NUMER 6

MAGAZYN MŁODEGO MENEDŻERA

EKONOPEDIA

WWW.EKONOPEDIA.PL

EUD

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy

www.uniwersytet-dzieciecy.pl

Organizator: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

Partner strategiczny: NBP Narodowy Bank Polski

Organizatorzy lokalni: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie; Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu; WSEiP Kielce; Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie; Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie

WSTĘPNIAK

- Wiesz co, ostatnio coraz częściej oglądam wiadomości gospodarcze w telewizji. Całkiem interesujące.
- No teraz, Filip, po lekturze kilku numerów „Ekonopedii", możemy coraz więcej zrozumieć z newsów ekonomicznych.
- To racja Aśka, ale są jeszcze trudne tematy. Ostatnio na przykład często mówią o niskiej inflacji i o tym, że może ona sprzyjać notowaniom na Giełdzie Papierów Wartościowych. W ogóle skąd te spadki i wzrosty inflacji się biorą?
- Wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych może mieć chyba wiele przyczyn. Najlepiej przeczytaj *Bajkę o rozkapryszonej królewnie* (strona 6), to co nieco zrozumiesz. A jak ciekawi cię Giełda to od razu popatrz na stronę 4, wtedy dowiesz się *Co byki i niedźwiedzie robią na Giełdzie*.
- A co ty taka naburmuszona jesteś?
- Słucham? Przecież nic takiego nie mówię…
- Zdradza cię „mowa ciała", zobacz, jak masz splecione ręce i jakie gesty wykonujesz.
- Hoho, widzę że czytałeś artykuł o tym *Czy można komunikować się milcząc* (strona 16), nieźle – muszę popracować nad komunikacją niewerbalną…
- Czytałem tam, że ten sam gest może oznaczać zupełnie co innego w różnych regionach świata.
- Takich różnic kulturowych jest całkiem sporo. O tym, co jest ważne w przypadku rozmów biznesowych w różnych regionach świata, dowiedziałam się z tekstu *Business everywhere* (strona 10).
- Ech, na takie podróże dookoła świata to trzeba, Aśka, najpierw uzbierać pieniądze. Czytałem (strona 9), że nawet loty tanimi liniami nie muszą być wcale takie tanie…
- To prawda, dlatego trzeba mieć biznesplan! Pamiętasz, jak efektywnie zaplanowaliśmy przygotowania do wycieczki szkolnej i jej organizację (strona 18)? To było mistrzostwo!
- Ty chyba jesteś sangwinik…
- Że co?
- Ha, nie czytałaś tekstu o typach osobowości (strona 8), to masz co nadrabiać. A mnie czeka jeszcze lektura dwóch artykułów. Po pierwsze tekstu o różnych rodzajach spółek (strona 3) – ostatnio mój wujek rozmawiał z sąsiadem o założeniu spółki komandytowej, muszę dowiedzieć się, o co chodzi. No i artykułu na temat tajemniczych oznaczeń (strona 13) na metkach i opakowaniach różnych produktów – ostatnio kłóciłem się z kolegami o pochodzenie konsoli do gier, nie wierzyłem że jest z Chin. Oznaczenia tam stosowane są bardzo podobne do tych z Unii Europejskiej.
- Ja natomiast zamierzam oddać się przyjemniej lekturze ciekawostek różnej maści (strona 14), postudiować ważne terminy na literę „R" (strona 12), a na deser rozwiązać krzyżówkę (strona 20) z trudnym, dwuczłonowym hasłem do odgadnięcia. Na szczęście na stronie www.ekonopedia.pl mogę później sprawdzić prawidłową odpowiedź.

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
Program: Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy, www.uniwersytet-dzieciecy.pl
Program dofinansowany przez: Narodowy Bank Polski
Zespół redakcyjny: Magdalena Żmiejko, Marcin Dąbrowski, Albert Tomaszewski

Autorzy artykułów: Marcin Dąbrowski (s. 2), Wioletta Nogaj (s. 4-5, 16-17), Katarzyna Garbacik (s. 6-7, 14-15), Tomasz Luks (s. 9), Małgorzata Marchewka (s. 10-11), Magdalena Żmiejko (s. 3, 8, 12-13, 18-20)
Redakcja językowa: Paulina Mróz, Karolina Pawlaczyk
Współpraca: Piotr Cuch
ISBN: 978-83-63127-08-4
Nakład: 1500 egzemplarzy

Przeglądając książkę telefoniczną… – stop! Czy istnieje obecnie coś takiego jak książka telefoniczna? Pewnie że tak, chociaż jest spychana w niepamięć za sprawą internetu. To jeszcze raz…

Przeglądając różne strony internetowe, portale informacyjne czy chociażby sklepy w sieci, spotykamy się przy nazwach firm z tajemniczymi oznaczeniami, typu: „sp.p", „SA", „z o.o.". Co to za oznaczenia, skąd się wzięły i jakie informacje nam przekazują?

Kiedy chcemy założyć własną firmę, możemy wybrać różne formy, w ramach których będziemy ją prowadzić. Przedsiębiorstwa można bardzo różnie kategoryzować. My posłużymy się podziałem uproszczonym, wynikającym z potrzeb osób chcących otworzyć własny biznes – będą to: chęć posiadania towarzysza w prowadzeniu firmy, nazywanego również wspólnikiem, oraz potrzeba posiadania dodatkowego kapitału – czyli pieniędzy na zrealizowanie wizji swojego przedsiębiorstwa.

Jeśli Jan Kowalski chce sam zarządzać swoją firmą, nie potrzebuje ani wspólników, ani dodatkowych pieniędzy na jej rozkręcenie – może założyć jednoosobową działalność gospodarczą.

Jeśli natomiast nie lubi samotnie prowadzić firmy, niezbyt pewnie czuje się na tym polu – może znaleźć wspólnika i założyć jedną z następujących spółek:

- **spółkę cywilną (s.c.)** – czyli firmę, w której będzie równoprawnym szefem ze swoim wspólnikiem, np. Anną Jankowską. Spółki te są w stosunkowo niewielkim stopniu regulowane, więc zazwyczaj wykorzystuje się je przy mniejszych przedsięwzięciach i w sytuacji, gdy wspólnicy bardzo dobrze się znają i mają do siebie duże zaufanie;
- **spółkę jawną (sp.j)** – najprostszą spółkę regulowaną przez kodeks spółek handlowych. Jest to spółka osobowa, co oznacza w konsekwencji, że za jej zobowiązania odpowiadają swoim majątkiem wspólnicy;
- **spółkę komandytową (sp.k)** – w której jeden ze wspólników, np. Jan Kowalski, jest komplementariuszem, czyli osobą zarządzającą firmą i odpowiadającą za nią całym swoim majątkiem, natomiast drugi wspólnik, np. Anna Jankowska, jest komandytariuszem, czyli osobą pełniącą mniej odpowiedzialne funkcje. Odpowiedzialność finansowa komandytariusza będzie ograniczała się do ilości pieniędzy, jakie wniósł do firmy;
- **spółkę partnerską (sp.p)** – Jan Kowalski i Anna Jankowska mogliby założyć tego typu spółkę jedynie wtedy, gdyby wykonywali tak zwany wolny zawód. Według ustawy wolne zawody to np.: adwokat, aptekarz, architekt, biegły rewident, broker ubezpieczeniowy, doradca podatkowy, księgowy, lekarz, lekarz stomatolog, lekarz weterynarii, notariusz, pielęgniarka, położna, radca prawny, rzecznik patentowy, rzeczoznawca majątkowy i tłumacz przysięgły. W takiej spółce na wspólnikach ciąży podwójna odpowiedzialność – każdy indywidualnie odpowiada za swoją pracę i ponosi konsekwencje za jej wykonywanie, natomiast wspólnie są odpowiedzialni za prowadzenie przedsiębiorstwa. Załóżmy, że Jan i Anna są lekarzami i zakładają wspólnie firmę – przychodnię rodzinną. Jan ma swoich pacjentów, Anna swoich, każdy z nich odpowiada za swoje decyzje dotyczące leczenia chorych. Natomiast wspólnie są odpowiedzialni za spłatę kredytu, za wymianę stłuczonej przez wandala szyby czy za zatrudnienie firmy sprzątającej.

Przyjrzyjmy się teraz sytuacjom, w których Jan niekoniecznie poszukuje współtowarzysza do prowadzenia przedsiębiorstwa, a bardziej potrzebuje gotówki do tego, żeby prowadzić dany typ działalności. Tutaj wyznacznikiem rozróżnienia spółek będzie kapitał. I tak:

- **spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (sp. z o.o.)** Jan Kowalski może założyć, jeśli będzie dysponował kapitałem początkowym 5000 złotych. Jeżeli nie posiada całej tej kwoty, może poszukać wspólników, którzy zechcą dołożyć swoje pieniądze do kapitału początkowego. Zakładając taką spółkę, zarówno Jan, jak i pozostali wspólnicy odpowiadają za firmę jedynie majątkiem, który do firmy włożyli. Nazywani są udziałowcami;
- **spółkę akcyjną (SA)** Jan Kowalski będzie mógł założyć, posiadając 100 000 zł kapitału początkowego. Odpowiedzialność wspólników za firmę jest w tym przypadku ograniczona do kwoty, która została wpłacona przez wspólnika na rzecz tego właśnie przedsiębiorstwa, kiedy postanowił w nie zainwestować. Od spółki z o.o. spółkę akcyjną odróżnia umowa, która jest skonstruowana w formie statutu (w z o.o. to umowa cywilnoprawna). Wspólnicy w tej spółce to akcjonariusze.

Największą popularnością w naszym kraju, choć nie tylko, cieszą się spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. W tabelce przedstawiamy oznaczenia stosowane w innych państwach:

Skrót	Nazwa	Kraj
Ltd.	Limited	Wielka Brytania, USA
S.r.l.	Società a responsabilità limitata	Włochy
ООО	Общество с ограниченной ответственностью	Rosja
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným	Czechy
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Austria i Niemcy
S.A R.L.	Société à Responsabilité Limitée	Francja

Podsumowując, posłużymy się myślą angielskiego dziennikarza i satyryka Ambrose'a Bierce, który powiedział, że „Spółka to pomysłowy wynalazek dla zapewnienia sobie indywidualnych zysków i uniknięcia indywidualnej odpowiedzialności".

Co byki i niedźwiedzie robią na giełdzie?

Może mieliście kiedyś okazję usłyszeć albo przeczytać fachowe komentarze dotyczące sytuacji na giełdzie papierów wartościowych? W takich komentarzach padają często stwierdzenia: „dzisiaj byliśmy świadkami dużych zwyżek akcji, a rynek zdominowały byki" albo „na parkiecie aktualnie rządzą niedźwiedzie i w najbliższym czasie nie zanosi się na poprawę sytuacji". Te tajemnicze sformułowania są z pewnością zrozumiałe dla fachowców od giełdy, ale daję głowę, że nie wszyscy z nich tak naprawdę potrafiliby wytłumaczyć, skąd się wzięły i co oznaczają. Spróbujmy więc odbyć podróż w czasie, aby dowiedzieć się, jakie były początki giełdy, jak się ona rozwijała i dlaczego dziś ciągle mówimy o bykach i niedźwiedziach, które rządzą na parkiecie. Zacznijmy więc od… zwierząt.

Jak to dawniej bywało

W dawnych czasach, gdy handel dopiero raczkował, wszyscy, którzy chcieli coś kupić albo sprzedać, gromadzili się w jednym miejscu w określonym czasie i tam dokonywano wymiany towaru za towar – najczęściej były to zwierzęta hodowlane. Takie zgromadzenia handlujących przeróżnymi towarami nazywano jarmarkami. Z czasem spotkania kupców odbywały się coraz częściej, aż w końcu powstały specjalnie wydzielone miejsca zwane placami targowymi, gdzie handel odbywał się codziennie. Tradycja takich spotkań kupców przetrwała do dzisiaj. Jeśli mieliście kiedyś okazję odwiedzić mniejsze miejscowości lub miasteczka w naszym kraju, to mogliście zobaczyć, jak w określonym dniu tygodnia zjeżdżają się na plac targowy okoliczni rolnicy. Odbywa się wtedy właśnie targ, podczas którego handluje się zwierzętami hodowlanymi, zbożem, płodami rolnymi itp. Podobnie wyglądało to w przeszłości. Takie właśnie targi i jarmarki dały początek giełdom towarowym, o których pisaliśmy w ostatnim numerze naszego czasopisma.

Giełda papierów wartościowych

Już wiemy, jak dawniej wyglądał handel i skąd pomysł na stworzenie giełdy towarowej. Nadal jednak nie wiemy, jak to się stało, że powstały inne giełdy. Ta, która jest nam najbardziej znana, to giełda papierów wartościowych. Handluje się na niej różnymi rodzajami papierów wartościowych – akcjami czy obligacjami oraz takimi papierami, które w fachowym języku nazywamy instrumentami finansowymi.

Początki giełdy papierów wartościowych sięgają XVII wieku. Wtedy to w Amsterdamie po raz pierwszy w dziejach handlowano akcjami, czyli tak naprawdę udziałami w przedsiębiorstwach. Choć giełda ta była pionierska, to szybko największe znaczenie zaczęła mieć giełda w Londynie. To właśnie tam wypracowano większość zasad, którymi do dzisiaj kierują się osoby handlujące na wszystkich giełdach papierów wartościowych świata. I właśnie tam należy szukać pochodzenia naszych „byków i niedźwiedzi".

Byki i niedźwiedzie

W żargonie giełdowym „bykami" określamy tych inwestorów, którzy spodziewają się, że ceny akcji będą rosły, i zgodnie z tymi oczekiwaniami podejmują swoje decyzje finansowe. Z tego też powodu byk jest symbolem hossy, czyli długotrwałej zwyżki cen akcji.

Z kolei niedźwiedź jest niejako przeciwieństwem byka. Mianem niedźwiedzi określa się tych inwestorów, którzy liczą, że ceny akcji będą spadać i do tych oczekiwań dostosowują swoje strategie inwestycyjne. Niedźwiedź jest symbolem spadków cen akcji, a więc bessy.

Historycy nie są zgodni co do tego, jakie jest pochodzenie wspomnianych nazw. Niektórzy twierdzą, że cała historia ma swój początek w osiemnastowiecznej Anglii, gdzie dużą popularnością cieszyły się walki byków z niedźwiedziami. Ta „rozrywka" była tak powszechna i tak bardzo rozpalała wyobraźnię, że właśnie odmienny styl walki tych dwóch zwierząt mógł stanowić inspirację do nazwania zachowań ludzi na giełdzie. W walce byk starał się używać swoich rogów i za ich pomocą wyrzucać przeciwnika w górę, co w połączeniu z jego siłą sprawiło, że stał się symbolem zwyżek cen akcji. Gdy mamy hossę, mówimy o „rynku silnego byka".

Z kolei niedźwiedzie robią wrażenie ociężałych i powolnych. Takie postrzeganie tego zwierzęcia oraz obserwacja jego stylu walki, który polegał na sprowadzeniu przeciwnika „do parteru" i powaleniu go, przyczyniły się do tego, że niedźwiedź kojarzył się ówczesnym ludziom ze spadkami na giełdzie.

W miarę upływu czasu pojęcie to rozciągnięto także na określenie strategii gry na giełdzie, obliczonej na spadki cen akcji. Najogólniej rzecz ujmując, określenie „rynek niedźwiedzia" oznacza sytuację, kiedy mamy do czynienia ze spadkami cen akcji na giełdzie.

Istnieje również nieco inne wytłumaczenie obecności byków i niedźwiedzi w giełdowym nazewnictwie. Zgodnie z tą wersją powiedzenie o niedźwiedziach na giełdzie związane jest z historią londyńskich handlarzy niedźwiedzimi skórami. Handlarze ci umawiali się z kupującymi na sprzedaż skór po ustalonej z góry cenie, ale z terminem ich dostarczenia w przyszłości (np. za miesiąc). W momencie zawierania umowy nie posiadali jeszcze fizycznie tych skór. Liczyli, że do czasu jej realizacji ceny spadną, a różnica będzie ich zarobkiem. Tak naprawdę liczyli więc na to, że na rynku wystąpią spadki. Strategia obliczona na wystąpienie spadków cen, którą stosowali handlarze niedźwiedzimi skórami, miała być powodem tego, iż później każde załamanie cen na giełdzie kojarzyło się już z „rynkiem niedźwiedzi". Skoro znaleziono popularny termin na określenie spadków giełdowych, to poprzez analogię poszukiwano odpowiedniego określenia dla opisania wzrostu cen akcji. Niejako naturalnie skojarzono (a pomogła w tym duża popularność opisanych wyżej walk niedźwiedzi z bykami), iż przeciwieństwem niedźwiedzia jest właśnie byk, który charakteryzuje się tak odmiennym temperamentem i stylem walki.

Teraz znamy już zatem odpowiedź na nasze tytułowe pytanie. Obecność byków i niedźwiedzi na giełdzie papierów wartościowych wcale nie oznacza, że się tam nimi handluje. Można powiedzieć, że zwierzęta te są na giełdzie dzięki sile tradycji i przyzwyczajeniu ludzi do stosowania dobrze przyjętych i zwyczajowo utrwalonych nazw. I chociaż w rzeczywistości nikt już nie organizuje walk byków z niedźwiedziami (przynajmniej taką mamy nadzieję) to ich giełdowa walka trwa każdego dnia.

BAJKA

o rozkapryszonej królewnie, nadmiernych wydatkach, drukowaniu pieniędzy i wysokiej stopie.

Za górami, za lasami, za dolinami, tuż za rwącą Zieloną Rzeką leży Zaczarowany Las. W nim zaś, na polanie dzień w dzień skąpanej w promieniach słońca, rośnie ogromny, niebosiężny dąb. To najstarsze i największe drzewo w lesie. Kiedy zamkniesz oczy i trzykrotnie obejdziesz je dookoła, z pewnością usłyszysz taką oto opowieść…

Dawno temu u źródeł Zielonej Rzeki leżało ogromne państwo, którym władał Król Sagacjusz. Był mądry, roztropny, przenikliwy i dalekowzroczny, dlatego szanowali go i poddani, i władcy ościennych krajów, i wrogowie, których w sąsiedztwie również nie brakowało. Dzięki wyważonym decyzjom królestwo rozwijało się, gospodarka kwitła, a ludziom żyło się dostatnio. W stosownym czasie król ożenił się z najpiękniejszą dziewczyną w całej okolicy i choć początkowo dworzanie oraz królewscy doradcy nie byli zachwyceni tym małżeństwem, to jednak nowa królowa szybko podbiła ich serca taktem, dobrocią i szczerym uśmiechem, który zawsze gościł na jej twarzy. Królewska para żyła w harmonii i spokoju, i wydawałoby się, że niczego im do szczęścia nie brakuje. Niczego poza dzieckiem – lata mijały i władcy coraz bardziej doskwierał brak potomka. Królowa też bardzo martwiła się z tego powodu. Jednak którejś jesieni los się odwrócił i pewnego dnia na zamku narodziła się królewna – śliczna, radosna i pełna energii. Nadano jej imię Judycja, po stryjecznej babce, a król i królowa świata poza córką nie widzieli, mała dziewczynka zawojowała ich zupełnie.

Król Sagacjusz spełniał wszystkie życzenia córeczki, nie bacząc na wysiłek i koszty, które musiał ponosić. Nic więc dziwnego, że Judycja wyrosła na nieco rozkapryszoną panienkę, a jej żądania wydawały się nie mieć końca. Jednego dnia zażyczyła sobie szczerozłotej karocy, drugich brylantowych bucików do gry w tenisa, trzeciej kryształowej komnaty do zabawy w chowanego… I tak w kółko. W pałacowych podziemiach drukarki 3D pracowały właściwie bez przerwy, pożerając biliony kilowatów energii elektrycznej i niezliczone ilości najcenniejszych minerałów i surowców, które dworzanie sprowadzali z całego królestwa, nie bacząc na koszty. Nadszedł wreszcie dzień, w którym zawartość królewskiego sejfu się wyczerpała – Sagacjusz został królem bez grosza przy duszy. Tymczasem Judycja zażądała szmaragdowej sukienki wykończonej platynową koronką, bowiem zbliżał się doroczny bal absolwentów w jej ekskluzywnym gimnazjum. Dodatkowo upomniała się o dawno zamówiony samochód z kevlaru – niezwykle lekkiego, a przy tym bardzo wytrzymałego materiału, stosowanego zazwyczaj do produkcji części do kadłubów samolotowych lub kuloodpornych kamizelek. Oczywiście pojazd miał mieć odrzutowy napęd i kierownicę wysadzaną drogocennymi perłami. Słysząc to, Sagacjusz zasępił się, wiedział bowiem, że królewna nie odpuści. Za wszelką cenę chciał uniknąć awantury z córką, a i wstyd mu było przyznać się przed małżonką do tego, że został bankrutem. O północy, kiedy wszyscy na zamku pogrążeni byli we śnie, potajemnie zakradł się do piwnicy i… wydrukował pieniądze, które chyłkiem włożył do sejfu. Rano Wielki Podskarbi Koronny przekazał je dworzanom, a ci zakupili wszystko, co było niezbędne do spełnienia życzeń królewny. Podobna sytuacja powtarzała się kilkakrotnie – za każdym razem, kiedy kasa zaczynała świecić pustkami, a królewska córka ponawiała swoje zachcianki, Sa-

gacjusz drukował pieniądze... Doszedł do takiej wprawy, że właściwie mógł to robić z zamkniętymi oczami. Uśmiechał się pod wąsem, że w tak łatwy sposób poradził sobie z finansowymi kłopotami i gratulował sam sobie świetnego pomysłu.

Tak upłynął miesiąc, potem drugi, wreszcie minęło pół roku… W środę Król, jak co tydzień, sprawdzał księgi rachunkowe. Zapisywano w nich wszystkie pałacowe wydatki – te najdrobniejsze, te średnie i te najwyższe. Sagacjusz uważnie studiował kolumny cyferek, odhaczając na marginesie skontrolowane pozycje. W pewnej chwili ze zdumieniem zauważył, że kwoty płacone za chleb wzrosły dwukrotnie w porównaniu z poprzednim miesiącem. Podobnie było z mięsem, serem, guzikami z masy perłowej, gumą do żucia, paliwem do królewskich powozów, a nawet z przysmakami dla królewskich psów. Niektóre produkty zdrożały nawet trzykrotnie. Właściwie nie było żadnego, który kosztowałby tyle samo co przed miesiącem… Do czorta! – Król zaklął szpetnie pod nosem – źle to wygląda!

Ale dlaczego tak się stało? – zasępił się Sagacjusz. Kompletnie nie miał pojęcia, dlatego postanowił osobiście przyjrzeć się sytuacji. W przebraniu wyruszył do miasta położonego u stóp królewskiego zamku. Pierwsze kroki skierował do gospody – i gdy tylko przestąpił jej próg, pojął, że wcale nie przypomina ona tego miłego miejsca, które przed laty odwiedzał. W sali kłębił się tłum ludzi z sakiewkami wypełnionymi pieniędzmi, kłócących się między sobą o to, kto dostanie dzban herbaty z cytryną. Przysłuchując się sprzeczce, Król szybko zorientował się w czym rzecz – napój został zaparzony z ostatniej herbacianej torebki. Więcej nie było, dlatego karczmarz postanowił sprzedać go temu, kto zapłaci najwięcej. Sagacjusz nie znosił kłótni, dlatego zaproponował, że zapłaci podwójną oferowaną stawkę. Wkrótce oberża opustoszała, a władca, usiadłszy przy stole z filiżanką ulubionego naparu, wdał się w pogawędkę z właścicielem gospody i jego żoną.

- Ciężko się żyje – żalił się karczmarz. - Mniej więcej pół roku temu nagle wszyscy zaczęli coraz więcej kupować: właściciel salonu samochodowego, złotnik, krawiec… Więcej pieczywa, więcej sera, mięsa…

Pół roku temu? Właściciel salonu? Złotnik? Krawiec? – Sagacjuszowi coś zaczęło świtać. Tymczasem oberżysta ciągnął swoją opowieść:

– Ilość towarów przywożonych na miejskie targowisko wcale się nie zwiększyła, ale szaleństwo zakupów trudno było zatrzymać. Kupcy nie nadążali z dostawami, dlatego podnieśli ceny. Ale to nie pomogło, bo pieniędzy w sakiewkach klientów było coraz więcej i więcej. Tak jakby ktoś je sypał z nieba – więc ceny szły w górę. I trudno było cokolwiek kupić – niemal tak jak z tą twoją herbatą…

Coraz więcej pieniędzy? Nasypanych z nieba? Raczej wydrukowanych w piwnicy – pomyślał Sagacjusz, a włosy zjeżyły mu się na głowie.

- Oj tak, ceny są bardzo wysokie – westchnęła żona karczmarza. - Nie dalej jak tydzień temu wydałam wszystkie oszczędności, żeby zaopatrzyć spiżarnię. Musiałam kupować drogo, a teraz, aby wyjść na swoje, będę musiała drożej sprzedawać potrawy, które gotuję.

- No tak, nie ma innego wyjścia… Kto wie, być może wkrótce będę musiał zamknąć gospodę – zafrasował się właściciel. - Nie mam pewności, co i ile będzie kosztować za tydzień, i czy klienci zapłacą mi tyle, abym mógł pokryć te koszty. Ale to nie tyko mój problem. Wszyscy narzekają – na przykład kowal dwa dni temu kupił rower, a dzisiaj za tę samą kwotę może nabyć jedynie rowerowe koło, i to bez dętki. Prawda jest taka: pieniądze nie mają wartości, oszczędności całego życia nie na wiele się zdadzą i nie opłaca się składać depozytów w banku…

No to klops! Ceny rosną w niekontrolowany sposób. Mamy inflację, i to dużą – pomyślał Król, uświadomiwszy sobie, że gospodarka w jego królestwie legła w gruzach. I to przez jego własne nieodpowiedzialne działania.

Ta rozmowa w gospodzie podziałała na niego jak kubeł zimnej wody. Władca postanowił zaradzić sytuacji i odzyskać zaufanie obywateli. Po pierwsze – koniec z fanaberiami królewny! Koniec zakupów, zachcianek i rozrzutności. Judycja pójdzie do szkoły z internatem, i to takiej, w której przestrzega się dyscypliny, nie rozpieszcza uczennic i wymaga chodzenia w szkolnych mundurkach. Po drugie – trzeba zabrać nadmiar pieniędzy z rynku i zrobić wszystko, żeby utrzymać ceny na określonym poziomie – zapobiec ich dalszemu niekontrolowanemu wzrostowi! O ile pierwsze zadanie zrealizowano względnie łatwo, pomijając oczywiście ogromną awanturę, którą zrobiła ojcu królewna, to jednak na rozwiązanie drugiego problemu Król nie miał żadnego pomysłu. Ogłosił więc ogólnopaństwowy konkurs, w którym każdy mógł zgłosić swój koncept. Na nic to się jednak nie zdało – nikt niczego mądrego nie wymyślił. Zasmucony król snuł się po królewskich komnatach i wzdychał tak, że aż echo niosło się po całym pałacu. W końcu postanowił porozmawiać o swoich problemach z Królową. Ta, z właściwym sobie taktem, grzecznie przemilczała to, co cisnęło jej się na język: że Król jest nieodpowiedzialny, że każdy jest mądry po szkodzie, że zanim coś się zrobi, trzeba pomyśleć o skutkach, że skoro nawarzył sobie piwa, to powinien je sam wypić… i jeszcze wiele, wiele innych rzeczy. Następnie usiadła w bibliotece i pogrążyła się w studiowaniu najstarszych ksiąg. Czytała i czytała, i wreszcie znalazła.

- Posłuchaj Królu – rzekła – jest takie prawo, które mówi, że możesz kazać poddanym odprowadzić do królewskiego skarbca określoną kwotę pieniędzy – taką, jaką wskaże stopomierz.

- Stopomierz? A cóż to takiego? – zapytał Król.

- To bardzo proste urządzenie – duże naczynie wypełnione po brzegi wodą, do którego wkładasz swoją królewską stopę aż po kostkę. Woda, która przeleje się przez ścianki, zbierana jest do cylindra z podziałką, która wskazuje, jaką część posiadanych pieniędzy poddani muszą przeznaczyć na zasilenie królewskiej kasy. A jeśli jeszcze założysz buty na koturnach – noga zwiększy swoją objętość i wyprze z naczynia większą ilość cieczy. To się nazywa wysoka stopa! – Królowa uśmiechnęła się ciepło.

- No, bardzo sprytnie moja droga, bardzo sprytnie. To naprawdę może być dobry początek walki z nadmiernym wzrostem cen. Nie będzie łatwo, bo tak naprawdę muszę sięgnąć do kieszeni poddanych, ale myślę, że dam sobie radę. W końcu Judycja dała mi niezłą szkołę podczas ostatniej awantury. Tak sobie myślę, że jeśli mieszkańcy naszego kraju będą mieli mniej pieniędzy, nie będą ich wydawać bez zastanowienia. Kupią to, co będzie im potrzebne – a nie wszystko, co pojawi się w sprzedaży. Wtedy ceny muszą się ustabilizować – chociaż nie da się tego zrobić z dnia na dzień…

I to już koniec baśniowej opowieści, którą można usłyszeć na polanie w Zaczarowanym Lesie. Czy jednak naprawdę jest to tylko bajka?

Asia: Jak myślisz Filip? Tylko bajka? A co z ziarnem prawdy, które ponoć tkwi w każdej opowieści?

Filip: Przecież o stopie słyszałaś – i tej podatkowej, i tej procentowej. No, może niekoniecznie wyznacza się ją za pomocą naczynia w wodą, ale…

Mama Asi: Tak, tak, w przypadku inflacji, a przecież o niej była mowa w bajce, władze często podwyższają stopy podatkowe. Mogą też odpowiednio zwiększyć stopy procentowe – ale o tym będziecie mogli przeczytać w następnym numerze „Ekonopedii".

TYPY OSOBOWOŚCI

Filip: I jak ci się podoba ta nowa, która dołączyła przed feriami do naszej klasy?

Asia: Julka? Wydaje się fajną dziewczyną, przynajmniej na pierwszy rzut oka i przy pierwszym kontakcie. Jeszcze nie miałam okazji jej dobrze poznać.

Filip: No ale jaka jest? Opowiedz mi o niej!

Asia: Oj Filip odczep się! Chcesz ją poznać, to do niej zagadaj i sam się przekonaj, jaką ma osobowość.

Filip: Że co? Osobowość? A co ty dzisiaj rzucasz takimi mądrymi tekstami?

Asia: Jadąc pociągiem na zimowisko, przeglądałam jakąś gazetę, która leżała w przedziale, i tam znalazłam fajne słowa Einsteina – kojarzysz pana?

Filip: Aha – wielkim fizykiem był!

Asia: Właśnie. I tenże geniusz powiedział: „Osobowość kształtuje się nie przez piękne słowa, lecz pracą i własnym wysiłkiem". No i coś mi się nie zgadzało, bo można pracować nad charakterem – przynajmniej tak zawsze powtarzają rodzice – można pracować, żeby zdobyć doświadczenie, ale rozwijać osobowość? Nie za bardzo wiedziałam, o co chodzi. I jak tylko miałam możliwość pogrzebania w internecie, to sobie sprawdziłam, czym jest ta osobowość.

Filip: Aśka, do rzeczy, bo zakwitnąć można, zanim powiesz, co to takiego!

Asia: Słuchaj, osobowość to zespół cech fizycznych i psychicznych, charakterystycznych dla danego człowieka. Cechy te mają wpływ na nasze życie, co oznacza, że jest to trochę szersze pojęcie niż charakter, bo na przykład cechą osobowości będzie sposób mówienia, ale również kultura osobista, roztargnienie czy zazdrość.

Filip: Tak… mniej więcej rozumiem…

Asia: Skoncentruj się! Albo nie, mam lepszy pomysł – odprowadź mnie do domu, to pokażę ci moje notatki na temat osobowości. Pomyślałam, że to może być dobry temat prezentacji na godzinę wychowawczą, więc od razu rozpisałam sobie wszystko.

Filip: Ty to masz zdrowie, w ferie myśleć o prezentacji, którą mamy zrobić za trzy miesiące. OK, w takim razie idę do ciebie.

Asia: Zobacz, a tu sobie zrobiłam taki wykresik z różnymi typami osobowości – może dzięki temu załapiesz, o co chodzi.

Sangwinik – mocne strony: entuzjastyczny, energiczny, z poczuciem humoru, towarzyski, wesoły, spontaniczny, szczery, twórczy; słabe strony: egoista, naiwny, dziecinny, niecierpliwy, niezdyscyplinowany, gadatliwy, zapominalski, łatwo wpadający w gniew.

Flegmatyk – mocne strony: powściągliwy, niewymagający, spokojny, opanowany, zgodny, rzetelny, troskliwy, dowcipny, życzliwy; słabe strony: mało entuzjastyczny, niezdecydowany, samolubny, leniwy, niedbały, złośliwy, ulegający innym.

Melancholik – mocne strony: staranny, perfekcjonista, zorganizowany, sumienny, skłonny do przemyśleń, analityczny umysł, precyzyjny, twórczy; słabe strony: przygnębiony, podejrzliwy, nieprzyjazny, krytyczny, zawzięty, łatwo wpadający w depresję, zazwyczaj nisko siebie ceni.

Choleryk – mocne strony: nadaje się na przywódcę, dynamiczny, aktywny, dobry organizator, wzbudzający zaufanie, zdecydowany, o silnej woli; słabe strony: niecierpliwy, nieznoszący sprzeciwu, impulsywny i wybuchowy, niegrzeczny, nietaktowny, dominujący, manipulujący innymi.

Filip: O teraz chyba zrozumiałem kwestię osobowości. Ale jestem zaskoczony tym, że każdy typ osobowości ma swoje wady i zalety. Kto by się spodziewał? Zwłaszcza, że jak ktoś jest marudny, wiele rzeczy wykonuje niesamowicie wolno, to wyzywamy go od flegmatyka…

Asia: Dokładnie. Wychodzi na to, że po prostu potoczne znaczenie niektórych słów nie do końca zgadza się z ich prawdziwym sensem.

Filip: Jakoś tak melancholijnie się zrobiło…

Asia: Chciałeś chyba powiedzieć: filozoficznie…

Filip: Niech ci będzie. Jak jesteś taka mądra, to jeszcze mi powiedz, kim był ten Hipokrates.

Asia: To ty nie pamiętasz? Sklerotyku! To był grecki lekarz, ojciec współczesnej medycyny, któremu nieobce były choroby ciała. Interesował się również psychologią.

Filip: Wiesz, fajnie, że ty już masz właściwie zrobioną tę prezentację na godzinę wychowawczą. Ja jeszcze nawet nie mam na nią pomysłu.

Asia: I tym się właśnie różnimy – ja jestem zapobiegawcza i planuję z wyprzedzeniem, a ty bujasz w obłokach i wszystko zostawiasz na ostatnią chwilę.

DLACZEGO TANIE LATANIE NIE ZAWSZE JEST TANIE?

Chyba wszyscy słyszeli o tzw. tanich liniach lotniczych, którymi można podróżować małym kosztem. W ciągu kilkunastu ostatnich lat takie firmy jak Wizz Air czy Ryanair rokrocznie notowały bardzo wysokie zyski, podczas gdy branża lotnicza znajduje się raczej w opłakanej sytuacji – linie bankrutują jedna po drugiej. Jednak tani przewoźnicy funkcjonują całkiem nieźle. Jak oni to robią?

W praktyce wygląda to mniej więcej tak. Przykładowo na dany lot z Warszawy do Budapesztu przewoźnik udostępnia dwie, trzy taryfy cenowe, w tym tylko kilka bardzo tanich biletów. Gdy te zostaną wykupione, pojawiają się kolejne – w wyższych cenach. Oczywiście zdarzają się przeróżne promocje, w przypadku których biletów w obniżonych cenach oferuje się więcej. Należy jednak zaznaczyć, że takie promocje są też bardzo ograniczone i biletów za przysłowiową złotówkę jest naprawdę niewiele – cztery, pięć na ponad 170 sprzedawanych miejscówek. Takie okazjonalne oferty wiążą się zawsze z określonymi dodatkowymi warunkami, które pasażer musi wziąć pod uwagę, przygotowując się do wyjazdu – jest to np. konkretny termin promocyjnych lotów, trasa czy długość pobytu. Dlatego też przy planowaniu taniego latania warto rozpocząć właśnie od zakupu biletów lotniczych.

Tania podróż lotnicza wiąże się również z pewnymi niedogodnościami – np. bezpłatnie można zabrać ze sobą tylko tzw. bagaż podręczny, czyli małą walizkę, którą wnosimy na pokład samolotu. Czeka nas również samodzielna odprawa przeprowadzana przez internet, ponieważ ta na lotnisku jest dodatkowo płatna. Jeżeli chcemy zabrać ze sobą dużą walizkę, czyli tzw. bagaż rejestrowany, musimy się liczyć z dodatkowymi opłatami i to niemałymi! Standardowa opłata za duży bagaż wynosi ok. 100 zł w jedną stronę, ale jest zróżnicowana – zależy od tego, czy podróżujemy w sezonie letnim czy zimowym. Niestety, niektóre linie lotnicze wprowadziły niedawno również opłatę za bagaż podręczny.

Istnieją jeszcze dodatkowe opłaty, które są naliczane na końcowym etapie rezerwacji biletu. Chodzi tu o opłatę transakcyjną, administracyjną. To koszt ok. 40–50 złotych, w związku z tym bilet staje się coraz droższy. Dodatkowo, kupując bilety, należy być bardzo uważnym, ponieważ strony przewoźników są tak skonstruowane, iż łatwo „niechcący" zaznaczyć płatną usługę i zapłacić więcej niż się planowało.
Tanie latanie to również mniej wygody w samym samolocie. Trzeba wiedzieć, że samoloty tanich przewoźników wyposażone są w dodatkowe rzędy foteli, czyli odstępy między siedzeniami są znacznie mniejsze niż w liniach rejsowych. Jeśli więc jesteś długonogim pasażerem bądź Twój stan zdrowia wymaga zajęcia miejsca z większą przestrzenią na nogi, musisz dopłacić za miejsce z przodu lub przy drzwiach ewakuacyjnych. Osoba decydująca się na taniego przewoźnika nie powinna być też zdziwiona tzw. „podniebnym jarmarkiem". Jest to próba sprzedaży różnych rzeczy: jedzenia, kosmetyków, gadżetów czy kuponów loterii w stosunkowo wysokich cenach. Stanowczo nie sprzyja to komfortowi lotu.

Kolejnym ważnym aspektem jest położenie lotniska, które obsługuje daną linię. Tanie linie najczęściej korzystają z lotnisk, które mają niższe opłaty lotniskowe, ponieważ są oddalone od miast. Na przykład lecimy do Sztokholmu na lotnisko Skavsta położone ok. 100 km od stolicy Szwecji. To spory kawałek i kolejny wydatek, bo jeśli chcemy dotrzeć do centrum, musimy skorzystać z miejscowego transportu, który z oczywistych powodów (podróżni muszą wydostać się z lotniska) nie będzie najtańszy – wydamy kolejnych kilkadziesiąt złotych.

Reasumując, podróż tanią linią nie zawsze musi być faktycznie tania, ponieważ po dodaniu różnego rodzaju opłat, które musi uiścić pasażer, firmy podwyższają pierwotną cenę biletu o kilkadziesiąt albo i kilkaset złotych. Często najdroższe w tanich liniach jest przewożenie bagażu rejestrowanego. Trzeba również wziąć pod uwagę cenę dojazdu z lotniska do celu naszej podróży. I przede wszystkim – bardzo ważne jest wystrzeganie się pomyłek podczas rezerwacji, ponieważ mogą one uszczuplić nasz budżet.

BUSINESS EVERYWHERE

CZYLI O RÓŻNICACH KULTUROWYCH W BIZNESIE

Dwa lata temu poznałam pana Stanisława, który założył przedsiębiorstwo Amber, zajmujące się sprzedażą różnych wyrobów z bursztynu. Na początku sprzedawał swoje towary w okolicach Krakowa, zaś z czasem rozwinął działalność, obsługując klientów z całej Polski. W ubiegłym roku postanowił spróbować swoich sił, sprzedając bursztynowe cuda poza granicami naszego kraju. Od tego momentu jego losy stały się bardzo barwne i o nich chcę Wam dziś opowiedzieć.

Znajomość języków obcych podstawą sukcesu w biznesie?

W pierwszą zagraniczną podróż biznesową pan Stanisław wybrał się do Stanów Zjednoczonych. Znał bardzo dobrze język angielski, więc nie obawiał się kontaktu z amerykańskimi kontrahentami. Chcąc dobrze wypaść, na początku używał bardzo wyszukanych słów, lecz ku jego zdziwieniu Sandra – jak przedstawiła się reprezentantka amerykańskiej sieci handlowej – bardzo szybko zaczęła swobodną rozmowę, mimo że pan Stanisław był od niej sporo starszy. W spotkaniu uczestniczył także przełożony Sandry – dyrektor do spraw sprzedaży John Smith, jednak to ona przewodziła spotkaniu. Na początku rozmawiali o tym, co pan Stanisław robi na co dzień. Sandra pochwaliła się swoimi sukcesami w negocjacjach z innymi parterami z Polski, zaś chwilę później przeszli do omówienia szczegółów oferty firmy Amber. Pan Stanisław był zaskoczony bezpośredniością kontaktu między Sandrą a Johnem i gdyby wcześniej nie wiedział, że to pan Smith jest dyrektorem, trudno byłoby mu się zorientować. Całe spotkanie trwało niecałą godzinę, a pan Stanisław wyszedł z niego zmęczony i było mu trochę przykro, bo miał wrażenie, że Sandra nie zwracała się do swojego szefa z należytym szacunkiem.

Panu Stanisławowi udało się podpisać pierwszy zagraniczny kontrakt z amerykańską siecią handlową i cieszył się ze swojego sukcesu, jednak po głowie chodziła mu myśl, która nie dawała mu spokoju. „Chociaż znam dobrze język angielski, dziwnie się czułem podczas rozmowy z Sandrą i Johnem. Wygląda na to, że nie tylko język nas różni, ale także sposób zachowania i załatwiania pewnych spraw" – pomyślał.

Rzeczywiście tak jest – biznesmeni, którzy podróżują po świecie, bardzo często doświadczają różnic w sposobie myślenia, dyskutowania i postępowania. Różnice te są głęboko zakorzenione we wspólnych normach, przekonaniach, wartościach i tradycjach, charakterystycznych dla danej kultury narodowej. Inne zachowania, stroje czy zwyczaje to tylko wierzchołek góry lodowej – kultura kryje się przede wszystkim w naszych umysłach. Śledząc losy pana Stanisława, dowiecie się, czego można spodziewać się podczas wizyt biznesowych poza granicami naszego kraju.

Jednym z wymiarów kultury jest tak zwany dystans władzy, czyli charakter relacji między przełożonymi a podwładnymi. Jeśli dystans władzy jest duży, podwładni okazują wiele szacunku w stosunku do przełożonych, traktując ich w ugrzeczniony sposób. Z kolei przy małym dystansie władzy podwładni zachowują się swobodnie w relacji z przełożonymi i mimo młodszego wieku czy mniejszego doświadczenia nie wymaga się od nich podporządkowania. Pan Stanisław wychował się w Polsce, gdzie dystans władzy jest większy niż w Stanach Zjednoczonych, dlatego podczas spotkania z przedstawicielami amerykańskiej sieci handlowej przeszkadzało mu bezpośrednie zachowanie Sandry w stosunku do Johna. Z kolei dla Sandry forma odnoszenia się do swojego szefa wcale nie oznaczała braku szacunku, lecz była naturalnym sposobem zachowania się w takiej sytuacji.

Japończycy lubią bursztyny

Kilka miesięcy po pierwszej wyprawie do Stanów Zjednoczonych pan Stanisław wyczytał w gazecie branżowej, że wielu Japończyków bar-

dzo lubi bursztynowe ozdoby. Niewiele się zastanawiając, wyszukał w internecie adres sklepiku z dekoracjami domów i zadzwonił, umawiając się na rozmowę z prezesem firmy. Spotkanie było umówione na czwartkowe popołudnie, w związku z czym pan Stanisław zaplanował sobie wylot z Warszawy na środowy wieczór. Obliczył, że skoro lot do Japonii trwa około 15 godzin, do Kraju Kwitnącej Wiśni (jak nazywana jest Japonia) przyleci akurat na spotkanie. Gdy po długiej podróży wylądował w Tokio i czekał na lotnisku na taksówkę, z przerażeniem spojrzał na stojący koło niego wielki zegar. „Już 19?! – zawołał – Jak to możliwe?" Planując podróż, pan Stanisław zapomniał, że Japonia znajduje się w innej strefie czasowej i zegarki Japończyków przesunięte są o osiem godzin do przodu. „Jaki wstyd! – pomyślał – Umówiona godzina spotkania już dawno minęła!"

Następnego dnia przyszedł do biura japońskiej firmy wcześnie rano. Na szczęście pan Takeshi Yamamoto nie obraził się i przyjął pana Stanisława w swoim gabinecie. Na początku spotkania pan Yamamoto wstał, wziął swoją wizytówkę w dwie ręce i kłaniając się w stronę pana Stanisława przekazał mu kartkę ze swoim imieniem i nazwiskiem. Po nerwowych poszukiwaniach nasz bohater zorientował się, że swoje wizytówki zostawił przy hotelowym łóżku, nie mógł więc odwdzięczyć się podobnym gestem. Jedyne, co mógł zrobić, to serdecznie uściskać prezesa Yamamoto. Dalej polski handlarz starał się nadrobić swoje nieprzygotowanie, uważnie słuchając opowieści pana Yamamoto (który znał dobrze angielski) na temat sklepu z dekoracjami. Polski biznesmen ze skupieniem przyglądał się japońskiemu prezesowi, który co jakiś czas zdradzał zdenerwowanie dziwnym grymasem podobnym do uśmiechu. Rozmowa stawała się coraz mniej przyjemna, a po pewnym czasie pan Stanisław zrozumiał, że nie może liczyć na dalszą współpracę. Nie pozostało mu nic innego, jak tylko jeszcze raz przeprosić za spóźnienie i podziękować za spotkanie.

Kontakt z przedsiębiorstwami z Dalekiego Wschodu stanowi szczególne wyzwanie dla Europejczyków. Różnice kulturowe są bardzo widoczne – aby osiągnąć sukces i nawiązać współpracę z japońskimi spółkami, konieczne jest dobre przygotowanie. Nie wystarczy znajomość własnego produktu, ani nawet wiedza na temat partnerskiej firmy – istotą jest zrozumienie wartości i mechanizmów rządzących społeczeństwem Japonii. Kultura Kraju Kwitnącej Wiśni obfituje w różnego rodzaju rytuały i chociaż pan Stanisław, dobrze wychowany mężczyzna, przestrzega europejskiej etykiety, nie wiedział, że dla Japończyków gest wymiany wizytówek jest bardzo ważny i stanowi swoistą ceremonię nawiązania nowej znajomości biznesowej.

Narodowości różnią się także pod względem ekspresyjności, czyli stopnia ujawniania swoich uczuć i emocji, w związku z czym gesty i mowę ciała inaczej się interpretuje. Japończycy są bardzo powściągliwi i rzadko kiedy okazują swoje uczucia, więc serdeczne powitanie przez polskiego biznesmena na pewno wydało się prezesowi Yamamoto wyjątkowo niestosowne. Dodatkowo zbyt intensywny kontakt wzrokowy stanowi dla Japończyków oznakę braku szacunku. Pan Stanisław przekonany, że jego spojrzenie to przejaw zainteresowania, spowodował, że pan Yamamoto poczuł się urażony, a jego uśmiech nie wyrażał radości i odprężenia, lecz był sygnałem spięcia i zagubienia w tej sytuacji.

Chińska siatka… znajomości

Niepowodzenie w Japonii nie zraziło pana Stanisława – w kilka tygodni po powrocie z Tokio zaczął poszukiwania partnerów handlowych w Chinach. Kupił poradnik dla osób prowadzących negocjacje z chińskimi przedsiębiorstwami, z którego dowiedział się, że dla Chińczyków bardzo ważne są relacje z potencjalnymi kontrahentami, a guanxi, czyli osobisty kontakt w interesach, to podstawa sukcesu. Co więcej, wyczytał, że nawiązując kontakt z przedstawicielami Dalekiego Wschodu, trzeba pamiętać, że należą oni do społeczeństwa kolektywnego. Oznacza to, że ludzie dobro grupy, do której należą, przedkładają nad indywidualne pragnienia i osiągnięcia. Stąd tak istotne jest nawiązanie pierwszego kontaktu, a także określenie swojej relacji z grupą.

Pan Stanisław przypomniał sobie, że przyjaciółka jego żony poślubiła Chińczyka, więc bez chwili zwłoki zadzwonił do niej z pytaniem, czy nie zna sklepu, który mógłby zainteresować się produktami oferowanymi przez Amber. Pani Ania nie znała nikogo związanego z firmą wyszukaną wcześniej przez pana Stanisława, jednak obiecała pomóc. Kilka dni później pan Stanisław odebrał telefon z Chin: „Tu Ania. Udało mi się znaleźć coś, co może cię zainteresować – kuzyn mojego męża prowadzi mały sklepik z drobiazgami na przedmieściach Pekinu i chętnie włączy do swojej oferty wyroby z bursztynu". Pan Stanisław spakował się i pamiętając o różnicy czasu, ruszył do Chin. Tym razem, dzięki dobremu przygotowaniu, wizyta okazała się wielkim sukcesem i zapoczątkowała współpracę handlową, która trwa do dziś.

Mañana, czyli wszystko na jutro

Ostatnia przygoda, o której Wam opowiem, spotkała pana Stanisława dwa tygodnie temu w Meksyku. Nasz bohater, nauczony doświadczeniem, wiele czytał o kulturze tego środkowoamerykańskiego kraju, zanim pojechał negocjować warunki współpracy z meksykańską spółką jubilerską zamierzającą wzbogacić swoją ofertę o błyskotki z bursztynami. Siedziba spółki mieści się w Acapulco i tam też odbywały się rozmowy. Pan Stanisław został niezwykle serdecznie przyjęty, a gospodarze dokładali wszelkich starań, by ich gość był zadowolony. Po kilku dniach, gdy rozmowy dobiegły końca i wszystkie ważne kwestie zostały omówione, jedynym co zatrzymywało pana Stanisława w tym kraju pięknym kraju, był brak ostatecznego projektu określającego, w jaki sposób powinien szlifować bursztyny, by ich kształt odpowiadał meksykańskim jubilerom. Meksykanie obiecywali, że projekt przygotują na następny dzień.

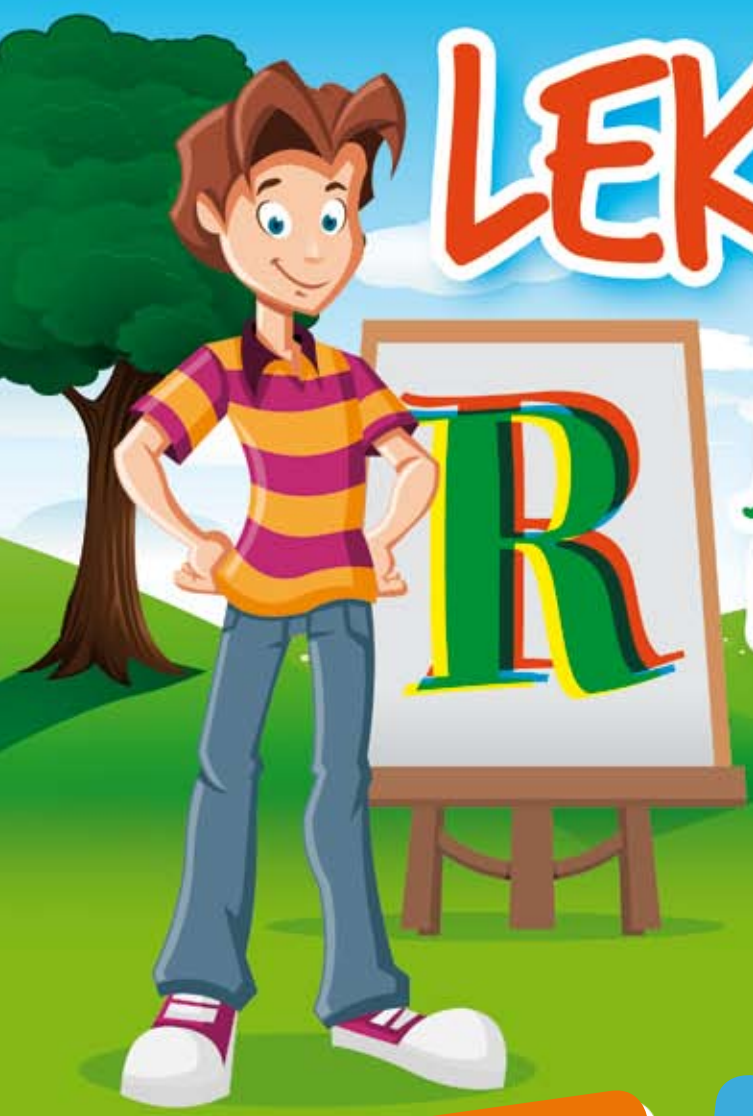
Pan Stanisław spakował walizki i przygotował się do powrotu do Polski, jednak gdy przyszedł do biura pracowni jubilerskiej usłyszał, że będzie mógł odebrać projekt dopiero nazajutrz, czyli „mañana" (czytaj: maniana), co w języku hiszpańskim, używanym w Meksyku, oznacza „jutro". Kolejnego dnia historia powtórzyła się i pan Stanisław nie dostał obiecywanego projektu. Zły, że jego pobyt w Acapulco niespodziewanie się przedłuża, a kontrahenci nie traktują go poważnie, zerwał wszystkie umowy i wrócił do domu. Meksykanie byli zaskoczeni jego reakcją, nie widząc niczego złego we własnym zachowaniu.

Problem polegał na tym, że w różnych kulturach ludzie różnie postrzegają czas. Dla jednych, tak jak dla pana Stanisława, czas jest uporządkowany, a umówionych terminów należy rygorystycznie przestrzegać. Dla innych, tak jak dla meksykańskich jubilerów, terminy określane są mniej wyraźnie. Słowo „mañana" nie zawsze oznacza zatem jutro, może być używane również w znaczeniu „nie teraz".

Powroty do domu

Pan Stanisław siedzi teraz przed kominkiem w swoim domu i choć humor popsuło mu niepowodzenie biznesowe w Meksyku, podróże nauczyły go, że nie może poddawać się i zniechęcać, gdy napotyka trudności w komunikacji z zagranicznymi klientami. Powoli zaczyna rozumieć, że sama wiedza na temat różnic kulturowych nie wystarcza – potrzebne są otwartość, cierpliwość i wytrwałość, a ponadto zdobywanie doświadczenia, którego nie zastąpi wiedza z przewodników. Jeszcze tyle krajów na niego czeka!

LEKSYKON



JAK WIOSENNA RADOŚĆ!

REMANENT

Synonim słowa inwentaryzacja, które oznacza czynność mającą na celu ustalenie faktycznego stanu majątku firmy. Remanent najczęściej przeprowadzany jest w sklepach, gdzie sprawdza się, czy liczba towarów na półkach zgadza się z tym, co zostało zapisane w dokumentach finansowych.

ROR

Jest to skrót oznaczający rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy, który jest jedną z najczęściej świadczonych usług bankowych.

REKRUTACJA

Ty prawdopodobnie znasz to słowo z czasów przyjmowania Cię do nowej szkoły, ale jest to również pierwszy etap procesu doboru osób do pracy w danej firmie. Rekrutacja jest prowadzona według określonego planu, dostosowanego do sytuacji i stanowiska, na które poszukiwany jest pracownik. Obejmuje przygotowanie oraz upublicznienie ogłoszenia o poszukiwaniu kandydata, a także przyjmowanie aplikacji złożonych przez kandydatów. Następująca w dalszej kolejności selekcja kandydatów to już osobny etap doboru pracowników.

RÓWNOWAGA RYNKOWA

Sytuacja na rynku, kiedy popyt zrównuje się z podażą, a więc ilość towarów i usług dostarczonych na rynek w całości znajduje swoich nabywców.

RENTA INWALIDZKA

Okresowe lub stałe świadczenie pieniężne wypłacane przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych osobom, które są niezdolne do pracy z powodu złego stanu zdrowia.

RZECZNIK PATENTOWY

Zawód, który polega na świadczeniu usług związanych z pomocą przy uzyskiwaniu praw patentowych. Prawo patentowe to określona czasowo możliwość korzystania przez właściciela z wynalazku czy rozwiązania technologicznego na terenie danego kraju. Rzecznik może występować przed urzędem patentowym lub sądem jako pełnomocnik klienta.

REWERS

Odwrotna strona monety lub obrazu, która jest przeciwieństwem strony głównej, czyli awersu.

TAJEMNICZE OZNACZENIA

W poprzednim numerze pisaliśmy o prawach konsumenta. Mówiliśmy wtedy między innymi o prawie konsumenta do informacji, a tym samym obowiązku producenta i sprzedawcy do odpowiedniego oznakowania produktów. W związku z tym, że metki informujące o produkcie mają małą powierzchnię, różnego rodzaju wiadomości przekazywane są użytkownikom w postaci znaków i symboli. Na opakowaniach kosmetyków, przedmiotów używanych w domu czy elektroniki możemy znaleźć następujące znaki:

Produkt/opakowanie, nadające się do recyklingu.

Oznaczenie produktu łatwopalnego. Najczęściej występuje na produktach w aerozolu, wydobywających się z opakowania pod ciśnieniem. Produkty takie należy chronić przed słońcem. Nie można przekłuwać opakowania ani używać ich w pobliżu ognia.

Symbol królika, występujący najczęściej na produktach kosmetycznych, oznacza, że ani sam produkt, ani składniki, z których jest złożony, nie były testowane na zwierzętach.

12M

Symbol widniejący na opakowaniach kosmetyków, których jakość jest uzależniona od tego, czy kosmetyk jest nowy, czy zaczął być używany. Słoiczek z umieszczoną na nim liczbą miesięcy oznacza, że tyle czasu możemy bezpiecznie dla naszego zdrowia używać produktu po jego otwarciu.

Tak zwany „zielony punkt" – oznaczenie to informuje, że producent ma podpisaną umowę z firmą zajmującą się odzyskiwaniem surowców z odpadów.

Vegan

Oznaczenie produktu wegańskiego, czyli takiego, który nie zawiera składników pochodzenia zwierzęcego.

OZONE FRIENDLY NO CFC'S

Produkt opatrzony tym znakiem nie zawiera freonu, czyli substancji negatywnie wpływającej na warstwę ozonową ziemi.

Oznaczenie to informuje konsumenta o zawartych na ulotce (dołączonej do produktu) ważnych wiadomościach związanych ze składem czy użytkowaniem produktu. Taka ulotka zazwyczaj przyklejona jest do opakowania.

Z innymi symbolami czy informacjami spotykamy się, oglądając metki naszych ubrań. Zobacz, co znajduje się na metce Twojej bluzy (metka umieszczona jest wewnątrz na bocznym szwie lub z tyłu przy szyi). Na metkach ubraniowych najczęściej znajdziesz informacje o miejscu produkcji – np. „Wyprodukowano na Tajwanie" („Made in Taiwan") – oraz o składzie tkaniny, z której wykonane jest ubranie: np. 80% bawełny i 20% poliestru. Na tych małych skrawkach materiału producent instruuje nas również, w jaki sposób użytkować daną rzecz. Przedstawiamy najczęściej spotykane symbole.

Oznacza, że produkt należy prać ręcznie.

40°

Ten produkt należy prać w temperaturze nie wyższej niż 40 °C.

W przypadku tego materiału do czyszczenia nie można używać chloru.

Znak informujący, że tej rzeczy nie wolno suszyć mechanicznie.

To oznaczenie informuje, że daną rzecz należy prasować w temperaturze do 150 °C.

Znak informuje, że tego materiału nie można prać tradycyjnie.

Oznaczenie produktu, którego nie można prać chemicznie.

China Export

Conformité Européenne

Na koniec napiszemy o oznaczeniu najczęściej spotykanym na wszelkiego rodzaju rzeczach dostępnych na naszym rynku. To znak CE (Conformité Européenne), który jest swego rodzaju deklaracją producenta, że spełnił wymagania Unii Europejskiej dotyczące danego rodzaju produktu. Niestety na tej płaszczyźnie możemy się spotkać z chińskimi podróbkami. Tamtejsi producenci używają łudząco podobnego symbolu CE, który oznacza „eksportowane z Chin" (China Export) i może wprowadzać klientów w błąd. Różnica w znakach polega tylko i wyłącznie na odstępach między literami i długości środkowej kreski w literze „e" – w przypadku znaku Conformité Européenne jest ona krótsza.

Już wiemy, do czego nam – konsumentom – potrzebne są takie oznaczenia, warto też dodać, iż producent liczy, że dołączając te znaki, mini-instrukcje obsługi i informacje do produktu, uniknie dużej liczby reklamacji wynikających na przykład z niewłaściwego użytkowania.

ERUDYTA

CZYLI CIEKAWOSTKI RÓŻNEJ MAŚCI

Podatek to opłata, którą obywatele zobowiązani są płacić na rzecz państwa lub władz lokalnych, np. gminy. Jest bezzwrotny, obowiązkowy i powszechny – już w XVIII wieku Benjamin Franklin, amerykański polityk, stwierdził: „Na tym świecie pewne są tylko śmierć i podatki". Nie ma więc wyjścia – podatki trzeba płacić, a dzięki nim możliwe jest finansowanie wojska, policji, służby zdrowia, oświaty oraz innych wydatków ponoszonych przez władze państwa. Podatki mogą być bezpośrednie, czyli nałożone na uzyskiwane przez obywatela dochody lub jego majątek, bądź pośrednie – wliczone w cenę towaru lub usługi.

Opłata klimatyczna to przykład podatku płaconego od… powietrza. Wszyscy wczasowicze odwiedzający uznane miejscowości wypoczynkowe lub sanatoryjni kuracjusze za każdy dzień przebywania w miejscowościach szczególnie atrakcyjnych z uwagi na ukształtowanie powierzchni lub walory klimatyczne są zobowiązani do uiszczenia opłaty, pobieranej zazwyczaj przez właścicieli miejsc noclegowych, którzy odprowadzają ją do gminnej kasy.

W Wielkiej Brytanii płacono tzw. podatek od tchórzostwa – za stosowną opłatą rycerze byli zwolnieni z obowiązku uczestniczenia w wojnie.

W 2011 roku w ramach walki z otyłością rząd węgierski wprowadził tzw. „podatek chipsowy". Dotyczy on paczkowanej żywności zawierającej dużą ilość soli, cukru oraz kofeiny. Podatek wliczono w cenę, zatem podrożały chrupki, chipsy, orzeszki, słone i słodkie ciasteczka oraz inne przekąski, a także napoje energetyzujące. W Polsce posłowie również przymierzają się do wprowadzenia podobnych uregulowań.

W 2012 roku parlament Francji uchwalił jedną z najwyższych stawek podatkowych na świecie – wynoszącą aż 75%. Od 1 stycznia 2013 roku miała ona objąć osoby, których roczne dochody przekraczają 1 mln euro. I chociaż sprawa dotyczyła jedynie kilku tysięcy najbogatszych podatników, to wywołała ogromną falę oburzenia. W geście protestu jeden z najbogatszych Francuzów – aktor Gérard Depardieu, znany między innymi z roli Obelixa w filmowych adaptacjach słynnego komiksu – przeprowadził się do Belgii, zapowiedział zrzeczenie się obywatelstwa francuskiego i przyjął rosyjskie. Okazało się jednak, że za sprawą Trybunału Konstytucyjnego przepisy te nie weszły w życie – nowa stawka podatkowa została unieważniona.

Jeden z najsłynniejszych przestępców w dziejach USA, mafioso Al Capone, miał na sumieniu niejedno: zakazaną przez prawo produkcję alkoholu i handel nim, prowadzenie kasyn bez zezwolenia władz, wymuszenia, rozboje, a nawet morderstwa… Oszacowano, że rocznie uzyskiwał dochody powyżej 60 milionów dolarów. Swoje interesy prowadził przez podstawionych ludzi, dlatego niczego nie udało mu się udowodnić i przez wiele lat pozostawał bezkarny, mimo intensywnych wysiłków całej grupy agentów powołanych przez prezydenta Hoovera. Wreszcie znaleziono sposób, aby wsadzić Ala Capone za kratki. Dowiedziono, że w latach 1924–1929 zataił dochody w wysokości 1 038 660,84 dolarów, a tym samym nie zapłacił 215 080,48 dolarów należnego podatku. W ten sposób słynny mafioso trafił do więzienia za zobowiązania podatkowe, ponieważ za poważniejsze przestępstwa nie udało się go skazać.

Podatki są niemal tak stare jak cywilizacja. Dowodem na to mogą być kościane tabliczki odnalezione w grobowcu króla o imieniu Skorpion I, panującego w Egipcie około 5300 lat przed naszą erą. Na większości z nich zapisano dane o otrzymanych przez władcę podatkach w postaci płótna i oliwy.

W Niemczech zróżnicowano wysokość podatku, jakim objęto gorące kiełbaski serwowane w punktach małej gastronomii. Jeśli spożywane są na siedząco – do ceny trzeba doliczyć 19% podatku, jeśli na stojąco – tylko 7%.

Wielu przedsiębiorców zastanawia się, co zrobić, aby płacić niższe podatki. Dla niektórych pomysłem jest przeniesienie działalności do kraju, w którym obciążenia podatkowe są wyjątkowo łagodne, czyli tzw. raju podatkowego. Do takich krajów należą między innymi: Andora, Bahamy, Bermudy, Gibraltar, Grenada, Hongkong, Jersey, Kajmany, Liechtenstein, Mauritius, Monako, Panama, Samoa czy Seszele.

Za czasów Piotra Wielkiego, cara Rosji, wprowadzono podatek od… brody. Wpłacane przez brodaczy kwoty przeznaczone były na cele wojskowe.

CZY MOŻNA SIĘ KOMUNIKOWAĆ, MILCZĄC?

Czytając tytuł tego artykułu, wielu z was pewnie odruchowo pomyślało, że nie można milczeć i rozmawiać jednocześnie. A przecież właśnie w trakcie rozmowy chcemy przekazywać informacje, swoje poglądy i odczucia, wywołując podobną reakcję u rozmówcy. Czy jest więc możliwe osiągnięcie tego samego efektu bez użycia słów? Pewnie domyślacie się, że gdyby odpowiedź na to pytanie była negatywna, nie powstałby ten artykuł. Spróbujmy więc wyjaśnić, na czym polega fenomen komunikowania się bez słów.

Komunikacja werbalna i niewerbalna

Okazuje się, że wzajemne komunikowanie się ludzi nie jest taką prostą sprawą, jakby się wydawało na pierwszy rzut oka. Naukowcy już dawno zauważyli, że ludzie komunikują się ze sobą przy wykorzystaniu praktycznie wszystkich zmysłów, a głos i wypowiadane słowa są tylko jednym z „kanałów" nadawania i odbierania informacji – i to wcale nie najważniejszym. „Kanał głosowy" – a dokładniej rzecz ujmując, treść wypowiadanych słów – określany jest naukowo jako **komunikacja werbalna.**

O wiele więcej informacji niż wypowiadane słowa niosą ze sobą gesty, intonacja głosu, wyraz twarzy czy nawet tak drobny z pozoru fakt, jak patrzenie rozmówcy prosto w oczy. Wszystkie wymienione „kanały" komunikacji określane są wspólnym mianem **komunikacji niewerbalnej.** Z badań naukowych wynika, że werbalnie (czyli poprzez to, jakie znaczenie mają słowa, które wypowiadamy) przekazujemy odbiorcy mniej niż połowę informacji, które odbiera on w czasie całej rozmowy. Większość informacji przypada na przekaz niewerbalny, który jest w dużej mierze odbierany przez nas nieświadomie. Zdarzyły Wam się pewnie w życiu sytuacje, gdy odczuwaliście pewną sprzeczność, rozmawiając z drugą osobą. Częstą przyczyną takiego stanu rzeczy jest niezgodność tego, co mówi nasz rozmówca, z tym, jak się zachowuje. Przykładem może być sytuacja, gdy rywal gratuluje Wam wygranej w konkursie. Słowa gratulacji brzmią stosownie do okoliczności, niemniej jednak brak kontaktu wzrokowego, smutna mina czy pośpiech w wypowiedzi stoją w sprzeczności z wypowiadanymi przez niego słowami. W takim przypadku bardziej przemawiają do nas sygnały niewerbalne niż formalne znaczenie słów do nas wypowiedzianych. Z zupełnie przeciwną sytuacją mamy do czynienia, gdy występuje zgodność przekazu werbalnego i niewerbalnego. Często można usłyszeć, że życzenia były „szczere" albo że ktoś „był autentyczny w tym, co mówił". Te sformułowania świadczą o tym, że nasze słowa i przekaz naszego ciała są spójne. Choć sygnały komunikacji niewerbalnej odbierane są przez nas niejako nieświadomie, warto nauczyć się rozpoznawać, co mogą (choć nie zawsze muszą) oznaczać pewne zachowania. Oto kilka najczęściej spotykanych sygnałów niewerbalnych:

- **podniesiony głos** – oznacza negatywne emocje, na przykład złość, strach;
- **obniżony głos** – także negatywne emocje, na przykład smutek;
- **szybsza mowa** – stan pobudzenia emocjonalnego, złość lub strach;
- **wolniejsza mowa** – smutek, znudzenie;
- **czerwienienie się na twarzy** – wstyd, zakłopotanie, zdenerwowanie.

Komunikację niewerbalną często dzieli się na dwa główne podtypy. Pierwszym z nich jest tzw. **parajęzyk**, który obejmuje wszelkie dźwiękowe składniki wypowiedzi niosące ze sobą treści niezależnie od znaczenia wypowiadanych słów. Oprócz różnego rodzaju westchnień, pomruków, śmiechu i dźwięków (takich jak eee, aaa, yyy) parajęzyk obejmuje również m.in. siłę głosu i tempo wypowiedzi. Drugim podtypem komunikacji niewerbalnej jest tzw. „**mowa ciała**".

Czym jest „mowa ciała"?

Terminem „mowa ciała" określamy wszystkie elementy, które niosą za sobą informacje, a nie są związane z językiem i słowami. Zaliczamy do nich:

- **postawę ciała** – sposób chodzenia, siedzenia, ułożenie głowy i kończyn – która ukazuje emocje, np. ręce splecione na piersi mogą sugerować frustrację i negatywne nastawienie do rozmówcy;
- **mimikę** – czyli wszelkiego rodzaju grymasy, marszczenie czoła, uśmiech itp., które pozwalają odczytać większość emocji; zdziwienie wskazują na przykład szeroko otwarte oczy, podniesione brwi czy otwarte usta;
- **gesty** – ruchy rąk, głowy lub całego ciała niosą ze sobą przekaz, który dodatkowo często bywa uwarunkowany kulturowo, co oznacza, że ten sam gest w naszym kraju może oznaczać coś innego niż w kraju z innego regionu świata, charakteryzującym się odmienną kulturą;
- **dotyk** – odgrywa szczególną rolę w kształtowaniu więzi emocjonalnych, np. podanie ręki wyraża – w zależności od sytuacji – życzliwość, szacunek lub współczucie;
- **wygląd zewnętrzny** – ubiór, fryzura czy makijaż mogą „informować" o statusie materialnym danej osoby czy wykonywanym przez nią zawodzie, a także odzwierciedlać osobowość człowieka czy zdradzać jego zainteresowania.

Mowa ciała towarzyszy nam podczas każdego kontaktu z innym człowiekiem. To za pomocą tych niewerbalnych środków przekazu informacji uzupełniamy przekaz werbalny. Często bywa tak, że całość przekazu zawiera się tylko w niewerbalnych środkach wyrazu (takich jak: gesty, ton głosu czy mimika). Każdy z Was doświadczył pewnie sytuacji, gdy wystarczył jeden gest czy jedno spojrzenie (np. mamy wracającej z wywiadówki), a niepotrzebne były już żadne słowa, aby się wzajemnie zrozumieć.

Mowa ciała to dość skomplikowane zagadnienie i potrzeba dużej wprawy, aby móc właściwie odczytywać niewerbalne komunikaty wysyłane przez inne osoby. Istnieją jednak pewne łatwo rozpoznawalne i charakterystyczne gesty, które są powszechnie rozumiane. Każdy wie, co oznaczają podniesiony do góry kciuk, palec wskazujący przyłożony prostopadle do linii ust (zachowanie ciszy) albo dwa palce ułożone w literę „V", często prezentowane w geście zwycięstwa. Takich łatwo rozpoznawalnych gestów czy znaków można wskazać bardzo dużo, jest jednak z nimi pewien problem... i tutaj trzeba wrócić do tematu różnic kulturowych.

Mowa ciała w różnych kulturach

Łatwo rozpoznawalne gesty i znaki niewerbalne są zwykle zakorzenione w danej kulturze czy społeczeństwie. Należy o tym pamiętać, gdyż wykonując pewne gesty podczas pobytu za granicą (szczególnie na innym kontynencie), możemy być sprawcami zabawnych, a w niektórych przypadkach mało przyjemnych nieporozumień. Na jakie gesty trzeba uważać? Oto kilka przykładów:

W wielu krajach Europy ten gest oznacza pochwałę, we Francji „zero", a w Japonii pieniądze.

Praktycznie na całym świecie powyższy gest oznacza „w porządku", „jest ok", a w Japonii oznacza on mężczyznę lub cyfrę... pięć.

W wielu krajach świata ten gest oznacza, że ktoś zwariował, a w USA znaczy to „wiem, co robię".

Praktycznie na całym świecie powyższy gest oznacza lekceważenie, a w Portugalii… „brak pieniędzy".

Nawet tak niewinny gest jak uniesienie brwi może mieć móstwo różnych znaczeń. Spójrzcie sami na poniższe zestawienie.

Kultura	Znaczenie gestu uniesienia brwi
USA i Kanada	Zainteresowanie, zdziwienie
Wielka Brytania	Niedowierzanie
Niemcy	„Jesteś bystry!", „Świetny pomysł!"
Filipiny	„Cześć!"
Arabowie i Chińczycy	„Nie!", niezgoda na coś
Peru	„Pieniądze" lub „zapłać"

Wracając więc do odpowiedzi na tytułowe pytanie, można z całą pewnością stwierdzić, że milcząc, także się komunikujemy. Co więcej, większość informacji, które wymieniamy, dociera do nas nie w wyniku wypowiadania słów, ale właśnie poprzez komunikację niewerbalną. Bardzo ważne jest, aby być tego świadomym i o tym pamiętać.

PLAN DZIAŁANIA OD TRO(HĘ BIZNESOWEJ STRONY

Aśka i Filip mieli możliwość wzięcia udziału w warsztatach pozalekcyjnych, w trakcie których uczyli się, jak zaplanować przedsięwzięcie, tak aby jego realizacja i osiągnięcie zamierzonych celów nie sprawiały większych problemów. Początkowo oboje podeszli do uczestnictwa w dodatkowych zajęciach z lekką niechęcią, ponieważ wydawało im się, że wiedza na temat tworzenia biznesplanu nie jest im potrzebna. Ale kiedy osoba, która prowadziła zajęcia, wyjaśniła im, że znając zasady tworzenia biznesplanu, będą w stanie efektywnie zaplanować wycieczkę, imprezę szkolną, festyn promujący szkołę czy zbiórkę na cele charytatywne, Asia i Filip zmienili zdanie i bardzo zaangażowali się w zajęcia.

Zobaczcie sami, czego Asia i Filip dowiedzieli się na warsztatach i jaki był efekt ich wspólnej pracy.

Formalnie biznesplan jest dokumentem firmy, który może pełnić dwie funkcje. Po pierwsze, może być swego rodzaju przewodnikiem, który tworzy kierownictwo w celu realizacji jakiegoś zadania. Na przykład kiedy firma chce się rozwijać i zdobywać nowe rynki zbytu, taki biznesplan jest wyznacznikiem działań, które poszczególni pracownicy powinni wykonać, aby zrealizować ten cel. Po drugie, biznesplan pisze się, gdy firma (nowo powstająca czy już istniejąca) potrzebuje dofinansowania. Wtedy w takim dokumencie udowadniamy instytucji finansującej (takiej jak bank czy urząd pracy), że dobrze wykorzystamy pozyskane pieniądze – pokazujemy, w jaki sposób je zagospodarujemy.
Na warsztatach Asia i Filip poznali zasady tworzenia takiego biznesplanu, tyle że znacznie uproszczonego, dzięki czemu mogli potem samodzielnie zaplanować wycieczkę szkolną – bo takie było zadanie warsztatowe.

Tak więc plan biznesowy powinien być wykonywany według poniższego schematu:

- W ramach wstępu do biznesplanu należy przedstawić czytelnikowi cel sporządzenia tego dokumentu. W przypadku naszego planu wystarczą dosłownie dwa, trzy zdania o przedsięwzięciu – takie ministreszczenie.
- Następnie dodaje się opis firmy, czyli podaje się jej nazwę i adres oraz informacje na temat tego, czym przedsiębiorstwo się zajmuje i kto nim zarządza.
- W biznesplanie nie może też zabraknąć analizy otoczenia, w której należy się skupić na szansach i zagrożeniach występujących głównie w otoczeniu konkurencyjnym, gospodarczym, społecznym, prawnym i technologicznym. Uzupełnieniem tej analizy jest badanie mocnych i słabych stron firmy.
- W następnej kolejności powinien przedstawiamy tzw. plan marketingowy, zawierający opis przedsięwzięcia, którego biznesplan dotyczy, oraz charakterystykę grupy docelowej – czyli odbiorców tego przedsięwzięcia. W tym miejscu powinien się również znaleźć opis sposobu sprzedaży czy też dostarczania produktu od producenta do konsumenta, powinny też zostać określone cena oraz działania promocyjne.
- Kolejna część dotyczy zarządzania i organizacji, czyli jest opisem obowiązków poszczególnych osób zaangażowanych w realizację naszego biznesplanu.
- Następnie tworzy się plan finansowy, czyli jedną z najtrudniejszych, a za razem najważniejszą część całego biznesplanu. To tutaj należy udowodnić, że nasze przedsięwzięcie będzie na siebie zarabiać i przyniesie zyski.
- Na koniec dobrze jest sporządzić harmonogram, czyli zestawienie tego, co należy zrobić, aby osiągnąć cel, kto jest za to odpowiedzialny i kiedy powinno to nastąpić.

A teraz przyszedł czas na efekty pracy Filipa i Asi, którzy w ramach podsumowania warsztatów mieli za zadanie opracować zarys planu organizacji wycieczki szkolnej, w której uczestniczyłaby cała klasa. Zobaczcie, co stworzyli:

Biznesplan wycieczki klasy 2c do Warszawy

Plan ten został stworzony w celu przedstawienia Radzie Rodziców pomysłu na wycieczkę oraz uzyskania dofinansowania na jego realizację, ponieważ priorytetem jest to, aby wszyscy uczniowie klasy 2c mogli wziąć w niej udział. Niestety sytuacja materialna rodziców kilkorga z nich nie pozwala na taki wydatek.

Charakterystyka klasy

Klasa 2c liczy 30 osób, w tym 16 chłopców i 14 dziewczyn. Klasa jeszcze ani razu nie była na dłuższej, czyli minimum całodniowej wycieczce wyjazdowej. Na godzinie wychowawczej, w czasie burzy mózgów, uczniowie doszli do wniosku, iż wyjazd taki zintegrowałby klasę, a poza tym byłby okazją do poznania stolicy, odwiedzenia Muzeum Powstania Warszawskiego i obejrzenia musicalu w jednym z warszawskich teatrów. Gospodarzem klasy jest Marcelina Kowalska, natomiast funkcję wychowawcy pełni pan Antoni Semeniuk.

Opis produktu i plan działań promocyjnych

Wycieczka do Warszawy miałaby się odbyć 8 marca 2013 roku. Przy założeniu, iż na wycieczkę pojedzie 40 uczniów oraz 2 nauczycieli, jej koszt dla jednego ucznia będzie wynosił 120 złotych. W cenę wliczone są: przejazd do stolicy i z powrotem, wejście do Muzeum Powstania Warszawskiego oraz bilet na musical.
Aby przekonać Radę Rodziców, że warto doinwestować wycieczkę, zorganizowany zostanie koncert, który umili posiedzenie Rady. W koncercie wezmą udział uzdolnieni muzycznie uczniowie.

Plan organizacyjny

Opiekę nad całym przedsięwzięciem będzie sprawował pan Antoni Semeniuk. Wychowawca zajmie się również formalną stroną organizacji wycieczki, czyli kontaktami z biurem podróży oraz dyrekcją szkoły.
Pięciu uczniów z gospodarzem klasy na czele: Marcelina Kowalska, Joanna Pugowa, Karol Zadykowicz, Filip Kiljańczyk i Grzegorz Król zajmie się prezentacją planu przed Radą Rodziców oraz zorganizowaniem koncertu.
Dwie uczennice: Marcelina Kowalska i Agnieszka Zdanowicz zorganizują zbiórkę pieniędzy na wycieczkę i opracują związaną z tym dokumentację. Zebrane pieniądze będą przechowywały w sejfie w gabinecie pani dyrektor.

Plan finansowy

Koszt wycieczki na jednego ucznia – 120 zł	
Pierwsza rata do 20 grudnia	40 zł
Druga rata do 20 stycznia	40 zł
Trzecia rata do 20 lutego	40 zł
Liczba osób niemogących opłacić wycieczki	3
Planowane dofinansowanie ze strony Rady Rodziców	120 zł x 3 = 360 zł

Harmonogram działań

Co	Kiedy	Kto
Uzgodnienie terminu wycieczki	Listopad	Cała klasa
Poinformowanie rodziców o wycieczce	Początek grudnia	Każdy indywidualnie plus wychowawca na wywiadówce
Przygotowanie 20-minutowego koncertu dla Rady Rodziców	Listopad – grudzień	Marcelina Kowalska, Joanna Pugowa, Karol Zadykowicz, Filip Kiljańczyk i Grzegorz Król
Przedstawienie pomysłu na wycieczkę i prośba o dofinansowanie	Najpóźniej 12 grudnia	Marcelina Kowalska, Joanna Pugowa, Karol Zadykowicz, Filip Kiljańczyk i Grzegorz Król
Zebranie pieniędzy na wycieczkę	Grudzień – luty	Marcelina Kowalska i Agnieszka Zdanowicz
Przygotowanie niezbędnych dokumentów	Luty	Wychowawca

KRZYŻÓWKA

Poziomo

1. W tym mieście po raz pierwszy handlowano akcjami.
6. Druga strona awersu.
8. Działania, które mają na celu ograniczenie zużycia surowców i zmniejszenie ilości odpadów.
10. Rodzaj opłaty, którą obywatel zobowiązany jest uiszczać na rzecz państwa.
13. Inaczej inwentaryzacja.
14. Sytuacja w gospodarce, kiedy ceny rosną, często w niekontrolowany sposób.
16. Inwestorzy, którzy spodziewają się, że ceny akcji będą rosły, i zgodnie z tymi oczekiwaniami podejmują swoje decyzje finansowe.
17. Papiery wartościowe, które – obok akcji – najczęściej spotkamy na giełdzie papierów wartościowych.
18. Rodzaj przedsiębiorstwa, w którym mamy kilku wspólników.
19. Komunikacja, w której posługujemy się słowem mówionym lub pisanym.

Pionowo

2. Jeden z typów osobowości, którego charakterystycznymi cechami są: towarzyskość, entuzjazm, gadatliwość i naiwność.
3. Osoba, która nabywa na rynku towar lub usługę.
4. Lista zadań, do której dołączono informację na temat osób odpowiedzialnych za ich wykonanie i czasu realizacji.
5. Podstawa sukcesu w Chinach – osobisty kontakt.
7. Wspólnik w spółce akcyjnej.
9. Miejsce, gdzie jakiś rodzaj produktu wymieniany jest na pieniądze – np. kwiatowa, samochodowa czy papierów wartościowych.
11. Rodzaj renty przyznawany osobom niezdolnym do pracy z powodu stanu zdrowia.
12. Tak określa się w Wielkiej Brytanii spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością.
15. Podtyp komunikacji niewerbalnej, który obejmuje wszelkie dźwiękowe składniki wypowiedzi, niosące ze sobą treści niezależnie od znaczenia wypowiadanych słów.
16. Instytucja, która może udzielić przedsiębiorstwu kredytu, dofinansowując je w ten sposób.

LITERY Z PÓL PONUMEROWANYCH NA NIEBIESKO STWORZĄ ROZWIĄZANIE KRZYŻÓWKI

1	2	3	4	5	6	7	8

9	10	11	12	13	14	15	16	17

HASŁA Z KRZYŻÓWKI MOŻESZ SPRAWDZIĆ NA NASZEJ STRONIE: WWW.EKONOPEDIA.PL