacji ekonomicznej „Co słychać w biznesie".

W McDonald's z obsługą przy stoliku?!

McDonald's dwoi się i troi, aby znaleźć sposób na pogarszające się wyniki sprzedażowe. Jednym z niedawnych pomysłów było wydłużenie czasu serwowania śniadań, teraz sieć zamierza obsługiwać swoich klientów przy stolikach!

Domeną fast-foodów jest szybka obsługa gości: sprzedawcy sprawnie przyjmują zamówienia i zanim klienci uporają się z zapłatą, stawiają przed nimi tacki z gotowym jedzeniem. Okazuje się jednak, że taka organizacja sprzedaży nie odpowiada aktualnym potrzebom klientów, dlatego McDonald's postawił sobie za cel „poprawę wrażeń konsumentów" i „stworzenie nowego, ekscytującego otoczenia". Jednym z jego elementów mają stać się urządzenia z ekranem dotykowym, dzięki którym klienci będą mogli złożyć zamówienie i oczekiwać na jego realizację przy stoliku. Ale to nie wszystko!

Ponieważ inwestycje poczynione przez sieć mają się przyczynić do zmiany jej wizerunku, McDonald's stale próbuje zerwać ze standardowym menu. Do tej pory w jadłospisie sieci znajdowały się typowe propozycje, natomiast teraz uradowani klienci będą mogli wprowadzić pewne modyfikacje. Nowa forma składania zamówień sprzyja ich personalizacji – konsumenci będą mogli wybrać preferowany ser, rodzaj bułki, a także dodatki, takie jak guacamole czy grillowane grzybki. Trzeba przyznać, że jest to prawdziwa „rewolucja".

Podpowiedź odnajdziesz, czytając wyróżnione sylaby w kolejności od początku tekstu.

Dinozaury pracują dla... Hasbro

Ku uciesze fanów legendarnego filmu „Park Jurajski" pod koniec maja tego roku miała miejsce światowa premiera jego kontynuacji – „Jurassic World". Chociaż najnowszy film nie podbił serc krytyków, na pewno stał się przyczyną radości inwestorów posiadających udziały zabawkowego giganta, Hasbro. Dlaczego?

Producent między innymi serii zabawek My Little Pony i Furby pochwalił się wynikami finansowymi uzyskanymi w drugim kwartale bieżącego roku. Są one znacznie lepsze od zakładanych, dzięki – jak podaje spółka – dużemu zainteresowaniu akcesoriami związanymi z filmem „Jurassic World". Za sprawą dinozaurów zysk netto wzrósł w ciągu minionych trzech miesięcy o 25 proc., osiągając wartość blisko 42 milionów dolarów. Źródłem sukcesu była również sprzedaż zabawek firmowanych przez Marvel, takich jak Spider-Man czy Avengers, oraz popularność ciastoliny Play-Doh.

Podpowiedź odnajdziesz, czytając wyróżnione litery w kolejności od końca tekstu.

Jak księżniczka Charlotte napędza brytyjski biznes

Rywalizacja pomiędzy rodzeństwem jest powszechnym zjawiskiem. O ile wzajemne zaczepki są jej typowym objawem, o tyle porównanie, kto bardziej przyczynia się do ożywienia brytyjskiego biznesu, jest możliwe tylko w przypadku dzieci księcia Williama i księżnej Kate, czyli księcia Jerzego i księżniczki Charlotte.

Chociaż dwuletni książę Jerzy wyprzedza swoją siostrę w linii sukcesji do brytyjskiego tronu, to zaledwie czteromiesięczna księżniczka Charlotte jest „cenniejsza" dla brytyjskiej gospodarki. Przedsiębiorcy zawdzięczają księżniczce blisko 5 miliardów dolarów, podczas gdy księciu Jerzemu nieco ponad 3,5 miliarda. Charlotte podbiła serca rodaków, którzy szturmem ruszyli do sklepów, chcąc kupić swoim pociechom takie same sprzęty i ubrania, w jakich mała księżniczka wystąpiła niedługo po swoich urodzinach i w dniu chrztu.

Biorąc pod uwagę fakt, że księżniczka pojawiła się publicznie zaledwie dwa razy, prawdopodobnie niebawem stanie się „największym skarbem" Wielkiej Brytanii.

Podpowiedź odnajdziesz, czytając wyróżnione litery w kolejności od początku tekstu, jednocześnie cofając się o jedną pozycję w alfabecie (np. jeśli wyróżniona litera to f, w podpowiedzi powinna znaleźć się litera e).

Słowniczek

to apply for a job – złożyć podanie o pracę
can – móc
to earn money – zarabiać pieniądze
to get fired – zostać zwolnionym z pracy
to have – mieć
to have to do something – musieć coś zrobić
to help – pomóc
to invite – zapraszać
to look for a job – szukać pracy
to mean – znaczyć
to play – bawić się
to work – pracować
a cover letter – list motywacyjny
an interview – rozmowa kwalifikacyjna
a job – praca
a job offer – oferta pracy
a week – tydzień
bad news – złe wiadomości
every day – codziennie
later – później
your – twój
Don't worry! – Nie martw się!
Look! – Patrz!
There is something for you! – Jest coś dla ciebie!
Great! – Świetnie!
to be continued – ciąg dalszy nastąpi