

NUMER 12

MAGAZYN MŁODEGO MENEDŻERA

EKONOPEDIA

WWW.EKONOPEDIA.PL



Ekonomiczny Uniwersytet Dzieci

www.uniwersytet-dzieci.pl

Organizator:



Partner strategiczny:

NBP

Narodowy Bank Polski

Organizatorzy
lokalni:



Wstępniak

– Oglądałaś wczorajszy finał amerykańskiej ligi futbolu? – Filip zagadnął Aśkę.
– Nie, a ty? – odparła dziewczynka.
– Jasne, że tak! – wykrzyknął. – Rzeczywiście, tak jak wyczytałem w najnowszym numerze „Ekonopedii”, Super Bowl jest nie tylko świętem sportu, ale też reklamy. Nie mogę uwierzyć, że trzeba zapłacić aż tak dużo pieniędzy za czas reklamowy w przerwach meczu! (*Erudyta*, s. 20) – emocjonował się Filip.
– I ilu marketingowców (*Zawód dla Ciebie*, s. 19) musi pracować przy przygotowaniu wyświetlanych wtedy spotów! – dodał.
– Raczej specjalistów do spraw marketingu – poprawiła go Aśka.
– Ty nie możesz uwierzyć, ile kosztuje emisja reklamy telewizyjnej, a mnie się w głowie nie mieści, jak ogromną wartość ma 1% podatku! (*Czy 1% to dużo?*, s. 8) – zmieniła temat.
– To prawda – przyznał chłopiec. – Organizacje użytku publicznego otrzymują dużą pomoc ze strony podatników.
– Nie użytku, tylko pożytku publicznego – Aśka ponownie sprostowała koleżę.
– Wiesz – Filip zlekceważył jej uwagę i poruszył trapiący go problem – ostatnio zastanawiałem się, kim będę w przyszłości. A raczej kim mogę być w przyszłości – powiedział i zamyślił się na chwilę. – Jeśli teraz miałbym przygotować swoje CV (*Leksykon*, s. 7), niewiele miałbym do opisanie – kontynuował zmartwiony.
– Nic dziwnego, przecież nie ukończyłaś nawet szkoły podstawowej – zaśmiała się dziewczynka.
– Boję się, że nie mam żadnych specjalnych zdolności. Dostaję słabe oceny z matematyki, biologii i chemii – żalił się.
– Filip, przecież każdy ma taką rzecz, która mu wychodzi lepiej niż inne. Z łatwością nawiązujesz kontakt z ludźmi i zawsze potrafisz zauważyć, kiedy ktoś jest smutny, a to świadczy o twojej inteligencji interpersonalnej (*Wybór przyszłego*

zawodu: czy mogę zostać tym, kim chcę?, s. 14) – uspokoiła go Aśka.
– Niby tak – przytaknął. – Myślisz, że gdybym był bratem Klary, otrzymałbym przydomek Filip Kontaktowy? (*Bajka o Klarze bez przydomka*, s. 10) – zapytał, żartując.
– No pewnie – Aśka zawtórowała mu śmiechem.
– A czytałaś historię Toma? – spytała dziewczynka, chcąc sprowadzić rozmowę na inne tory.
– Tak. Nawet rozwiązałem zadanie konkursowe – pochwalił się Filip.
– Ja też. Fajnie by było wylosować nagrodę, tak jak Kasia, Sylwiusz i Arek (*Konkurs*, s. 3) – westchnęła Aśka.
– Trzeba mieć trochę szczęścia – Filip sprowadził ją na ziemię. – Najważniejsze, że nauczyłaś się nowych słówek w języku angielskim (*Słowniczek*, s. 13), które mogą ci się przydać, bo to przecież język biznesu.
– Część z nich już znałam – Aśka nie wytrzymała bez przechwałki. – Ale dowiedziałam się, jaka jest różnica pomiędzy *borrow* a *lend* – dodała.
– Pożyczanie, zwłaszcza pieniędzy, jest bardzo skomplikowane – przyznał Filip. – Nie miałem pojęcia, że jeśli zaciąga się kredyt w banku, trzeba oddać znacznie więcej, niż się pożycza (*Ile kosztuje kredyt*, s. 16)
– Zwłaszcza teraz – jeżeli wcześniej zaciągnęło się kredyt we frankach szwajcarskich (*Okno na świat*, s. 21) – dodał z przejściem.
– Dobrze, że nie trzeba stać w kolejce do okienka bankowego, a wszystkie sprawy można załatwić przez internet (*Mobilna bankowość. Jak działa bank w sieci?*, s. 4) – powiedziała dziewczynka.
– Dryn! – zadzwonił dzwonek, ogłaszający koniec przerwy.
– O kurcze, myślałam, że zdążę przeczytać ostatni artykuł z najnowszej „Ekonopedii” na temat fuzji (*Fuzja, czyli na dobre i na złe w biznesie*, s. 22) – z niezadowoleniem wykrzyknęła Aśka i nie czekając na Filipa, pobiegła na lekcję.

Drodzy Czytelnicy!

Serdecznie gratulujemy wszystkim Uczestnikom konkursu, którzy rozwiązali zadania z 11. 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: Katarzyna Kędzia, Sylwiusz Kontek oraz Arek Plewa. Gratulujemy!

Poprawne rozwiązania zadań konkursowych z numeru 11. zostały opublikowane na stronie www.ekonopedia.pl.

W tym numerze „Ekonopedii” odnajdziecie 5 kolejnych zadań konkursowych wraz ze szczegółową instrukcją ich wykonania. Oto ich lista:

Zadanie konkursowe nr 1: „1%”,

Zadanie konkursowe nr 2: „Piggy bank”,

Zadanie konkursowe nr 3: „Kalkulator kredytowy”,

Zadanie konkursowe nr 4: „Pracownicze sudoku”,

Zadanie konkursowe nr 5: „Rebus”.

Czytelnicy, którzy do 10 kwietnia 2015 roku prześlą prawidłowe rozwiązania wszystkich pięciu 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-dzieciocy.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 13 kwietnia 2015 roku, a lista zwycięzców zostanie opublikowana na stronie www.ekonopedia.pl. Zachęcamy Was do wzięcia udziału w zabawie!



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 Dzieciocy www.uniwersytet-dzieciocy.pl
Projekt realizowany z Narodowym Bankiem Polskim w ramach programu edukacji ekonomicznej

Zespół redakcyjny: Marcin Dąbrowski, Łukasz Marchewka, Albert Tomaszewski
Autorzy artykułów: Łukasz Marchewka (2-3, 7, 10-13, 19-24), Agnieszka Nietresta-Zatoń (4-6), Wioletta Nogaj (8-9, 16-18), Zofia Wróbel (14-15)
Redakcja językowa: Paulina Mróz, Karolina Pawlaczek
Współpraca: Piotr Cuch
ISBN: 978-83-63127-17-6
Nakład: 1200 egzemplarzy

Mobilna bankowość Jak działa bank w sieci?

Najprościej odpowiedzieć: sprawnie i szybko, bezszmerowo i całodobowo. Niezależnie od miejsca, w którym się znajdujesz, i od pory dnia czy nocy. Nie musisz wychodzić z domu, żeby otworzyć konto, zrobić przelew, złożyć wniosek o kartę płatniczą czy kredyt. Wystarczy, że masz dostęp do komputera z zainstalowaną przeglądarką stron WWW. A jeśli dysponujesz telefonem komórkowym z dostępem do internetu, to bank masz zawsze... przy sobie. To bardzo wygodne, ale też ryzykowne – zwłaszcza dla osób, które uwielbiają zakupy w sieci.



Zapewne nie pamiętasz już czasów, w których nowinką był... bankomat, a wszystkie sprawy związane z obsługą konta załatwiała się osobiście w stacjonarnych placówkach banku. Stacjonarnych, czyli takich, które istnieją w miejskiej przestrzeni, tak jak sklep albo zakład fryzjerski. Trzeba było więc udać się do odpowiedniego oddziału banku, odstać swoje w kolejce do okienka i wypełnić na miejscu stosowne formularze. Klienci banków nie różnią się od klientów supermarketów, dlatego stojąc w kolejkach, irytowali się i wpadali w złość. Nie była to sytuacja komfortowa ani dla nich, ani dla pracowników banku, którzy przecież mają do czynienia z pieniędzmi (często z ogromnymi sumami) i muszą pracować w spokoju i skupieniu.

Aż pewnego dnia, dawno, dawno temu...

... ktoś po raz pierwszy umożliwił dokonywanie transakcji przez internet. Kto? Oczywiście Amerykanin – z LA Jolla Bank FSB (Kalifornia). Kiedy? W grudniu 1994 roku. Niedługo później, w październiku 1995 roku, kolejny bank – Security First Network Bank z Atlanty – umożliwił swoim klientom obsługę konta wyłącznie za pośrednictwem internetu. To był pierwszy na świecie w pełni wirtualny bank.

Pionierami bankowości internetowej w Europie były banki fińskie i szwedzkie – Merita-Nordbanken i SEB, a pierwszym polskim bankiem w krainie i-bankingu – Powszechny Bank Gospodarczy z Łodzi. W październiku 1998 r.

uruchomił on pierwszy wirtualny oddział dla klientów indywidualnych i małych firm. Na początku roku 1999 bank ów został włączony do banku Polska Kasa Opieki SA (Pekao SA) i wkrótce powstała pełna wersja konta internetowego dla klientów. Pierwszym bankiem w Polsce, który udostępniał swoim klientom pełny zakres usług bankowych wyłącznie przez internet, czyli spełniał warunki „prawdziwej bankowości internetowej”, był należący do BRE Banku mBank. Obecnie mBank posiada także sieć stacjonarnych punktów zajmujących się m.in. udzielaniem informacji i formalnościami związanymi z udzieleniem kredytów. I taki sposób działania jest dzisiaj w Polsce najpopularniejszy – internet jest jednym z kanałów dystrybucji produktów bankowych – czyli mówiąc prościej: jednym z kanałów, dzięki którym klienci mogą zarządzać swoimi kontami, kartami, kredytami i innymi usługami. Często jest to kanał najważniejszy, ale zawsze wspiera go działanie innych: sieci bankomatów, oddziałów stacjonarnych, punktów informacyjnych w centrach handlowych itd.

Bankowa nowomowa

Teraz pora na kilka wyjaśnień. Od przybytku głowa nie boli – dobrze czasem błysnąć wiedzą.

Bankowość zdalna – to taka bankowość, w której klient ma możliwość zarządzania swoimi kontami/kartami/kredytami poza oddziałem banku.

Bankowość elektroniczna (e-bankowość, e-banking) – najszersze pojęcie z zakresu ban-

kowości zdalnej. Aby skorzystać z usług oferowanych przez bank, musisz mieć dostęp do urządzenia elektronicznego – bankomatu, telefonu komórkowego, komputera stacjonarnego, tabletu czy laptopa. W zależności od tego, którego urządzenia używasz, mówimy o:

- **bankowości internetowej (i-bankowość, i-banking)** – jest to po prostu korzystanie z usług bankowych za pośrednictwem internetu, przy użyciu komputera stacjonarnego lub laptopa. Strony banków w sieci WWW stanowią interfejs, za pośrednictwem którego dokonujesz operacji. To, co w placówce stacjonarnej banku dotychczas wykonywane było przez pracownika, teraz wykonywane jest przez klienta i... system informatyczny;
- **bankowości mobilnej (m-bankowość, m-banking)** – która działa tak samo jak w poprzednim przypadku, tylko że zamiast komputera używasz telefonu komórkowego, najczęściej tzw. smartfona.

Wiesz już więc, że istnieją banki, które z jednej strony mają placówki stacjonarne – czyli „istnieją fizycznie” – a z drugiej strony oferują swoje usługi przez internet. Są także banki wirtualne, czyli takie, które nie mają sieci tradycyjnych oddziałów, nie można do nich pójść i spotkać się z personelem, poprosić o poradę konsultanta – istnieją i funkcjonują wyłącznie w internecie.

Pora zadać sobie pytanie, jakie korzyści dla klienta oznacza istnienie bankowości internetowej.



Świadomy użytkownik banku online powinien wiedzieć, czym jest phishing. To metoda wyludzania twoich danych osobowych: haseł, numerów kart kredytowych i innych danych Twojego konta. Jak możesz się zorientować, że ktoś próbuje od Ciebie wyludzić takie dane? Na przykład Twój bank nagle zażąda w mailu, czego nigdy dotychczas nie robił, abyś zaktualizował/a swoje dane, bo w przeciwnym wypadku twoje konto zostanie natychmiast zablokowane. Mail wygląda na prawdziwy – jest logo, adres nadawcy wygląda prawie jak adres Twojego banku, a kiedy wejdiesz na fałszywą stronę, żeby prędko zaktualizować dane, nic Cię nie zaniepokoi. Tymczasem oszuści wprowadzili drobną zmianę w adresie podstrony – np. zamiast: „www.nazwabanku.pl/login” będzie to “www.nazwabanku.pl.login” – czyli zamiast ukośnika pojawi się kropka. Dlatego jeśli twój bank uprzedził Cię, że nigdy, ale to nigdy nie wysyła do klientów maili z prośbą o aktualizację danych, zachowaj czujność!

Po pierwsze, koszty przeprowadzanych operacji bankowych są niższe. Dlaczego? Ponieważ nie są w nie wliczone koszty obsługi klienta – upraszczając sprawę, możemy powiedzieć, że... klient obsługuje się sam.

Po drugie, człowiek, który może skorzystać z usług swojego banku zawsze, kiedy tego potrzebuje, i na dodatek bez konieczności udawania się do placówki stacjonarnej, czuje się po prostu komfortowo. Nie musi stać w kolejkach i ma stały dostęp do potrzebnych mu informacji.

Po trzecie, ten stały dostęp do informacji oznacza, że klient może, kiedy tylko zechce, skontrolować swoje finanse, panuje nad własnym rachunkiem bankowym: może sprawdzić stan konta i dokonać transakcji bezgotówkowych, czyli przelewów. Wszystko to daje mu poczucie bezpieczeństwa, a także – o czym pisaliśmy na początku – poczucie, że ma stały dostęp do pieniędzy, co może być kuszące. Wyobraź sobie: wchodzisz do sklepu internetowego i trafiasz na coś, o czym od dawna marzysz. Klikasz „kup teraz”, przelewasz pieniądze na konto sprzedawcy, wracasz do domu i... zastanawiasz się, po co to kupiłeś. Może gdyby trzeba było pójść do banku i zlecić wykonanie przelewu albo chociaż udać się do bankomatu, podjąć gotówkę i wpłacić ją na konto sprzedającego, nie wydałoby się tak łatwo swoich oszczędności?

I na koniec rzecz najważniejsza: **bezpieczeństwo**. Zapewne doskonale wiesz, że jeśli zostawiasz swoje dane na jakiegokolwiek stronie internetowej, musisz mieć pewność, że jest to strona bezpieczna. A strona bankowa to miejsce

szczególne: gdyby ktoś podszył się pod Ciebie, mógłby uzyskać dostęp do Twojego konta i po prostu Cię okraść. Dlatego internetowe banki zabezpieczane są na wiele sposobów.

Metody zapewniające bezpieczeństwo to m. in.:

- szyfrowana transmisja danych (protokół SSL – Secure Socket Layer) – zwróć uwagę, że zawsze, kiedy wchodzi się na stronę banku i rozpoczyna procedurę logowania, na pasku wyszukiwarki widoczny jest adres rozpoczynający się nie od skrótu http, ale https. To właśnie zaszyfrowana przy pomocy SSL wersja protokołu http – zabezpieczenie przed przechwytywaniem i zmienianiem przesyłanych danych,
- uwierzytelnianie proste (identyfikator i hasło użytkownika, PIN),
- uwierzytelnianie silne (token – generator jednorazowych haseł, certyfikat użytkownika, klucz),
- podpis elektroniczny (cyfrowy),
- zapisywanie wszelkich śladów aktywności, IP użytkownika oraz operacji przez niego wykonywanych (np. próby logowania do systemu, odczyt historii konta, wykonanie przelewu),
- automatyczna blokada konta w przypadku trzykrotnego podania nieprawidłowych danych podczas logowania (podejrzenie, że nastąpiła próba włamania),
- automatyczne wylogowanie użytkownika z systemu, jeśli stwierdzono brak jego aktywności przez określony czas.

Ufff... Teraz już możesz spokojnie przelewać pieniądze za ostatnie zakupy...

Jeden z banków działających w Polsce podpowiada logującym się do swoich kont internetowych:

- Sprawdź przed zalogowaniem, czy widzisz https w adresie strony i połączenie jest szyfrowane.
- Pamiętaj, że podczas kontaktów telefonicznych Bank nigdy nie prosi o podanie numeru PIN i hasła do bankowego konta internetowego.
- Ostrzegamy przed niebezpiecznymi wiadomościami e-mail zawierającymi informacje dotyczące żądań opłat, fałszywych faktur, ostrzeżenia o infekcji telefonu komórkowego lub blokadzie dostępu do bankowego konta internetowego.



Leksykon

Sponsorem bieżącego numeru jest literka C

CENTRALIZACJA

Centralizacja – termin ten odnosi się do stopnia koncentracji władzy i uprawnień w przedsiębiorstwie. Jeśli decyzje podejmuje jedna osoba lub wąska grupa osób na najwyższym poziomie zarządzania, mówimy o wysokim poziomie centralizacji władzy. Z kolei w przeciwną sytuację – gdy prawa do decydowania są przekazywane grupie osób na niższych stanowiskach kierowniczych, mamy do czynienia z decentralizacją.

CETERIS PARIBUS

to łaciński zwrot, który oznacza „przy pozostałych czynnikach niezmiennych”. Założenie to wykorzystuje się w badaniach ekonomicznych, kiedy poszukiwane są zależności między wybranymi elementami w celu uproszczenia analizowanej sytuacji. Na przykład jeśli chcemy ustalić relację między wysokością przychodów przedsiębiorstw a wysokością ponoszonych przez nie kosztów marketingu, możemy uprościć analizę, przyjmując założenie, że pozostałe warunki, takie jak lokalizacja przedsiębiorstw, ich wielkość czy rodzaj oferowanych produktów, pozostają niezmiennione.

CV

jest to skrót pochodzący od łacińskiego określenia życiorysu – curriculum vitae. CV to dokument, który musi przygotować każda osoba ubiegająca się o pracę. Są w nim zawarte informacje dotyczące danych osobowych kandydata, przebiegu jego edukacji, doświadczenia zawodowego i umiejętności, które mogą przydać się w pracy.

CŁO

opłata pobierana przez państwo w momencie, gdy towary przekraczają granicę celną. Warto wiedzieć, że granica państwa nie zawsze oznacza granicę celną. Na przykład wewnątrz Unii Europejskiej, do której należy wiele państw, nie ma granic celnych. Cło najczęściej obejmuje towary sprowadzane do kraju (cło importowe), ale może także dotyczyć produktów wywożonych z kraju (cło eksportowe) lub transportowanych przez dany kraj (cło tranzytowe).

CZYNNIKI PRODUKCJI

są to wszelkie zasoby potrzebne do wytworzenia dóbr, które stanowią towary i usługi. Według klasycznej koncepcji do czynników produkcji zalicza się: ziemię, pracę ludzi, kapitał, czyli wszystkie budynki, maszyny i inne rzeczy materialne niezbędne do produkcji, oraz wiedzę, dzięki której możliwe jest połączenie pozostałych trzech czynników.

CASH FLOW

inaczej nazywany sprawozdaniem z przepływów pieniężnych, jest jednym z podstawowych dokumentów przygotowywanych przez przedsiębiorstwa w celu przedstawienia ich kondycji finansowej. Jak sama nazwa wskazuje, dokument informuje o przepływie gotówki, czyli o zwiększeniu (wpływy) lub zmniejszeniu (wydatki) jej ilości, ze szczególnym uwzględnieniem trzech najważniejszych obszarów: tak zwanej działalności operacyjnej, czyli głównej działalności przedsiębiorstwa (np. handlowej), działalności inwestycyjnej i działalności finansowej.



Czy 1% to dużo?

Czytelników, którzy – zaniepokojeni powyższym tytułem – mogą podejrzewać, że tematem niniejszego artykułu będzie matematyka, spieszę uspokoić: nie będziemy zajmować się królową nauk, choć rzeczywiście, bez odrobiny matematyki się nie obędzie...

Jak zapewne wiecie, zbliża się właśnie ten okres w roku, gdy Wasi rodzice, a pewnie także i dziadkowie, muszą spełnić wobec państwa bardzo ważny obowiązek. Jest nim złożenie do urzędu skarbowego rocznego zeznania o wysokości dochodu osiągniętego w ubiegłym roku. Jako stali Czytelnicy „Ekonopedii”, z pewnością pamiętacie, że takie zeznanie – najoğólniej rzecz ujmując – służy temu, aby każdy z podatników prawidłowo rozliczył się z urzędem skarbowym co do wysokości należnego podatku dochodowego. W trakcie sporządzania rocznego zeznania podatkowego każdy podatnik wykazuje na specjalnym formularzu podatkowym (tzw. PIT) swoje roczne przychody i oblicza kwotę należnego podatku za cały rok rozliczeniowy.

Co się dzieje z pieniędzmi z podatków? Otóż wszystkie dochody z tytułu podatków trafiają do budżetu państwa, a następnie służą finansowaniu różnych wydatków państwowych. Można więc powiedzieć, że każda osoba fizyczna¹ przyczynia się swoimi pieniędzmi, które przekazuje państwu w formie podatków, do budowy dróg, finansowania armii, utrzymania administracji państwowej, pokrycia wydat-

ków na oświatę i sfinansowania wszystkich innych wydatków państwa. Jak łatwo zauważyć, pojedyncza osoba ma bardzo ograniczony wpływ na to, jak zostaną wykorzystane zapłacone przez nią podatki. Może się przecież okazać, że pieniądze podatnika mieszkającego w województwie małopolskim posłużą np. do sfinansowania budowy autostrady w województwie zachodniopomorskim. Wprawdzie coraz większą popularność zdobywają inicjatywy polegające na tworzeniu tzw. budżetów obywatelskich², ale są one jeszcze zbyt mało rozpowszechnione. Czy jest więc jakiś sposób na to, aby każdy z podatników z osobna mógł zdecydować, na co dokładnie zostaną przeznaczone jego podatki? Okazuje się, że tak!

Jeżeli uważnie przyglądamy się otaczającej Was rzeczywistości, zapewne zauważyliście, że w pierwszych miesiącach każdego roku pojawia się wyjątkowo dużo ogłoszeń, plakatów, reklam, a nawet audycji telewizyjnych i radiowych, któ-

rych wspólną cechą jest to, że zachęcają do przekazania 1% podatku na rzecz różnego rodzaju organizacji, stowarzyszeń i fundacji. Zgodnie z prawem obowiązującym w naszym kraju każda osoba fizyczna może przekazać 1% swojego podatku na wskazany przez siebie cel. Wspomniane apele, skierowane do podatników, nieprzypadkowo pojawiają się właśnie w tym okresie. Jako że początek roku jest czasem, gdy podatnicy dokonują swoich rozliczeń z urzędem skarbowym, a terminem ostatecznym złożenia deklaracji podatkowej jest 30 kwietnia, właśnie teraz najczęściej można usłyszeć o możliwości przekazania 1% na różne szczytne cele. Przekazując 1%, to my jako podatnicy możemy samodzielnie decydować, gdzie trafią pieniądze z naszych podatków. Jak dokładnie działa mechanizm przekazania podatków na wybrane cele, czy opłaca się on podatnikowi i czy naprawdę możemy wybrać dowolny cel, na który prześlemy pieniądze?

Zobrazujmy to na przykładzie. Pan Jan Nowak zobowiązany jest do zapłaty 23 tysięcy złotych podatku za 2014 rok. Sporządzając rozliczenie roczne, pan Nowak obliczył, iż 1% należnego podatku to kwota 230 złotych. Właśnie tyle może przekazać na wskazany przez siebie cel. Jeżeli tego nie robi, do urzędu skarbowego, a więc i do budżetu państwa, trafi pełna kwota należnego podatku w wysokości 23 tysięcy złotych. Jeśli jednak pan Nowak zdecyduje się przekazać 230 złotych na konkretny cel, to urząd skarbowy otrzyma 22 770 złotych, a 230 złotych trafi na konto organizacji wskazanej przez pana Nowaka.

Podmiotami uprawnionymi do otrzymywania 1% podatku są jedynie tzw. organizacje pożytku publicznego (OPP). Organizacje, które posiadają ten status, muszą spełniać bardzo rygorystyczne wymagania. Warto wiedzieć, że wszystkie OPP muszą prowadzić działalność pożytku publicznego, gdyż jest to podstawowy warunek, aby otrzymywać wsparcie pochodzące z 1% podatku. Działalnością pożytku publicznego może być np. opieka nad osobami niepełnosprawnymi czy chorymi, dożywianie dzieci w szkołach, opieka nad zwierzętami,

ochrona przyrody czy odnawianie zabytków kultury. Drugim podstawowym warunkiem, który muszą spełnić OPP, jest to, aby celem ich działalności nie było osiąganie zysku, a więc aby nie była to działalność typowo gospodarcza. Chcąc sprawdzić, czy wybrana organizacja spełnia niezbędne wymagania, można skorzystać z rejestru wszystkich organizacji pożytku publicznego prowadzonego przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej.

Wróćmy do przykładu naszego podatnika i ostatniego nurtującego nas pytania: czy panu Nowakowi opłaca się przekazywać 1% podatku wybranej organizacji pożytku publicznego? Gdyby nie przekazał on 1% swojego podatku na rzecz OPP, zapłaciłby 23 tysiące złotych w całości na rzecz budżetu państwa. Jeśli zdecyduje się przekazać 1% swojego podatku na określony cel, nadal musi zapłacić 23 tysiące złotych, ale w stosunku do kwoty 230 złotych sam może zdecydować o tym, na co zostanie ona przeznaczona. Wynika z tego, iż przekazanie wybranej organizacji 1% podatku nic podatnika nie kosztuje.

Ponieważ jesteśmy właśnie w okresie rozliczeń podatkowych, zachęcam Was do tego, abyście porozmawiali z rodzicami i wspólnie wyszukali szczytny cel, na który Wasi rodzice mogliby przeznaczyć 1% swoich podatków. Te pieniądze z pewnością zostaną dobrze wykorzystane. Chociaż może się wydawać, że 1% to bardzo mało, w rzeczywistości tak nie jest. **Jak wynika z corocznych informacji przekazywanych przez Ministerstwo Finansów, w 2014 roku podatnicy przekazali w ten sposób różnym organizacjom aż 506 milionów złotych!**



Zadanie konkursowe nr 1: 1%

Napisz w pięciu zdaniach, na jakie cele Twoim zdaniem warto przeznaczyć 1% podatku.

1) Osoba fizyczna to prawne określenie człowieka od jego urodzenia do chwili śmierci. Istnieją także osoby prawne, czyli np. firmy, fundacje, stowarzyszenia.
2) Budżet obywatelski zwany inaczej partycypacyjnym to taki budżet (np. miasta czy gminy), w którego konstruowaniu bezpośredni udział biorą obywatele zamieszkujący dany teren. Więcej o budżecie obywatelskim będziecie mogli przeczytać w jednym z najbliższych numerów „Ekonopedii”.

Bajka o Klarze bez przydomka



Za górami, za lasami, w odległym królestwie, mieszkała królewna Klara, córka króla Leona Przewornego. Zbliżały się jej dziesiąte urodziny, ale dziewczynka zamiast cieszyć się na myśl o wielkim przyjęciu, chodziła zasmucona. Martwiła się, ponieważ z okazji ukończenia dziesiątego roku życia królewskie dzieci otrzymywały przydomek związany z wyróżniającą je cechą, a poza krzywymi zębami Klara – w swoim przekonaniu – nie charakteryzowała się niczym szczególnym. „Mój najstarszy brat został okrzyknięty Kamilem Wesołym, siostra Martyną Bystrą, zaś kolejny brat Wojciechem Czarnowłosym. Czy ja muszę zostać Klarą Krzywozębą?” – to pytanie nie dawało jej spokoju.

Kilka dni przed uroczystością król wezwał córkę do siebie i powiedział:

– Moja kochana Klaro! Niedługo nastąpi ważny moment w twoim życiu i poza imieniem będziesz miała swój przydomek. Abyś mógł ci go nadać, musisz udać się w podróż do Pomysłowego Czarodzieja, który pomoże nam dokonać wyboru – wyjaśnił córce procedurę nadania przydomka.

Nazajutrz królewna w towarzystwie swojej niani, woźnicy i dwóch rycerzy wyruszyła w drogę. Cały dzień spędziła w karocy i wieczorem była bardzo zmęczona.

– Zatrzymajmy się w najbliższej gospodzie – poprosiła, ziewając.

- Dobrze – zgodzili się jej opiekunowie.
- Znam dwa zajazdy w okolicy. Jeden znajduje się tuż przy naszej drodze, ale dotrzemy do niego najwcześniej za godzinę. Drugi jest znacznie bliżej, ale będziemy musieli zboczyć z naszej trasy – jeden z rycerzy przedstawił Klarze możliwości postoju.
- Jestem naprawdę zmęczona. Zboczymy z drogi i jak najszybciej zatrzymajmy się na nocny odpoczynek – zdecydowała królewna.

Gdy skręcili z głównego traktu, wjechali na niewielką dróżkę prowadzącą w głąb lasu. Po chwili ich oczom ukazał się przepiękny widok, a z lasu wyłoniło się błękitne jezioro, przy którym stała niewielka gospoda.

– To tu – poinformował kompanów rycerz przewodnik.

Gdy dotarli do zajazdu, gospodarz radośnie ich powitał i zaprowadził do niewielkich izb przygotowanych specjalnie dla gości. Po krótkiej toalecie Klara wraz z nianią udały się do sali stołowej na posiłek. Ponieważ nie było innych klientów, gospodarz przysiadł się do nich i zaczął rozmowę:

– Jak się królewnie podoba moja skromna gospoda? – zapytał.

– Jest niezwykła! – odparła z entuzjazmem dziewczynka. – Widok z okna na krystalicznie czyste jezioro i gęsty las to coś wspaniałego! Dziwi mnie, że nie zajrzało tu więcej gości! – dodała.

– Niestety, miła królewno, moja gospoda nie leży przy drodze i dlatego rzadko kto ją odwiedza – żalił się właściciel. – Ludzie nie wiedzą, że z okien moich pokoi rozciąga się piękny widok ani że w karczmie serwuję pyszne potrawy – zachwalał walory swojego zajazdu.

Klara chwilę się zastanowiła i zaproponowała:

– Jeśli podróżni nie wiedzą o gospodzie, może warto przygotować drogowskaz, który będzie o niej informował? Gdyby ludzie wiedzieli, że zaledwie kilka minut drogi od głównego traktu jest tak urokliwe miejsce, z pewnością przybywaliby tu tłumnie – przekonywała.

– Nigdy o tym nie pomyślałem – odparł zaskoczony gospodarz. – To znakomity pomysł!

Do końca kolacji Klara wraz z gospodarzem omawiali szczegóły, a nim następnego dnia królewna była gotowa do dalszej drogi, właściciel gospody zdążył przygotować kolorową tablicę zachęcającą do odwiedzenia jego zajazdu. Pożegnał się z królewną i wraz ze swoim synem pojechał przymocować znak w widocznym miejscu.

Tymczasem orszak Klary ruszył w kierunku zamku Pomysłowego Czarodzieja. Podróż bardzo się dziewczynce dłużyła i dlatego z wielkim zainteresowaniem przyglądała się mijanym wioskom i ich mieszkańcom. Gdy przejeżdżali wzdłuż pól uprawnych, na których pracowało wielu ludzi, wypatrzyła małego chłopca, który siedział pod przydrożnym drzewem i głośno płakał.

– Zatrzymajcie się – poprosiła rycerzy.

– Królewno, nie możemy robić zbyt wielu postojów, gdyż mamy niewiele czasu – zaproponowała niania.

– To nie potrwa długo – zapewniła Klara, wyskakując z karocy. Podeszła do chłopca i zapytała: – Dlaczego płaczesz?

Chłopiec, zaskoczony pytaniem królewny, wciąż szlochając, zaczął tłumaczyć:

– Moi rodzice są bardzo biedni. Żeby im pomóc, od rana pracuję przy uprawach. Niestety w połowie dnia jestem tak głodny, że nie mam więcej siły do pracy. Przygotowywałem sobie drugie śniadanie, ale w polu jest tak gorąco, że nim mijało południe, całe jedzenie było zepsute. Ponieważ pola są bardzo oddalone od wioski, nie zdążyłbym przed zachodem słońca pobiec do domu na obiad i wrócić. Nie wiem co robić!

Klara, chcąc pocieszyć chłopca, pogłaskała go i zapytała:

– Jak inni radzą sobie z głodem w czasie pracy?

– Też mają z tym problem, ale są starsi i łatwiej im wytrzymać do wieczora bez jedzenia i zimnej wody – wyjaśnił. – Gdy kończymy pracę, wszyscy jesteśmy wykończeni! – dodał, podkreślając, że nie tylko on boryka się z brakiem sił.

– A gdybyś zajął się inną pracą? – zaproponowała królewna.

– Na niczym innym się nie znam, niczego nie

umiem – odpowiedział zrezygnowany chłopiec.
 – Zamiast pracować w polu, mógłbyś zająć się obwoźną sprzedażą jedzenia. Masz tu 10 dukatów – Klara podała chłopcu sakiewkę z pieniędzmi.
 – Pożycz niewielki wózek, kup kilka bochenków chleba i beczkę wody. Jutro około południa przyjedź z prowiantem na pola i ogłoś wszystkim pracującym, że jeśli są głodni, możesz im sprzedać pajdę chleba i kubek zimnej wody. Oczywiście za cenę wyższą od tej, po której zrobisz zakupy. Różnica pomiędzy ceną sprzedaży a ceną zakupu będzie twoim zarobkiem. Rozumiesz? – zapytała.
 – Tak! To genialny pomysł! Ależ jesteś mądra królowno! – ucieszył się malec.
 – Powodzenia! – krzyknęła Klara, wskazując do ruszającej karocy.

Wieczorem, gdy zaszło już słońce, podróżni ujrzeli na horyzoncie wielki pałac.

– To pałac Pomysłowego Czarodzieja? – spytała Klara.
 – Tak – odparła niania. – Masz wystarczająco dużo sił, żebyśmy mogli jechać dalej i dziś dotrzeć do celu?
 – Tak, chcę jak najszybciej spotkać się z Czarodziejem – zdecydowanie odpowiedziała królowna.

Gdy dotarli do pałacu, Pomysłowy Czarodziej czekał na nich z wielką ucztą.

– Witaj Klaro! Pewnie jesteś zmęczona i głodna. Zapraszam do stołu.

– Dziękuję. Jednak wcześniej chciałabym dowiedzieć się, jaki przydomek wymyśliłeś dla mnie, Czarodzieju – powiedziała Klara.

– Jak to? To ty jeszcze nie wiesz? Przecież to oczywiste! – wykrzyknął Czarodziej.

– Czyli będę Klarą Krzywozębą? – zapytała zrozpaczona.

– Krzywozębą? Cóż to za żarty?! – obruszył się. – Będiesz Klarą Przedsiębiorczą – rzekł wyraźnie zadowolony ze swojego pomysłu.

– Naprawdę?! – zawołała królowna z niedowierzaniem.

– Ależ oczywiście! – potwierdził Czarodziej. Dzięki mojej magicznej kuli dokładnie obserwowałem twoje zachowanie podczas podróży do mojego pałacu. Jesteś twórcza i potrafisz

dostrzegać szanse, które należy wykorzystywać. Co więcej, jesteś odważna i umiesz inspirować innych do działania. Nie boisz się przedstawiać swoich pomysłów i wprowadzać ich w życie. A to właśnie cechy przedsiębiorczej osoby!

– Klara Przedsiębiorcza! Ach, jaka jestem szczęśliwa!

– A teraz zapraszam do stołu! – powiedział Czarodziej, wskazując drogę do jadalni.

Następnego dnia wczesnym rankiem Klara wraz z nianią i rycerzami wyruszyli w drogę powrotną. Dziewczynka była bardzo wesoła i nie mogła doczekać się urodzinowego przyjęcia, dlatego zaproponowała, aby postarali się dojechać do królewskiego zamku, nim zapadnie głęboka noc.

– Długa droga przed nami, ale możemy spróbować pokonać ją w ciągu jednego dnia – ocenił jeden z rycerzy. Woźnica spiął konie i karoca Klary, w asyście rycerzy, pomknęła głównym traktem.

Gdy mijali pola uprawne, Klara zobaczyła długą kolejkę, która ustawiła się przed wózkiem małego chłopca sprzedającego chleb i wodę. Ucieszyła się, że pomogła mu znaleźć rozwiązanie w jego trudnej sytuacji. Po kilku kolejnych godzinach podróży minęli z kolei znak informujący o urokliwej gospodzie. Gdy Klara zobaczyła, że do znaku przybito dodatkową tabliczkę z napisem „brak wolnych pokoi”, od razu pomyślała, że trzeba będzie rozbudować zajazd.

Wreszcie dotarli do zamku i Klara pobiegła o wszystkim opowiedzieć królowi:
 – Tato, będę Klarą Przedsiębiorczą! – wołała radośnie.

– Wiem córeczko! – król uśmiechnął się i mocno przytulił córkę. – Przygotować przyjęcie urodzinowe dla Klary Przedsiębiorczej! – rozkazał służbie.



Zadanie konkursowe nr 2:

Piggy bank

Po zapoznaniu się ze słowniczkiem i po przeczytaniu dialogu (nie martw się, jeśli nie rozumiesz wszystkich słów!), odpowiedz na pytanie: ile pieniędzy Tom musiał do tej pory zaoszczędzić, żeby po opisanej rozmowie, móc kupić wymarzoną książkę?

1 dollar, 2 dollars...

Tom, what are you doing?

I'm counting how much money I have in my piggy bank. I've saved some of my pocket money and now I want to buy a book that costs 12 dollars.

No, you have already got your pocket money this month.

Can you give me more pocket money?

February

T	W	T	F	S	S
					1
3	4	5	6	7	8
10	11	12	13	14	15
17	18	19	20	21	22
24	25	26	27	28	

I can lend you 5 dollars, which you can give me back next month.

Thank you Jim! I've borrowed 5 dollars so now in my piggy bank I have 12 dollars!

Słowniczek

money – pieniądze
 pocket money – kieszonkowe
 piggy bank – skarbonka
 to borrow – pożyczać coś od kogoś
 to buy – kupować
 to cost – kosztować
 to count – liczyć
 to get – dostać
 to give – dać
 to give back – oddać
 to have – mieć
 to lend – pożyczać coś komuś

to save – oszczędzać
 to want – chcieć
 can – móc
 more – więcej
 already – już
 a book – książka
 a month – miesiąc

Wybór przyszłego zawodu

Czy mogę zostać tym, kim chcę?

Spróbuj wyobrazić sobie siebie za 20 lat. Zamknij oczy i zastanów się przez chwilę, jak wyglądasz, w co się ubierasz, gdzie i z kim mieszkasz oraz gdzie i jak pracujesz. Udało się? Prawdopodobnie gdy rozmawiasz z kolegami o tym, co chcielibyście robić w przyszłości, część z Was ma dokładnie sprecyzowane plany, część zastanawia się, nie mogąc wybrać pomiędzy dwiema czy trzema opcjami, a są i takie osoby, które jeszcze zupełnie nie potrafią powiedzieć, co chciałyby robić. Z drugiej strony – u niektórych istnieją bardzo silne tradycje rodzinne, które wyznaczają drogę zawodową kolejnych pokoleń; takie osoby od najmłodszych lat słyszą, że w przyszłości zostaną lekarzami bądź inżynierami, czy im się to podoba, czy też nie.

Jeśli eksperyment z wyobrażaniem sobie siebie za kilkanaście lat Ci się nie udał, nie przejmuj się. Tak naprawdę najważniejsza jest umiejętność dostrzeżenia w sobie tych cech osobowości i predyspozycji, które pomogą Ci odkryć najlepiej dopasowany do Ciebie zawód.

Howard Gardner, jeden ze znanych psychologów, zauważył kiedyś, że ludzie posiadają rozmaite zdolności, których w naszej kulturze na co dzień się nie docenia, a które tak naprawdę pozwalają im realizować się w pracy. Nazwał je inteligencjami i powiązał z określonymi zawodami. Wyróżnił siedem grup takich zdolności.

Jeśli jesteś osobą, która nie ma problemów z posługiwaniem się słowami, potrafi dobrze pisać, sprawnie i ciekawie opowiadać, lubi literaturę, zabawy słowne, żarty, udział w dyskusjach i debatach oraz potrafi formułować argumenty, to najprawdopodobniej masz dobrze rozwiniętą inteligencję werbalną. Takie zdolności są typowe dla dziennikarzy, pisarzy, nauczycieli, polityków, tłumaczy, poetów, publicystów czy sprzedawców.

Umiejętność logicznego myślenia, wysuwanie argumentów, zdolność analizowania rozmaitych sytuacji i dostrzegania zależności pomiędzy obiektami i wydarzeniami, zamiłowanie do rozwiązywania problemów, zainteresowanie liczbami i matematyką, schematami czy wnioskowaniem to zdolności typowe dla osób o wysokiej inteligencji logiczno-matematycznej. Jeśli w powyższym opisie widzisz siebie, prawdopodobnie odnajdziesz się w takich zawodach jak matematyk, fizyk, inżynier, informatyk, programista, doradca finansowy,

bankowiec, księgowy, prawnik czy lekarz. Wysoki poziom tych zdolności sprzyja także karierze naukowej, niezależnie od dziedziny, którą naukowiec się zajmuje.

Architekt, malarz, plastyk, stylist, fotograf, przewodnik, twórca gier komputerowych, grafik, chirurg, pilot to przykłady zawodów, w których dobrze odnajdą się osoby o rozwiniętych zdolnościach wizualno-przestrzennych. Są to ludzie o dużej wyobraźni, posługujący się obrazami, wrażliwi na piękno, przedmioty, kolory czy wzory. Z dużą łatwością potrafią wyobrazić sobie, jak coś powinno wyglądać, żeby było ładne i harmonijne, umieją dobierać kolory, a także mają zdolności manualne, lubią rzeźbić, malować czy fotografować. Ponadto są to osoby dobrze orientujące się w przestrzeni, dla których korzystanie z mapy czy określanie kierunków świata nie stanowi żadnego problemu.

Gdy myślimy o sportowcach, tancerzach, aktorach, jubilerach czy fryzjerach, często zauważamy, że mogą wykonywać swoją pracę dzięki dużej sprawności własnego ciała, nie tylko tej wytrenowanej, ale i dzięki jego naturalnym predyspozycjom, czyli wrodzonym zdolnościom. Jeśli lubisz aktywność fizyczną, uczysz się przez działanie, masz świadomość, jak funkcjonuje Twoje ciało, jeśli Twoje ruchy są płynne, umiesz wykonywać precyzyjne ruchy dłońmi i dobrze potrafisz wykorzystywać i rozpoznawać tzw. język ciała w kontaktach z innymi ludźmi, masz duże predyspozycje do wykonywania zawodów tego typu.

Podobnie jest ze zdolnościami muzycznymi. Bycie instrumentalistą, śpiewakiem czy tance-

rzem wymaga z jednej strony treningu, a z drugiej wysokiej inteligencji muzycznej. Możesz ją rozpoznać u siebie, jeśli jesteś wrażliwy na dźwięki, potrafisz odtworzyć zasłyszane melodie i rytmy, lubisz słuchać muzyki, a także masz zdolności językowe i bez trudu „łapiesz” akcent.

Zastanów się też przez chwilę, w jaki sposób funkcjonujesz w grupie, jaka jest Twoja rola, jak się zachowujesz i co odczuwasz w obecności innych. Są osoby, które szybciej niż pozostałe nawiązują kontakty i łatwiej jest im zachowywać się w empatyczny sposób, czyli dobrze wczuwać się w sytuację innych i rozumieć ich. Takie osoby lubią przebywać z ludźmi, rozmawiać z nimi i współpracować – najlepiej rozwiązują różne problemy, gdy są w grupie. Opisaną powyżej szczególną wrażliwość na innych ludzi nazywa się inteligencją interpersonalną. Jest ona charakterystyczna dla nauczycieli, pedagogów, psychologów, psychoterapeutów, lekarzy, pielęgniarek, sprzedawców, polityków czy menadżerów.

Ostatnią wyróżnioną przez Howarda Gardnera grupą zdolności są umiejętności związane z rozumieniem samego siebie – swoich motywacji, emocji, zachowań, co wiąże się z dużą pewnością siebie, silną wolą, dobrze rozwiniętą zdolnością autorefleksji (czyli zastanawiania się nad sobą, swoimi emocjami czy zachowaniami) i intuicją. Zdolności te przypisuje się psychoterapeutom, filozofom, pisarzom czy poetom, ale tak naprawdę pomagają one funkcjonować zarówno w pracy, jak i życiu prywatnym wszystkim ludziom, niezależnie od wykonywanego zawodu.

Powyższy opis jest pewnym uproszczeniem, bo przecież można posiadać różne cechy z każdej z tych grup zdolności. Nie jest tak łatwo przewidzieć z całkowitą pewnością, w jakim zawodzie ktoś najlepiej się sprawdzi. Najważniejsze jest to, żeby przed wyborem kolejnej szkoły czy – już później – konkretnego zawodu, uważnie przyjrzeć się sobie, własnym predyspozycjom i zainteresowaniom. Nie jest prawdą, że każdy może robić to, co tylko przyjdzie mu do głowy. Prawdą jest natomiast, że każdy z nas posiada umiejętności, które pozwolą mu na czerpanie zadowolenia z własnej pracy i na stały rozwój przez całe życie.



Ile kosztuje kredyt?



Czy zastanawialiście się kiedyś, jak wyglądałby świat, gdyby nie było banków? Pierwsza myśl, jaka przychodzi do głowy, jest taka, że chyba nic strasznego by się nie stało. Ot, pojawiłoby się kilka drobnych trudności w codziennym życiu przeciętnego obywatela. Przykładowo rodzice musieliby raz w miesiącu udać się do kasy w swoim zakładzie pracy, gdzie wypłacono by im wynagrodzenie w gotówce, gdyż nie posiadaliby konta bankowego (zapytajcie o to swoich dziadków – kiedyś, gdy jeszcze korzystanie z kont bankowych nie było tak pouitarne jak dzisiaj, wypłaty

wynagrodzeń odbywały się właśnie w ten sposób). Inną niedogodnością, którą z pewnością odczulibyśmy wszyscy, byłaby konieczność zabierania ze sobą gotówki na każde zakupy – gdyby nie było banków, nie byłoby także kart płatniczych ani kredytowych.

Skoro mowa o kartach kredytowych, to zauważmy, że brak banków skutkowałby także tym, iż nie byłoby instytucji, które mogłyby udzielać kredytów oraz pożyczek¹. Czy brak możliwości zaciągania kredytów byłby aż tak istotny? Otóż być może będzie to dla Was

zaskoczeniem, ale dla gospodarki – a więc i dla każdego z nas – to, że banki udzielają różnego rodzaju kredytów jest o wiele ważniejsze niż to, że prowadzą konta osobiste czy wydają karty płatnicze. Dlaczego kredyty są takie ważne, do czego mogą służyć, ile kosztuje kredyt i czy każdy powinien go zaciągać? Odpowiedzi na te pytania znajdziecie poniżej.

Jeśli rozejrzycie się dookoła siebie, z pewnością zauważycie wiele nowych inwestycji, takich jak budynki użyteczności publicznej, siedziby firm, osiedla domów jednorodzinnych, a także nowe drogi czy nowo otwarte sklepy osiedlowe. Tego typu inwestycje rzadko finansowane są w całości ze środków własnych inwestora. Częściej – a w praktyce prawie zawsze – inwestor, który planuje wybudować osiedle mieszkaniowe, budynek biurowy czy nowy sklep, zaciąga na ten cel kredyt bankowy. Dzieje się tak dlatego, że nawet duże firmy rzadko mają na tyle dużo wolnej gotówki, aby stać je było na sfinansowanie ze środków własnych całości – zwykle bardzo kosztownej – inwestycji.

Kredyt bankowy, który jest zaciągany w celu sfinansowania konkretnej inwestycji, nazywamy kredytem inwestycyjnym. Zwykle udziela się go na okres od kilku do kilkunastu lat. Z kredytów inwestycyjnych najczęściej korzystają przedsiębiorcy, którzy planują zakup, budowę lub rozbudowę obiektów związanych z działalnością gospodarczą albo zakup nowoczesnych maszyn i urządzeń.

Innym rodzajem kredytu, który oferują banki, jest kredyt hipoteczny, zwany także mieszkaniowym. Jego nazwa wzięła się stąd, iż zabezpieczeniem tego kredytu jest hipoteka obejmująca nieruchomość, na którą kredyt został udzielony (o formach zabezpieczenia kredytu pisaliśmy szczegółowo w 7. numerze „Ekonopedii”). Kredyty hipoteczne w zdecydowanej większości zaciągane są przez osoby, które w ten sposób finansują zakup mieszkania lub budowę domu. Kredyt hipoteczny charakteryzuje się tym, iż jest udzielany na bardzo długi okres – 20, 30, a nawet 40 lat.

Kolejnym rodzajem kredytu bankowego jest kredyt konsumpcyjny. W odróżnieniu od kredytów inwestycyjnego i hipotecznego osoba zaciągająca go często nie ma obowiązku wskazywania, na co chce przeznaczyć uzyskane w ten sposób pieniądze. Mogą one zostać wykorzystane do pokrycia jakichś nagłych, nieprzewidzianych wydatków, a także przeznaczone na zakup samochodu (wtedy jest to kredyt samochodowy) czy mebli lub nawet na opłacenie wakacji czy zagranicznej wycieczki. Umowy o kredyty konsumpcyjne zawierane są zwykle na okres od kilku miesięcy do kilku lat.

Z perspektywy banków udzielanie kredytów jest formą działalności biznesowej, której celem jest osiągnięcie zysku. W związku z tym kredyty nie są darmowe, a bankowi oddaje się więcej, niż się pożyczyło. Każdy kredyt jest odpowiednio oprocentowany i jego spłata polega na oddaniu bankowi nie tylko kapitału, czyli pożyczonej kwoty, lecz także odsetek od niego. W kosztach kredytu należy uwzględnić również różnego rodzaju dodatkowe opłaty, które wiążą się z jego otrzymaniem. Ile więc tak naprawdę kosztuje kredyt?

Odpowiedź na powyższe pytanie nie jest prosta i zależy od tego, z jakim rodzajem kredytu mamy do czynienia. Generalnie można powiedzieć, że im wyższa kwota kredytu, tym koszt kredytu jest mniejszy. Wynika to głównie z faktu, iż przy wysokich kwotach kredytu, odpowiednio wyższe są także jego zabezpieczenia, a więc oprocentowanie może być niższe. Dzięki wysokim zabezpieczeniom taki kredyt jest dla banku bezpieczniejszy. Kredyty zaciągane na niezbyt duże (z punktu widzenia banków) kwoty, czyli kredyty konsumpcyjne, zwane także gotówkowymi, są najdroższymi kredytami udzielanymi przez banki. Jednocześnie dla przeciętnego obywatela są one najłatwiej dostępne. Właśnie ich reklamy widzimy najczęściej, kiedy mijamy siedziby banków oraz w telewizji. Dlaczego właśnie kredyty konsumpcyjne są tak mocno promowane i reklamowane? Otóż dla banku tego rodzaju kredyty stanowią bardzo dobry interes – udzielane są bowiem na niewielkie kwoty,

¹ O tym, czym różni się kredyt od pożyczki, pisaliśmy w numerze 5. „Ekonopedii”, a w jednym z kolejnych numerów „Ekonopedii” zajmiemy się szczególnym rodzajem pożyczek – tzw. „chwilówkami”. Zapraszamy do lektury!

a więc bank w przypadku niewypłacalności dłużnika niewiele ryzykuje. Ponadto okres spłaty takiego kredytu jest stosunkowo krótki, a więc pożyczone pieniądze szybko wracają do zasobów banku i znowu mogą „pracować”. Najważniejsze jest jednak coś innego. Otóż kredyt konsumpcyjny jest najwyżej oprocentowany i przez to, z punktu widzenia klienta, najdroższy. Niestety ludzie zaciągający tego typu kredyty często zapominają, iż podawane w reklamach czy folderach promocyjnych oprocentowanie kredytu gotówkowego często nie obejmuje wszystkich kosztów jego spłaty.

Zobaczmy więc na przykładzie, ile zapłaci pan Jan Kowalski za kredyt gotówkowy. Załóżmy, iż jest to kredyt na kwotę 5000 złotych, zaciągnięty na jeden rok, oprocentowany na 10% w skali roku. Z prostego wyliczenia wynika, iż po roku Jan Kowalski powinien oddać bankowi 500 złotych odsetek od zaciągniętego kredytu (10% z 5000 zł to 500 zł) oraz całą pożyczoną kwotę, co w sumie daje 5500 złotych. Tak wygląda to od strony teoretycznej. W praktyce udzielenie kredytu gotówkowego wiąże się z koniecznością poniesienia kilku dodatkowych opłat, co znacząco podnosi jego koszt.

Po pierwsze, częstą praktyką banków jest pobieranie jednorazowej prowizji od udzielenia kredytu. Zwykle wynosi ona od 3 do 5% jego wysokości. Dla pana Kowalskiego oznacza to, że zanim otrzyma 5000 zł, musi zapłacić 3% tej kwoty, czyli od razu ponosi koszt w wysokości 150 złotych. Kolejnym wydatkiem kredytobiorcy jest konieczność ubezpieczenia pożyczonych pieniędzy. Bank zabezpiecza się w ten sposób przed niewypłacalnością klienta, ale to kredytobiorca ponosi koszt ubezpieczenia, który wynosi około 3% kwoty kredytu. W przypadku pana Kowalskiego jest to więc kolejne 150 złotych. Co więcej, częstą praktyką banków jest uzależnienie wypłaty kredytu od założenia w tym banku konta czy wydania karty kredytowej. Oczywiście za prowadzenie takiego

konta czy wydanie karty kredytowej także należy zapłacić, co w okresie kredytowania może kosztować nawet 100 złotych. Jak widać, dodatkowe opłaty mogą wynieść w sumie 400 złotych. Koszt kredytu rośnie więc do kwoty 900 złotych (500 złotych odsetek i 400 złotych kosztów). W efekcie faktyczne oprocentowanie kredytu pana Kowalskiego nie wyniesie 10%, jak podano w reklamie, ale będzie to już 18%. Warto więc wiedzieć, że aby zawczasu poznać dokładną kwotę, jaką będziemy zmuszeni zwrócić bankowi, należy zapytać w banku o RRSO, czyli o rzeczywistą roczną stopę oprocentowania. Ten wskaźnik uwzględnia już wszelkie opłaty i dodatkowe koszty związane z uruchomieniem kredytu. W naszym przykładzie RRSO wynosi więc 18%, podczas gdy nominalne oprocentowanie (to podawane w reklamach) – zaledwie 10%.

Kredyty, jak już wiemy, odgrywają bardzo ważną rolę w gospodarce. Pozwalają się jej rozwijać, a osoby fizyczne mogą dzięki nim kupować mieszkania czy budować domy, co także przyczynia się do wzrostu gospodarczego. Nie ma jednak wątpliwości, iż decyzja o zaciągnięciu każdego kredytu musi być bardzo dobrze przemyślana. Może się bowiem okazać, że skuszeni pozornie tanim kredytem, tak naprawdę zapłacimy za niego o wiele więcej, niż się spodziewamy.

Zadanie konkursowe nr 3: „Kalkulator kredytowy”

Pani Kwiatkowska zamierza wyremontować kuchnię i w związku z tym planuje zaciągnąć kredyt gotówkowy na sumę 10 000 zł, którą chce oddać bankowi w ciągu jednego roku. Zgodnie z informacją na plakacie reklamowym banku oprocentowanie kredytu jest bardzo korzystne i wynosi 7% w skali roku. Małym drukiem dopisano, że RRSO wynosi 16%. Policz, jaki jest całkowity koszt kredytu, który chce zaciągnąć pani Kwiatkowska.



Zawód dla Ciebie

Lekarz medycyny

Lekarz zajmuje się leczeniem ludzi. Chociaż w tym zawodzie można wyróżnić wiele specjalizacji, do obowiązków większości lekarzy należy diagnozowanie chorób i dobór odpowiednich metod leczenia oraz profilaktyki. Droga, którą trzeba przebyć, aby zdobyć uprawnienia do wykonywania tego zawodu, jest bardzo długa. Przede wszystkim niezbędna jest doskonała znajomość anatomii człowieka i procesów, jakie zachodzą w jego ciele. Większość osób, które marzą o leczeniu innych, często od najmłodszych lat pilnie uczy się biologii i chemii. Wiedza w tym zakresie jest przepustką do rozpoczęcia studiów medycznych, trwających w Polsce 6 lat i kończących się przyznaniem dyplomu lekarza. Aby móc rozpocząć pracę w zawodzie, trzeba odbyć trzynastomiesięczny staż podyplomowy. Jednak to nie koniec nauki! Dalszym etapem jest zdobycie pierwszego i drugiego stopnia specjalizacji, co jest możliwe dopiero po ukończeniu kolejnych 5–6 lat szkolenia w danej dziedzinie medycyny. Sama wiedza jest jednak niewystarczająca. Lekarz musi posiadać zdolność kojarzenia i łączenia różnych objawów zgłaszanych przez pacjenta z informacjami na temat chorób. Dobrze, aby był osobą otwartą, która potrafi zrozumieć pacjentów i zdobyć ich zaufanie. Ponadto jest to praca wymagająca odporności psychicznej, gdyż lekarz na co dzień ma do czynienia z ludźmi chorymi, często również umierającymi.

Specjalista ds. marketingu

To osoba, która zawodowo zajmuje się marketingiem. W powszechnym użyciu funkcjonuje również określenie marketingowiec. Do głównych zadań marketingowca należy prowadzenie badań marketingowych, budowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa oraz przygotowywanie kampanii reklamowych. Dlatego bardzo ważną umiejętnością, którą musi posiadać, jest umiejętność właściwego rozpoznania i wyobrażenia sobie, jaki przekaz najbardziej spodoba się grupie docelowej, czyli osobom, do których skierowane są działania promocyjne. Obowiązkiem specjalisty do spraw marketingu często jest również przygotowanie firmowych gadżetów oraz organizacja udziału przedsiębiorstwa w targach promocyjnych i innych wydarzeniach branżowych. Praca ta wymaga pomysłowości i umiejętności tworzenia nietypowych rozwiązań. Bardzo dobrze odnajdują się w niej osoby, które mają zdolności artystyczne, śledzą bieżące trendy i orientują się w obowiązującej modzie. Co więcej, w pracy specjalisty do spraw marketingu istotna jest także zdolność łatwego nawiązywania kontaktu z ludźmi, nawet w przypadku większych wystąpień publicznych. Dużym atutem jest także poczucie humoru.



Erudyta

czyli ciekawostki
różnej maści...

O tym, że reklama jest dźwignią handlu, słyszał każdy, ale czy wiesz, że...

Kiedyś wielkie zainteresowanie budziły reklamy radiowe. Obecnie najpopularniejsze są reklamy telewizyjne, jednak coraz większą popularność zyskuje też internet. Eksperci przewidują, że przed upływem trzech lat to właśnie sieć internetowa będzie najczęściej wykorzystywanym kanałem marketingowym.

Według naukowców z California State University przeciętny 65-letni Amerykanin zobaczył w ciągu całego życia około 2 miliony reklam telewizyjnych.

W reklamach wykorzystuje się tak zwany „efekt ekspozycji”. Na czym on polega? Jak dowodzą eksperymenty psychologiczne, wielokrotne przedstawianie określonego bodźca, którym w przypadku reklam jest promowany produkt, wzbudza u odbiorców pozytywne odczucia z nim związane.

Nowojorski Times Square i londyński Piccadilly Circus są uważane za centra reklamy wizualnej. Są to place i jednocześnie skrzyżowania ulic, na których koncentruje się głównie ruch pieszych, ale także samochodowy. Reklamy świetlne i billboardy znajdujące się na okolicznych budynkach są widoczne dla milionów ludzi: przez Times Square przechodzi codziennie 300 tysięcy pieszych, a 200 tysięcy osób przejeżdża samochodami, zaś Piccadilly Circus odwiedzają tygodniowo około 2 miliony osób.

Neuromarketing zajmuje się między innymi wykorzystaniem wiedzy na temat zachowania człowieka i działania jego mózgu do poprawy skuteczności przekazu reklamowego.

Super Bowl, czyli finałowy mecz o mistrzostwo w futbolu amerykańskim, który w tym roku odbył się 1 lutego, cieszy się ogromną popularnością nie tylko ze względu na swoją atrakcyjność sportową, ale i marketingową. W czasie przerw emitowane są spoty reklamowe marek znanych na całym świecie. Za 30 sekund reklamowego czasu antenowego trzeba zapłacić od 4 do 4,5 miliona dolarów.

Specjalnie zaprojektowane maskotki często są sposobem promowania różnego rodzaju wydarzeń, np. mistrzostw świata czy Europy w piłce nożnej. Sposób ten jest wyjątkowo popularny w Japonii, gdzie maskotki nazywane „yuru-kyara” reklamują wszystko – począwszy od kosmetyków, poprzez jedzenie i linie kolejowe, a skończywszy na miastach i prefekturach, czyli japońskich województwach. Rekordzistą pod względem liczby maskotek promujących miasto jest Osaka, którą reklamuje około 45 różnych stworów.

Wyniki badań przeprowadzonych kilka lat temu przez Uniwersytet York sugerują, że amerykańskie koncerny farmaceutyczne przeznaczają niemal dwa razy więcej pieniędzy na reklamę (nieco ponad 24% przychodów) niż na badania nad lekami (niewiele więcej niż 13% przychodów).

Media społecznościowe, a wśród nich Facebook, Instagram czy Twitter, są potężnymi narzędziami marketingowymi i odgrywają ważną rolę w kształtowaniu nawyków zakupowych. Ich wpływ jest szczególnie silny w Chinach, gdzie około 95% osób uczestniczących w badaniu rynku (w wieku od 16 do 45 lat) przyznało, że rozmowy prowadzone za pośrednictwem mediów społecznościowych wpłynęły na ich decyzje dotyczące zakupów online.

Według
raportu z 2013 roku w Pol-
sce najczęściej środków na reklamę
przeznaczają firmy z branży farmaceutycz-
nej i motoryzacyjnej (niemal po dwa miliardy
złotych rocznie), banki (około 1,2 miliarda złotych
rocznie) i firmy telekomunikacyjne, a wśród
nich głównie sieci komórkowe (nieco
mniej niż miliard złotych rocz-
nie).

Okno na świat

Według rankingu przygotowanego przez firmę Interbrand najcenniejszą marką w 2014 roku okazała się reprezentująca branżę elektroniczną marka Apple. Miejsce w pierwszej trójce wywalczyły także Google i Coca-Cola.

1 stycznia 2015 roku strefa euro powiększyła się o kolejny kraj – Litwę, która na rzecz euro zrezygnowała z dotychczasowej waluty – lita. Pamiętaj, jakie warunki musi spełnić kraj, aby przystąpić do strefy euro? Jeśli nie, wróć do 11. numeru „Ekonopedii” (*Polska w strefie euro?*).

Od grudnia 2014 roku szefem Rady Europejskiej, czyli instytucji wyznaczającej kierunek polityki Unii Europejskiej, jest polski polityk – Donald Tusk.

W dniach 21–24 stycznia 2015 r. odbyło się doroczne Światowe Forum Ekonomiczne w Davos (Szwajcaria), podczas którego przywódcy polityczni i liderzy światowego biznesu poszukiwali rozwiązań bieżących problemów gospodarczych i społecznych, m.in. postępującego rozwarstwienia, czyli zróżnicowania majątkowego pomiędzy biednymi a bogatymi.

Na początku stycznia tego roku Szwajcarski Bank Narodowy zaprzestał obrony minimalnego kursu wymiany franka do euro na poziomie 1,20. Do tej pory kurs wymiany franka szwajcarskiego w stosunku do euro był ustalony, zaś po jego uwolnieniu wartość tej waluty wzrosła o około 30%. Szczególnie boleśnie zmianę tę odczuwają Polacy, którzy zaciągnęli kredyt we frankach. Potrafisz wyjaśnić dlaczego? Jeśli masz problem z odpowiedzią, zajrzyj do 8. numeru „Ekonomiedii” (*Luksusowy jacht a kurs złotego*).

Fuzja, czyli na dobre i na złe w biznesie

Kiedy dwoje ludzi składa przysięgę małżeńską, deklarują oni sobie wzajemnie gotowość do wspólnego spędzenia zarówno dobrych, jak i złych chwil. Niestety zdarza się, że różnice charakterów czy poglądów okazują się zbyt duże, a więzy łączące małżonków niewystarczająco silne i dochodzi do rozwodu. Choć może się wydawać, że związki i rozstania są domeną romantycznych historii, biznesowe relacje między przedsiębiorstwami decydującymi się na fuzję przypominają miłosne dylematy zakochanych.

Fuzja to dobrowolne połączenie dwóch przedsiębiorstw. Połączenie takie oznacza, że spółki wcześniej działające niezależnie muszą stworzyć i zrealizować wspólną koncepcję przetrwania na rynku i osiągania zysków. Cele dokonania fuzji mogą być różnorodne, a wśród nich należy wymienić np. lepsze wykorzystanie posiadanych zasobów, większe zróżnicowanie produktów, poprawę konkurencyjności czy budowanie wizerunku. W niektórych przypadkach za fuzją przemawiają względy podatkowe.

Wyróżniamy dwa podstawowe typy fuzji – fuzje poziome i pionowe. Z fuzjami poziomymi mamy do czynienia, gdy łączące się przedsiębiorstwa wytwarzają podobne produkty i działają w tej samej branży. Wyobraź sobie dwie sąsiadujące ze sobą niewielkie restauracje – jedna serwuje kuchnię polską i włoską, druga głównie kuchnię francuską. Każda z nich musi zatrudnić personel do obsługi klientów, opłacić usługi biura księgowego, a przede wszystkim zainwestować w reklamę lokalu. Jeśli te dwa przedsiębiorstwa zdecydują się na połączenie, początkowo poniosą koszt nowej aranżacji wspólnego lokalu i opracowania nowych kart dań, ale w dłuższym okresie zmaleją koszty zatrudnienia i administra-



cji, a dotychczasowe wydatki na ulotki i banery reklamowe albo również ulegną zmniejszeniu, albo zostaną wykorzystane na dotarcie do szer-

Do nieudanych „związków” można zaliczyć fuzję Daimlera, niemieckiego producenta samochodów i amerykańskiego Chryslera. Celem fuzji miało być wzmocnienie pozycji przedsiębiorstw zarówno w Stanach Zjednoczonych, jak i w Europie, jednak po 10 latach prób zbudowania wspólnej wizji, w 2007 roku, przedsiębiorstwa się rozstały. Samochody oferowane przez obie firmy i klienci, do których kierowano ofertę, byli bardziej zróżnicowani, niż początkowo oczekiwano, przez co niemożliwe okazało się stworzenie jednej koncepcji działania. Zamiast cieszyć się ze wzmocnionej pozycji na rynku europejskim i amerykańskim, zmagano się z trudnościami finansowymi.

szej grupy potencjalnych klientów. Dzięki fuzji dwie małe restauracje mają możliwość zróżnicowania menu, obniżenia kosztów prowadzenia działalności oraz poprawy swojej pozycji na lokalnym rynku.

W teorii, mówiąc o tego rodzaju korzyściach wynikających z fuzji, używa się określenia „efekt synergii”. Uważni Czytelnicy powinni pamiętać to pojęcie z *Leksykonu* z 10. numeru „Ekonopedii”. Synergia polega na tym, że dzięki współdziałaniu osiągnięty efekt jest większy niż suma wyników uzyskiwanych przez każde z przedsiębiorstw z osobna. W rezultacie fuzji przedsiębiorstwa mogą zredukować koszty, obsłużyć klientów z różnych segmentów rynku i zaoferować im szerszy asortyment produktów, dzięki czemu ich pozycja rynkowa wzmacnia się.

Z kolei fuzja pionowa to połączenie przedsiębiorstw zajmujących się przygotowaniem tego samego produktu, ale na różnych etapach procesu wytwórczego. Pomyśl o dwóch niewielkich zakładach współpracujących w procesie produkcji krzeseł. Zakład stolarski przygotowuje drewniane stelaże krzeseł, które kupuje zakład tapicerski, zajmujący się obijaniem mebli materiałami. Jeśli stolarz i tapicer dobrowolnie podejmą decyzję o połą-

Przykładem fuzji zakończonej sukcesem było połączenie największej na świecie wytwórni filmowej – Walt Disney Pictures – i amerykańskiej wytwórni komputerowych filmów animowanych Pixar. Oba przedsiębiorstwa współpracowały od około 1990 roku, a decyzja o formalnym połączeniu sił, które nastąpiło 16 lat później, była konsekwencją korzystnych rezultatów wspólnych działań. Dzięki zacieśnieniu relacji Pixar zaczął produkować dwa razy więcej filmów dla dzieci, wykorzystując disneyowskie doświadczenie w zakresie dziecięcego marketingu, co przyczyniło się do umocnienia wspólnej pozycji rynkowej obu firm.

Kiedys rycerz mógł porwać pannę, która mu się podobała, i zmusić ją do małżeństwa, jednak w świetle współczesnego prawa taki związek byłby nieważny. Tymczasem w świecie biznesu możliwe jest połączenie przedsiębiorstw poprzez przejście, które polega na uzyskaniu kontroli przez silniejsze przedsiębiorstwo nad słabszym. Do przejścia najczęściej dochodzi, gdy jedna ze spółek wykupuje odpowiednio dużą liczbę udziałów drugiej spółki, przez co zyskuje nad nią kontrolę. Zdarza się, że zarząd i rada nadzorcza słabszej spółki nie godzą się na zakup akcji przez silniejsze przedsiębiorstwo. Jeśli mimo ich wyraźnego sprzeciwu dochodzi do transakcji, mamy do czynienia z wrogim przejściem.

czeniu sił, będzie to przykład fuzji pionowej. W wyniku połączenia oba przedsiębiorstwa będą miały większą kontrolę nad etapami procesu produkcji. Z perspektywy zakładu stolarskiego ten rodzaj fuzji nazywa się fuzją pionową w górę. Oznacza to, że do połączenia dochodzi z dotychczasowym odbiorcą, czyli zakładem tapicerskim. Jeśli jednak zakład stolarski zacieśniłby w ten sposób współpracę z producentem drewna, doszłoby do fuzji pionowej w dół, czyli do połączenia z dotychczasowym dostawcą.

Chociaż korzyści wynikające z przeprowadzenia fuzji stanowią kuszącą perspektywę, ich osiągnięcie nie zawsze jest proste. Należy ustalić zasady funkcjonowania związku biznesowego, co wymaga czasu i zaangażowania obu stron. Niestety zdarza się, że początkowy entuzjazm i wizja wspólnych korzyści szybko ulatniają się z powodu zbyt istotnych różnic między przedsiębiorstwami. Inna kultura organizacyjna, inne style inwestowania i obsługi klientów powodują, że wspólna przyszłość jawi się w czarnych barwach. Dlatego ważnym elementem, decydującym o sukcesie fuzji, jest podobna strategia biznesowa łącząca spółki. Co więcej, eksperci zgodnie twierdzą, że fuzje, które zostały zrealizowane w krótkim czasie i bez odpowiedniego okresu przygotowawczego, z reguły kończą się niepowodzeniem. Wniosek nasuwa się więc sam: podobnie jak w przypadku małżeństwa, w biznesie warto poświęcić czas, by dobrze poznać partnera i nie ryzykować kosztownego rozwodu.

Zadanie konkursowe nr 4:

„Pracownicze” sudoku

Zadanie konkursowe polega na wypełnieniu poniższego diagramu o wymiarach 9x9 krutek w taki sposób, aby w każdym wierszu, w każdej kolumnie i w każdym z dziewięciu pogrubionych kwadratów 3x3 znalazło się po jednej literce ze słowa PRACOWNIK. Litery z kolorowych pól, czytane rzędami, utworzą rozwiązanie.

P	K				C	I		
		A	N	I			P	
C	O			A				
O	C	R				W		
	P						A	
		W				K	C	P
				C			W	O
	R			P	W	N		
		C	A				R	I

Zadanie konkursowe nr 5:

Rebus



R = N



~~ST~~



S = B