

NUMER 15

MAGAZYN MŁODEGO MENEDŻERA

EKONOPEDIA

WWW.EKONOPEDIA.PL



Ekonomiczny Uniwersytet Dzieci

www.uniwersytet-dzieci.pl

Organizatorzy
lokalni:



Organizator:



Partner strategiczny:

NBP

Narodowy Bank Polski

Wstępniak

– Aśka! Słuchaj, szukam komandosa do spółki! Masz jakieś pieniądze? – spytał Filip, gdy dziewczynka ledwie weszła do klasy.

– Zdaje się, że czytałeś już najnowszy numer „Ekonopedii”. Szkoda, że niedokładnie – zganiła Aśka kolegę i, wyciągając z tornistra Magazyn Młodego Menadżera, poprawiła Filipa: – Nie komandosa, tylko komandytariusza (*Odpowiedzialność w spółce komandytowej*, s. 8).

– Nieważne. Masz jakieś pieniądze? – Filip powtórzył swoje pytanie.

– Mam, ale ci nie dam – Aśka stanowczo odmówiła. – Zgodnie z moim noworocznym postanowieniem chcę codziennie wrzucać do skarbonki dwa złote, żeby za rok za zaoszczędzone pieniądze kupić rodzicom prezenty – wyjaśniła.

– Ja sobie postanowiłem, że będę najlepszym uczniem w szkole – pochwalił się Filip.

– Naprawdę? – zdziwiła się Aśka. – Przecież w zeszłym roku z trudem dostałeś trójkę z matematyki! Lepiej skup się na rachunkach i wymyśl cel, który masz szansę osiągnąć (*Noworoczne postanowienia w zgodzie z koncepcją SMART*, s. 14) – poradziła.

– Chyba masz rację – przyznał Filip.

– Mogę zobaczyć? – przerwał im Kamil, który chciał przejrzeć „Ekonopedię”.

– Jasne – Aśka podała mu magazyn.

– PKB realny i nominalny (*Czym różni się nominalny PKB od realnego*, s. 22)? – Kamil był wyraźnie zaskoczony treścią kolorowej gazety.

– Hossa (*Leksykon*, s. 7), dojne krowy w przedsiębiorstwach (*Po co przedsiębiorstwom dojne krowy?*, s. 4)? – O czym wy czytacie? – nie mógł zrozumieć.

– „Ekonopedia” to kwartalnik, z którego można dowiedzieć się wiele o ekonomii – zaczęła Aśka, doskonale odnajdując się w roli mentora. – PKB to produkt krajowy brutto, którego wartość nominalna i realna różnią się od siebie, na co wpływają zmiany cen – kontynuowała, robiąc najmądrzejszą ze znanych sobie min. – Hossa to określenie giełdowego wzrostu, a dojne krowy to dochodowe produkty – wyjaśniła.

– Zobacz, możesz poczytać o najbogatszych ludziach na świecie (*Erudyta*, s. 20) i dowiedzieć się, jak pracować bez nadzoru szefa (*Cena niezależności, czyli jak pracuje freelancer*, s. 16).

A dla gimnastyki umysłu możesz rozwiązać zadania konkursowe i wylosować dzięki temu ciekawe nagrody (*Konkurs*, s. 3) – dodał Filip, chcąc zainteresować kolegę.

– Chłopaki, a pamiętacie o oddaniu swojego głosu w wyborach do samorządu szkolnego? – spytała Aśka z przejęciem.

– Jasne, że tak. Zaraz to zrobię, bo wiem, że każdy głos się liczy (*Bajka o liczącym się głosie*, s. 10) – odparł Filip – A czemu tak cię to interesuje?

– Bo wiesz, jestem kandydatką – z dumą odpowiedziała dziewczynka. – Zgłosiłam swoją kandydaturę i zostałam zaproszona do kolejnego etapu, na spotkanie z dotychczasowym samorządem – wyjaśniła. – Zadawali mi mnóstwo pytań, prawie jak rekruterzy (*Zawód dla Ciebie*, s. 19) na rozmowie kwalifikacyjnej (*Słowniczek*, s. 13).

– Naprawdę? Nie wiedziałem! Super, masz mój głos! – obiecał Filip i w tym momencie zadzwonił dzwonek rozpoczynający lekcję.



Drodzy Czytelnicy!

Serdecznie gratulujemy wszystkim uczestnikom konkursu, którzy rozwiązyli zadania z 14. 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, są: Weronika Antkiewicz, Szymon Florek oraz Krzysztof Siekierski. Gratulujemy!

Poprawne rozwiązania zadań konkursowych z numeru 14. zostały opublikowane na stronie www.ekonopedia.pl.

Zapraszamy Was do udziału w kolejnym konkursie. W tym numerze „Ekonopedii” odnajdziecie 5 zadań konkursowych wraz ze szczegółową instrukcją ich wykonania.

Oto lista zadań:

- Zadanie konkursowe numer 1: Gwiazdy biura podróży
- Zadanie konkursowe numer 2: Niebajkowe wybory
- Zadanie konkursowe numer 3: Noworoczne SMART postanowienia
- Zadanie konkursowe numer 4: Kalendarz freelancera
- Zadanie konkursowe numer 5: Krzyżówka

Czytelnicy, którzy do 21 marca 2016 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. Zachęcamy Was do aktywnego udziału w naszych konkursach, dzięki którym możecie sprawdzić swoją wiedzę i umiejętności.

Rozwiązania należy przesłać internetowo, na adres mailowy:

konkurs@uniwersytet-dzieciacy.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 24 marca 2016 roku, a lista zwycięzców zostanie opublikowana na stronie www.ekonopedia.pl

Zachęcamy Was do wzięcia udziału w zabawie! Powodzenia!

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

Zespół redakcyjny:
 Marcin Dąbrowski, Małgorzata Marchewka, Albert Tomaszewski
 Autorzy artykułów:
 Małgorzata Marchewka (2-7, 10-15, 18-21, 24),
 Wioletta Nogaj (8-9, 22-23), Zofia Wróbel (16-17)
 Redakcja językowa: Paulina Mróz, Karolina Pawlaczyk
 Współpraca: Piotr Cuch
 ISBN: 978-83-63127-21-3
 Nakład: 1200 egzemplarzy

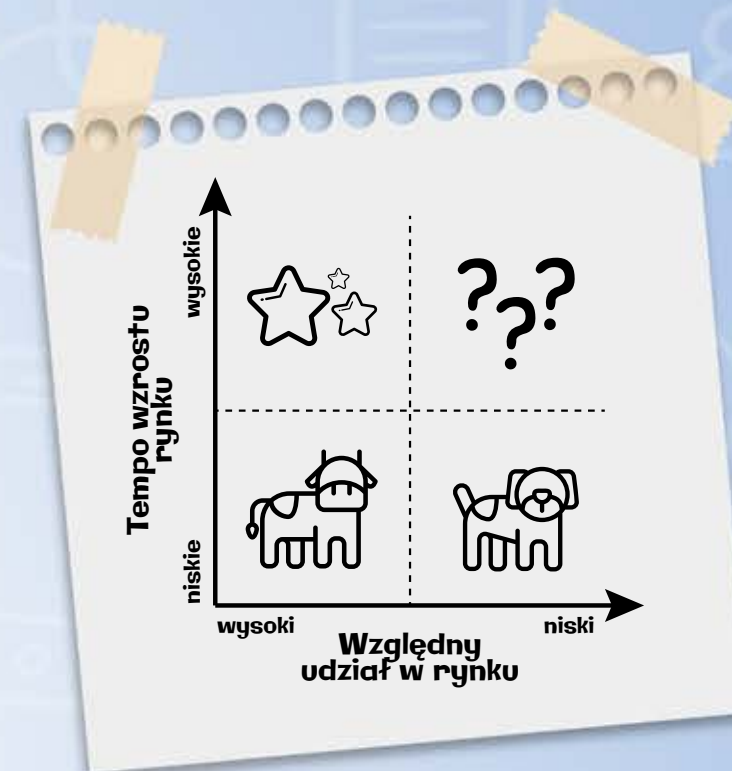
Po co przedsiębiorstwom dojne krowy?



Wytyczenie strategii jest jednym z podstawowych zadań szefów przedsiębiorstw. Cele i plany dotyczą różnych obszarów działalności, a także poszczególnych produktów. Narzędziem przydatnym do wytyczenia strategii produktowej jest tak zwana macierz BCG. Ten sposób analizy portfela produktów, czyli zestawu wszystkich produktów oferowanych przez przedsiębiorstwo, został opracowany przez jedną z najbardziej doświadczonych amerykańskich firm doradczych – Boston Consulting Group, a po raz pierwszy zastosowano go w 1969 roku. Chociaż współczesny świat biznesu znacznie różni się od tego sprzed niemal

pół wieku, warto wiedzieć, jakie wnioski na temat produktów pozwala wyciągnąć zastosowanie tej metody.

Macierz BCG pozwala wyodrębnić cztery zasadnicze kategorie produktów (znaki zapytania, dojne krowy, gwiazdy i psy) w oparciu o dwa kryteria (względny udział przedsiębiorstwa w rynku i tempo wzrostu rynku). Na tej podstawie możliwe jest wybranie odpowiedniej strategii produktowej, obejmującej między innymi zakres działań promocyjnych, takich jak prowadzenie kampanii reklamowej, oraz prace nad rozwojem, czyli udoskonalaniem produktu.



- **dojne krowy** – produkty o wysokim relatywnym udziale w rynku, który charakteryzuje się niskim tempem wzrostu,
- **gwiazdy** – produkty o wysokim relatywnym udziale w rynku, który charakteryzuje się wysokim tempem wzrostu,
- **znaki zapytania** – produkty o niskim relatywnym udziale w rynku, który charakteryzuje się wysokim tempem wzrostu,
- **psy** – produkty o niskim relatywnym udziale w rynku, który charakteryzuje się niskim tempem wzrostu.

Chociaż taki podział produktów może wydawać się zabawny, zaraz przekonacie się, że może być bardzo pomocny przy wytyczaniu strategii produktowej.

Dojne krowy stanowią podstawę działalności przedsiębiorstwa. Wysoki relatywny udział przedsiębiorstwa w rynku świadczy o jego o mocnej pozycji i oznacza, że wystarczającym celem promocji jest utrzymanie tej pozycji. Nie ma potrzeby walki o rzesze nowych klientów, zwłaszcza że rynek jest stabilny i z roku na rok poziom sprzedaży niewiele się zmienia. Głównym zadaniem jest więc utrzymanie dotychczasowego stanu rzeczy i czerpanie korzyści ze sprzedaży. Stąd też nazwa „dojne krowy”.

Inaczej jest w przypadku gwiazd, których pozycja w stosunku do produktów konkurencji jest mocna, ale rynek wciąż się rozwija i rośnie liczba osób zainteresowanych ich zakupem. Chcąc wykorzystać potencjał rynku i przyciągnąć nowych klientów, przedsiębiorstwo musi zadbać, aby produkt wyróżniał się na tle konkurencji. W związku z tym ważna jest promocja, której adresatami są nie tylko aktualni, ale również nowi klienci. Ponadto realizacja strategii wymaga poświęcenia nakładów na udoskonalanie oferty i dopracowanie produktu. Gwiazdy to hity sprzedażowe, które w przyszłości, w miarę stabilizacji rynku, mają szansę stać się dojnymi krowami.

Rozwój produktu i nasilona kampania reklamowa to działania, które mogą sprawdzić się również w przypadku „znaków zapytania”. Mogą, ale nie muszą, ponieważ kluczowa jest decyzja, czy inwestować w produkty z tej kategorii, czy nie. Z jednej strony rozwijający się rynek

Ocena względnego udziału w rynku polega na porównaniu przychodów ze sprzedaży konkretnych produktów z przychodami osiąganymi ze sprzedaży podobnych produktów przez najsilniejszego konkurenta. Jeśli własne przychody przewyższają przychody rywala, wówczas mówimy o wysokim względnym udziale przedsiębiorstwa w rynku. W przeciwnym razie jest on oceniany jako niski.

Z kolei określenie tempa wzrostu rynku wymaga oszacowania, czy w stosunku do poprzedniego okresu obecnie sprzedano więcej czy mniej produktów. Uważni Czytelnicy na pewno pamiętają, jak policzyć tempo zmian przychodów ze sprzedaży i zysku netto („Ekonopedia” nr 14, *Jak ocenić sprzedaż*). Tempo zmian wielkości rynku oblicza się w podobny sposób: zestawiając różnicę pomiędzy aktualnym i przeszłym wynikiem z wartością z wcześniejszego okresu. Przyjmuje się, że jeśli tempo wzrostu przekracza 10 procent, jest ono wysokie, a rynek rozwija się. Natomiast niskie tempo wzrostu, nieprzekraczające 10 procent, oznacza, że rynek jest stabilny i dojrzały. Trzeba pamiętać, że wartość graniczna zależy od branży. Na przykład w przypadku tak zwanych produktów szybkozbywalnych, takich jak żywność czy środki czystości, tempo wzrostu rynku na poziomie 4 lub 5 procent jest uznawane za szybkie. Tak jak zilustrowano to na diagramie, na podstawie dwóch opisanych kryteriów produkty są klasyfikowane do jednej z czterech grup:

kusi swoim potencjałem, jednak z drugiej konkurencja wyraźnie lepiej radzi sobie ze zdobywaniem klientów, czego dowodzi niski relatywny udział w rynku. W takiej sytuacji przedsiębiorstwo może dołożyć wszelkich starań, by wypromować produkt i wzmocnić pozycję rynkową, albo wręcz przeciwnie – całkowicie go wycofać.

Ta druga opcja jest najczęściej stosowaną strategią w przypadku psów. Są to produkty, na które popyt ustabilizował się, a klienci częściej wybierają podobne towary z oferty konkurentów.

Ponieważ szansa na zwiększenie sprzedaży jest niewielka, koszt walki o lepszą pozycję na rynku zazwyczaj przewyższa korzyści, które można osiągnąć. Dlatego zwykle przedsiębiorstwa decydują się na wycofanie psów z rynku.

W dynamicznym świecie dzisiejszego biznesu macierz BCG jest podstawowym narzędziem wykorzystywanym w zarządzaniu strategicznym. Stanowi ona stosunkowo prostą metodę przydatną przy analizie portfela produktów.

Zadanie konkursowe numer 1:

Gwiazdy biura podróży

Pewne biuro podróży specjalizuje się w organizowaniu wczasów krajowych. Pod tym względem znacznie prześciga konkurencję, jednak tempo wzrostu rynku wczasów krajowych jest niskie. Tymczasem zdecydowanie rośnie zainteresowanie wycieczkami objazdowymi szlakiem historycznych zamków i pałaców oraz popyt na takie wycieczki. W organizacji tego rodzaju wypożyczynki biuro również dominuje nad rywalami, a jego względny udział w rynku jest wysoki. Znacznie gorzej w stosunku do konkurencji biuro radzi sobie ze sprzedażą weekendowych wyjazdów narciarskich, a dodatkowo rynek tego rodzaju wyjazdów praktycznie w ogóle się nie rozwija.

Zastanów się i wskaż, który produkt z oferty opisanego biura podróży jest gwiazdą. W rozwiązaniu zadania zaproponuj hasło reklamowe i krótko (maksymalnie w 5 zdaniach) opisz sposób, w jaki biuro może promować swoją gwiazdę.

Leksykon

Sponsorem bieżącego numeru jest literka H

HOSSA

Pojęcie służące do opisu sytuacji na giełdzie. Oznacza długotrwały wzrost kursu giełdowego papierów wartościowych lub cen towarów notowanych na giełdzie.

HOLDING

Forma powiązań między samodzielnymi spółkami, spośród których jedna pełni dominującą rolę, kontrolując działalność pozostałych. Jest to możliwe dzięki zależnościom kapitałowym (np. spółka dominująca jest właścicielem części akcji innych spółek) lub personalnym (np. ta sama osoba pełni ważne funkcje w kilku spółkach należących do holdingu). Jednym z największych holdingów w Polsce jest Kulczyk Investments.

HURTOWNIK

Zajmuje się handlem masowym. Odbiera od producenta duże ilości towaru, a następnie sprzedaje go detalistom, którzy oferują klientom pojedyncze sztuki produktów.

HEDGING FINANSOWY

To metoda ochrony przed ryzykiem kursowym (czyli, inaczej mówiąc, ryzykiem wynikającym z wahań kursu jednej waluty w stosunku do innej). Jeśli masz wątpliwości, na czym polega ryzyko kursowe, zajrzyj do 8. numeru „Ekonopedii” i poszukaj artykułu pt. *Luksusowy jacht a kurs złotego*. Metoda ta polega na zabezpieczeniu własnych interesów poprzez zajęcie pozycji przeciwstawnej do obecnej. Na przykład eksporter, który prowadzi swoje rachunki w złotych, a płatności otrzymuje w euro, osiągnie niższe przychody, jeśli wartość euro w stosunku do złotego spadnie. W tej sytuacji zajęcie przeciwstawnej pozycji będzie polegało na zaciągnięciu kredytu w euro, dzięki czemu w przypadku spadku wartości euro rata kredytu w przeliczeniu na złote zmaleje. W efekcie spadek przychodów zostanie częściowo zrównoważony. Hedging finansowy spowoduje, że wahania kursu wpłyną zarówno na wartość należności eksportera, jak i jego zobowiązań.

HEURYSTYKI WYDAWANIA SĄDÓW

Są to uproszczone reguły wnioskowania. Innymi słowy są to schematy myślenia „na skróty”. Ludzie posługują się nimi bezwiednie, szybko i bez zastanowienia, radząc sobie w ten sposób z natłokiem otaczających ich informacji. Nieistety opinie formułowane na podstawie heurystyk mogą być błędne przez to, że nie wszystkie informacje zostają uwzględnione. Przykładem jest efekt halo, który polega na tym, że na podstawie pierwszego wrażenia – pozytywnego lub negatywnego – przypisujemy często danej osobie wyłącznie dobre lub złe cechy.

HR

(z angielskiego *Human Resources*, czyli zasoby ludzkie) to dział przedsiębiorstwa zajmujący się rekrutacją, selekcją, szkoleniem, motywowaniem, zwalnianiem, a także pełną obsługą kadrowo-płacową pracowników. Innymi słowy, jest to dział prowadzący politykę personalną.

Odpowiedzialność w spółce komandytowej

Chociaż wiem, że wiernych Czytelników „Ekonopedii” nic nie jest w stanie przerazić, to jednak musicie przyznać, że na sam dźwięk wyrażenia „spółka komandytowa” można poczuć się niepewnie. Rzeczywiście, termin ten brzmi obco i sugeruje, że może kryć się za nim jakaś bardzo trudna do zrozumienia i strasznie skomplikowana kwestia, a na dodatek z pewnością okropnie nudna. Zdradzę Wam, że i ja tak myślałam, kiedy pierwszy raz zetknęłam się z tym pojęciem. Okazało się jednak, że nie taki diabeł straszny, jak go malują, a sama spółka komandytowa jest jednym z ciekawszych rodzajów spółek, które występują w biznesie. Zanim jednak wyjaśnię Wam, czym jest taka spółka, i przede wszystkim opowiem o roli, jaką pełnią w niej wspólnicy, posłuchajcie pewnej historii, która przydarzyła mi się jeszcze w czasach szkolnych.

Jedną z moich najlepszych przyjaciółek w szkole podstawowej była Agata. Świetnie się ze sobą dogadywałyśmy i bardzo lubiłyśmy spędzać razem czas. Jedną z naszych ulubionych rozrywek było chodzenie po szkole na lody. Oczywiście nie chodziłyśmy na nie codziennie, ale przynajmniej raz w tygodniu zjadaliśmy się tymi smakołykami. Chętnie bywałybyśmy tam częściej, ale moje kieszonkowe na to nie pozwalało. Trochę się tego wstydziłam, a jednocześnie zazdrościłam Agacie, gdyż ona zawsze dostawała większe kieszonkowe ode mnie. Kiedy po raz kolejny musiałam znaleźć jakiś wykręt, aby wyjaśnić, dlaczego nie mogę z nią pójść na lody, wpadłam na pewien pomysł. Już od dłuższego czasu, mijając w drodze do szkoły naszą ulubioną lodziarnię, obserwowałam, jak jej właścicielka – sympatyczna pani Jadzia – trzusi się z samego rana ustawianiem stolików na zewnątrz, zamiataniem podłogi czy wystawianiem kolorowych banerów reklamowych. Któregoś dnia zaproponowałam, że mogę jej w tym pomagać, z czego bardzo się ucieszyła. Pani Jadzia, wiedząc, że bywam u niej regularnie z moją koleżanką, zaproponowała w zamian za pomoc zniżkę na lody. Trzeba było widzieć



minę Agaty, kiedy dwa dni później wybrałyśmy się do lodziarni, a rachunek było o połowę niższy niż zwykle. Kiedy wyjaśniłam swojej przyjaciółce, czemu zawdzięczamy zniżkę, postanowiła wspólnie z jej kieszonkowego podzielić sprawiedliwie na połowę i na lody będziemy chodzić dwa razy w tygodniu. To, co zrobiłyśmy z Agatą, było zawiązaniem spółki komandytowej, choć żadna z nas wówczas tego nie wiedziała. Czym więc jest taka spółka i jaką rolę pełnią w niej poszczególni wspólnicy?

Historia spółki komandytowej rozpoczyna się w XI wieku, kiedy to we Włoszech upowszechnił się zwyczaj powierzania przez zamożnych kupców części swoich towarów lub środków pieniężnych tzw. kupcom morskim. Kupcami morskimi byli podróżnicy, którzy przemierzali szlaki handlowe i podczas tych podróży pomnażali powierzone im środki. Po powrocie dzielili się wypracowanymi zyskami z osobami, które przekazały

im swoje zasoby. Umowa, którą zawierali, nosiła nazwę *accomanditaria* i szybko rozpowszechniła się także w handlu lądowym. Z biegiem czasu tego rodzaju umowy przybrały bardziej złożone formy, aż wreszcie wykształciła się oddzielna struktura organizacyjna, którą dziś nazywamy spółką komandytową.

Najbardziej charakterystyczną cechą tego typu spółki jest istnienie dwóch rodzajów wspólników, którzy bardzo się od siebie różnią ze względu na funkcję, jaką pełnią. Jeden ze wspólników nazywany jest komandytariuszem. Jego rola, mówiąc w dużym uproszczeniu, ogranicza się do tego, że zapewnia on kapitał na działanie spółki, natomiast sam pozostaje bierny i nie angażuje się w jej działalność ani nie reprezentuje spółki wobec innych podmiotów. Ze względu na fakt, iż wspólnik ten praktycznie nie ma wpływu na działanie spółki, jego odpowiedzialność jest ograniczona tylko do wysokości wkładu, który do niej wniósł. Ważne jest to, że przy powoływaniu spółki komandytowej określa się kwotę, do jakiej odpowiada komandytariusz, i kwota ta jest w praktyce równa wniesionemu przez niego wkładowi. Komandytariuszami byli więc bogaci średniowieczni kupcy, którzy do spółki zawieranej z kupcami morskimi wnosili swój majątek. W przypadku niepowodzenia w interesach komandytariusze ryzykowali stratę całego wniesionego wkładu, ale nie mogli być ściągani np. za długi, które w imieniu spółki zaciągnął kupiec morski, niezależnie od ich wysokości.

Drugim rodzajem wspólnika w spółce komandytowej jest komplementariusz. Jest on stroną aktywną w spółce – prowadzi jej sprawy i reprezentuje ją na zewnątrz wobec innych podmiotów. Przywilej kierowania spółką ma jednak swoją cenę – jest nią nieograniczona odpowiedzialność komplementariusza. Oznacza to, że jeśli spółka popadnie w kłopoty finansowe lub zbankrutuje, właśnie komplementariusz zobowiązany jest do pokrycia wszystkich strat i należności. Odpowiada w tym zakresie całym swoim majątkiem, w odróżnieniu do komandytariusza, który – jak już wiadomo – odpowiada tylko do wysokości własnego wkładu.

W rzeczywistości zagadnienia odpowiedzialności poszczególnych wspólników spółki są zwykle bardziej skomplikowane niż te opisane powyżej.

W realnie działających spółkach komandytowych bardzo ważną kwestią jest ustalenie wysokości kapitału, do jakiej odpowiada swoim majątkiem komandytariusz. W momencie zakładania spółki kwota ta musi zostać precyzyjnie określona w umowie. Jeśli komandytariusz wniesie do spółki niższy wkład niż określony w umowie, a spółka zbankrutuje, odpowiada on do wysokości wkładu zapisanego w umowie, a nie do wysokości realnie wniesionej do spółki kwoty. W tym przypadku może więc stracić więcej niż zdążył wnieść. Z drugiej strony może się zdarzyć sytuacja, gdy pomimo bankructwa spółki komplementariusz nie poniesie start ze swojego majątku prywatnego. Jest to możliwe, gdyż spółka komandytowa jako byt prawny również posiada swoje aktywa, które są niezależne od majątku prywatnego tworzących ją wspólników (komandytariusza i komplementariusza). Te aktywa powstają w wyniku działalności spółki. W przypadku bankructwa spółki wszelkie roszczenia zaspokajane są w pierwszej kolejności z majątku spółki, a dopiero następnie z majątku prywatnego komplementariusza. Teoretycznie możliwe jest więc, że majątek spółki (np. nieruchomości) pokryje całość zobowiązań wynikających z jej upadku i komplementariusz nie będzie narażony na utratę osobistego majątku. Istotne jest także to, że w spółkach komandytowych może być jednocześnie wielu komandytariuszy i komplementariuszy, przy czym mogą to być nie tylko osoby fizyczne, ale również inne podmioty gospodarcze.

W biznesie o spółkach komandytowych mówi się często, że odzwierciedlają stosunki pomiędzy bogatym teściem a ubogim zięciem. Jest to analogia do sytuacji, gdy ubogi, ale kreatywny i pełny pomysłów zięć wchodzi do bogatej rodziny, dysponującej odpowiednim kapitałem. Bogaty teść powierza mu swoje aktywa i następnie razem czerpią zyski z działalności spółki, choć faktycznie bieżące kierowanie jest w rękach zięcia. Na koniec mała zagadka. Kto w mojej przyjacielskiej spółce z Agatą był komplementariuszem, a kto komandytariuszem? Potraficie odpowiedzieć?

W Polsce funkcjonuje obecnie około 16 tysięcy spółek komandytowych.



Bajka o liczącym się głosie



Za górami, za lasami żył król Ksawery, który od niedawna władał Królestwem Króla Ksawerego. Tak, to nie jest żadna pomyłka! Nazwa królestwa zmieniała się, gdy zmieniał się jego władca, co miało służyć podkreśleniu, że to właśnie panujący król podejmuje decyzje i rządzi wedle własnego uznania.

Król Ksawery objął władzę po królu Leonie, za którego panowania nazwa krainy brzmiała – tak, dobrze się domyślacie – Królestwo Króla Leona. Zaraz po objęciu tronu król Ksawery zarządził, że place targowe we wszystkich miasteczkach w całym królestwie zostaną zmienione na wspa- niałe ogrody. Chciał, żeby jego poddani mogli spędzać wolny czas w otoczeniu pięknej roślinno- ści. Pomysł wydawał mu się tak znakomity, że nie mógł doczekać się, kiedy ogrodnicy wprowadzą go w życie.

Tymczasem mieszkańcy Królestwa Króla Ksawe- rego byli bardzo zaniepokojeni planami władcy. Dla wielu osób place targowe były miejscem pracy, zaś dla pozostałych poddanych – miejscem zaku- pów. Gdyby tylko król słyszał rozmowy, które toczyły się dzień po tym, jak nakazał rozwiesić we wszystkich miasteczkach afisze z informacją o nowo powstających ogrodach!

– Słyszałeś o zamiarach króla? Gdzie teraz będziemy sprzedawać nasze towary? Z czego będziemy żyć? – pytali się nawzajem mieszkańcy jednego z miasteczek.

– Czy w ogrodach będzie można handlować? – zastanawiali się straganiarze.

– Może przekonamy króla, że to zły pomysł – zasugerował kwiaciarz.

– Tak, napiszmy list do króla z prośbą, aby pozostawił place targowe takimi, jakie są – przytaknął cukiernik.

– Nie mamy innego wyjścia! Nie chcemy ogro- dów! Piszmy do króla! – wtórowali inni.

Nazajutrz król otrzymał pismo od swoich podda- nych i gdy je przeczytał, bardzo się rozłościł.

– Cóż za bezczelność! W Królestwie Króla Ksawe- rego to ja podejmuję decyzje. Rozkazałem zmienić place targowe w ogrody i tak ma się stać! – krzyczał król do posłańca, który przyniósł mu list.

Dowiedziawszy się o reakcji króla, mieszkańcy miasteczka bardzo się zmartwili. Większość z nich obawiała się, że z powodu likwidacji pla- ców targowych mieszkańców czeka ciężki los. Po długich naradach zdecydowali, że udadzą się ze swoim problemem do czarodzieja, który sły- nął z mądrości i zaradności. Jeszcze tego samego dnia przedstawiciel mieszkańców, którym został poważany przez wszystkich stary szewc, wyru- szył w stronę zamku maga.

– Drogi czarodzieju, przybywam z Królestwa Króla Ksawerego, by prosić cię o pomoc – rzekł szewc, kłaniając się nisko, gdy tylko dotarł przed oblicze maga. Następnie opowiedział czarodzie- jowi całą historię. – Nie wiemy, co robić – wes- tchnął, kończąc opowieść. – Król nie chce zrezy- gnować ze swoich planów. Czy możesz sprawić, aby zrozumiał, że plac targowy to miejsce naszej pracy i nie może go zamienić na ogród? – zapytał błagalnym tonem.

Czarodziej zamyślił się i dopiero po chwili odpo- wiedział:

– Niestety nie mam mocy wpływania na decyzje władcy królestwa. Każde, nawet najdziwniejsze życzenie króla Ksawerego musi zostać spełnione. Nie mogę ci pomóc.

Szewc bardzo posmutniał i gdy już miał żegnać się z magiem, ten radośnie zawołał:

– Poczekaj! Zdaje się, że przyszedł mi do głowy doskonały pomysł na rozwiązanie waszych problemów.

Nim szewc zdążył cokolwiek odrzec, czarodziej wyciągnął magiczną różdżkę, zamachał nią kilka razy i wykrzyknął: – Referendio magicus! – I z zadowoleniem dodał: – Zrobione!

Nie pytając o szczegóły, szewc podziękował magowi i czym prędzej pobiegł z powrotem do miasteczka, żeby przekazać mieszkańcom dobrą wiadomość. Wszyscy się ucieszyli i z niecierpliwo- ścią czekali na rozwój wydarzeń, nie bardzo wie- dząc, czego się spodziewać.

Ku ich rozczarowaniu następnego dnia w mia- steczku nic się nie zmieniło. Przy placu targowym widniała informacja o jego rychłej likwidacji, a obok wisiały afisze promujące ogrody. Tylko spo- strzegawczy obserwatorzy mogli zauważyć ogło- szenie dotyczące zapowiadanego na kolejny tydzień głosowania w sprawie utworzenia ogrodów.

Mijały kolejne dni i, wbrew zapowiedzi czaro- dzieja, nic nie wskazywało na to, żeby król miał zmienić swoją decyzję. Jakiś czas później pojawiła się wiadomość, że zbyt mało osób wzięło udział w głosowaniu, by jego wynik miał wpływ na działania króla. Jednak tak samo jak wtedy, gdy obwieszczano głosowanie, niewielu mieszkańców miasteczka zwróciło na nią uwagę.

Gdy minął miesiąc i po targu zaczęli przechadzać się ogrodnicy planujący rozmieszczenie roślin, mieszkańcy znów się zaniepokoiili.

– Czego oni tu szukają? – pytali starego szewca. – Przecież czarodziej obiecał ci, że nam pomoże! Jego zaklęcie już dawno powinno było zadzia- łać! – dziwili się.

– Trzeba iść do czarodzieja! Niech ponownie wypowie zaklęcie – proponowali niektórzy.

– Wielki mag nas okłamał – podejrzewali inni. Po długich naradach mieszkańcy ustalili, że stary szewc musi ponownie udać się do czarodzieja, żeby z nim porozmawiać.

– Drogi czarodzieju – rzekł nieśmiało szewc, gdy mag zaprosił go do swojej komnaty – Twoje zaklęcie nie zadziało i król nie zmienił zdania w sprawie placów targowych.

– Jak to? – zapytał zaskoczony mag i dodał: – Przecież widziałem w mojej magicznej kuli, że król zarządził głosowanie wśród mieszkańców.

– Głosowanie?! – szewc nie zdołał ukryć zaskoczenia.

– Tak – potwierdził czarodziej. – Za pomocą czarów nie zdołałbym zmienić decyzji króla,

wyśmiałem więc, że podsunę mu pomysł zorganizowania referendum – wyjaśnił.

– Czego? – z twarzy szewca nie zniknęło zdziwienie.

– Referendum – powtórzył mag. – To rodzaj głosowania, w którym każdy mieszkaniec może oddać swój głos, popierając najlepsze w jego opinii rozwiązanie – wytłumaczył i zwrócił się do swojego gościa z pytaniem: – Rozumiem, że nie wykorzystaliście swojej szansy?

– Zdaje się, że nie – odparł szewc, unikając karzącego spojrzenia maga. – Prawie nikt nie zagłosował – przyznał ze smutkiem. – Ludzie albo myśleli, że ich głos nie ma znaczenia, albo nie mieli czasu. Kwiatciarz miał spotkanie rodzinne, cukiernik zapomniał, a kowal był chory – szewc nieudolnie próbował usprawiedliwić mieszkańców.

– Każdy głos się liczy i każdy głos jest ważny – powiedział z powagą mag. – Moje czary wam nie pomogą, jeśli sami nie zadacie o swoje sprawy – ostrzegł.

– Ach, jaka szkoda, że straciliśmy naszą szansę! – lamentował szewc. – Gdybym tylko wiedział, że każdy głos jest na wagę złota, zachęciłbym wszystkich, żeby wzięli udział w tym referendum – rozpacział. – Czy nic już się nie da zrobić? – spytał z nadzieją.

– Frekwencja musi być wyższa – powiedział czarodziej, a widząc minę szewca, zaczął tłumaczyć: – Frekwencja wiąże się z obecnością na wyborach. Pokazuje, jaka część mieszkańców wzięła

w nich udział. Jest obliczana jako stosunek liczby tych osób,

które zagłosowały, i liczby wszystkich osób, które miały takie prawo i możliwość. Jeśli zagłosowałoby wszyscy mieszkańcy miasteczka, frekwencja wyniosłaby sto procent. Niestety zagłosował tylko co dziesiąty mieszkaniec, więc frekwencja wyniosła zaledwie dziesięć procent, a to zbyt mało, by król uwzględnił wyniki referendum.

– Rozumiem – powiedział szewc i spytał: – Frekwencja nie zależy od czarów, lecz od nas samych, prawda?

– Zgadza się – przytaknął mag.

– Jeśli tylko dasz nam jeszcze jedną szansę, powiem wszystkim mieszkańcom, żeby przyszli na kolejne głosowanie, i uświadomię im, że nasz los leży w naszych rękach – obiecał szewc.

Czarodziej zgodził się i nie tracąc czasu na dalsze rozmowy zawołał: – Referendium magicus!

Ucieszony szewc wrócił do swojego miasteczka i przekazał mieszkańcom wszystko, czego dowiedział się na temat referendum i frekwencji, po czym wszyscy zgodnie obiecali mu, że stawią się podczas kolejnego głosowania.

Rzeczywiście – kiedy po kilku dniach odbyło się nowe referendum, tłumy ludzi ustawili się w kolejce, żeby oddać swój głos w obronie placu targowego. Widząc duże zaangażowanie mieszkańców, król zgodził się, aby targowisko pozostało targowiskiem. Co więcej, tak bardzo spodobał mu się pomysł organizowania referendum, że w każdej możliwej sprawie zapraszał swoich poddanych do głosowania. Od tej pory królestwo zwało się Królestwem Króla Ksawerego i Głosujących.

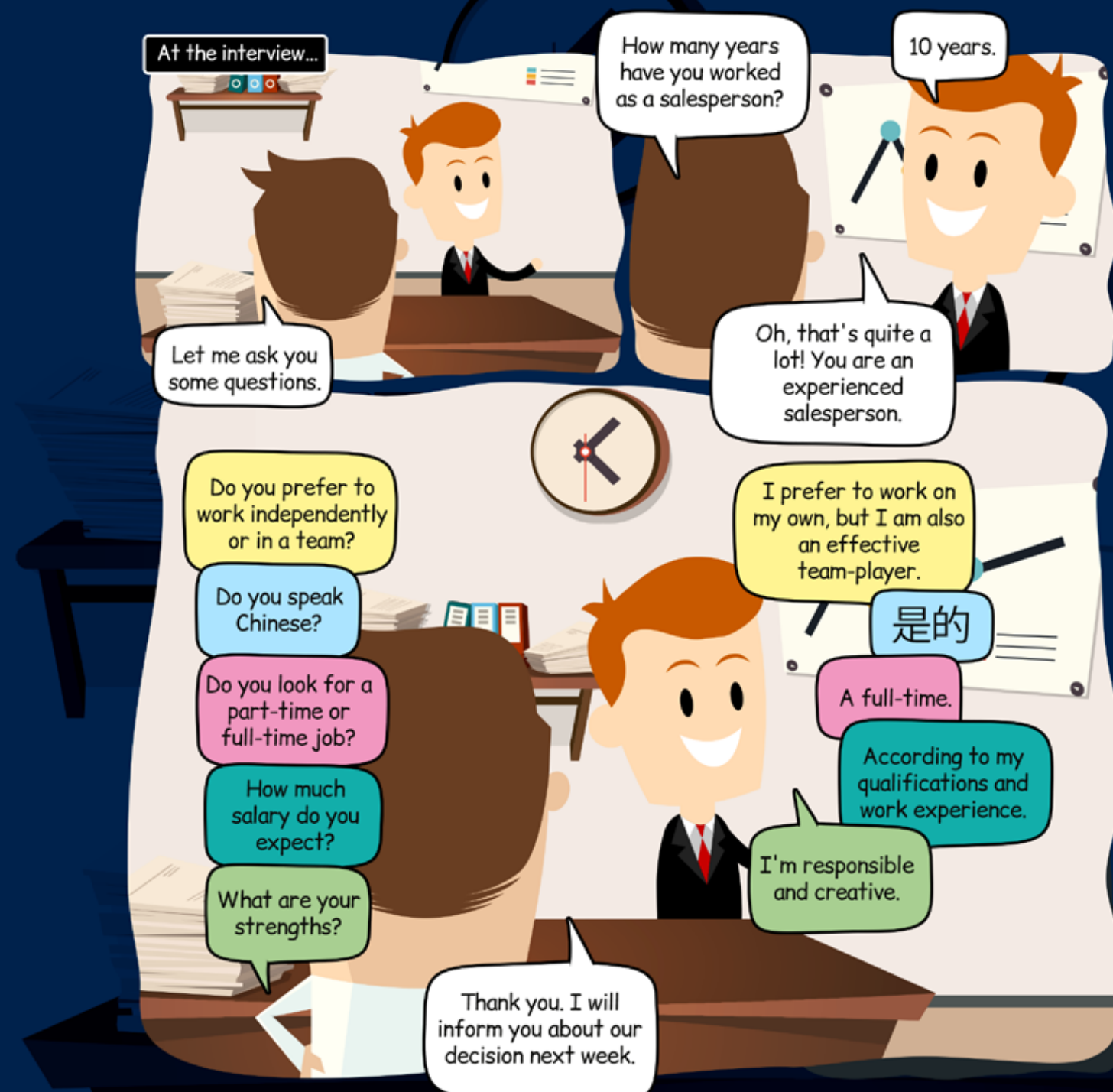
Zadanie konkursowe numer 2:

Niebajkowe wybory

Pod koniec października 2015 w Polsce odbyły się wybory parlamentarne. Obywatele naszego kraju wybierali polityków, którzy przez najbliższe cztery lata będą reprezentowali ich interesy

w Sejmie i Senacie. Sprawdź w prasie, w internecie lub zapytaj rodziców, jaka była frekwencja podczas wyborów. Odpowiedz na to pytanie jest rozwiązaniem zadania konkursowego.

Słowniczek



a decision – decyzja

a full-time job – praca w pełnym wymiarze czasu

a part-time job – praca dorywcza

a salesperson – sprzedawca

a strength – siła, mocna strona

a team – zespół

a team-player – członek zespołu, gracz zespołowy

a year – rok

according – zgodnie z..., stosownie, według

also – też

Chinese – chiński

creative – pomysłowy

effective – skuteczny

experienced – doświadczony

next week – przyszły tydzień

qualifications – kwalifikacje, umiejętności

quite a lot – całkiem sporo

responsible – odpowiedzialny

some – kilka

to ask – pytać

to enjoy – lubić

to inform – informować

to let – pozwolić

to prefer – woleć

to speak – mówić

to work independently, on (my) own – pracować indywidualnie, samodzielnie

what? – jaki, co?

work experience – doświadczenie zawodowe

your – twój, wasz, pana, pani

是的 – tak

Znaczenie słów, które nie znalazły się na powyższej liście, znajdziesz w 14. numerze „Ekonopedii”.

Noworoczne postanowienia w zgodzie z koncepcją

SMART

Czy macie noworoczne postanowienia? Być może niektórzy z Was chcą czytać więcej książek, inni poświęcać więcej czasu na naukę lub pomagać rodzicom, a jeszcze inni postanowili mniej grać na komputerze? Okazuje się, że przy realizacji tych planów ważne są nie tylko konsekwencja i silna wola. Tak przynajmniej twierdzą specjaliści od zarządzania, którzy przekonują, że prawidłowe wyznaczanie celów sprzyja ich realizacji.

Podstawową zasadą jest takie określanie celów, aby były one zgodne z koncepcją SMART, co z języka angielskiego oznacza „sprytne”, „błyskotliwe”. SMART to skrótowiec, w którym każda literka opisuje cechę dobrze wyznaczonego celu, a więc po kolei:

S jak *specific*, czyli skonkretyzowany. Cel powinien być jasno i szczegółowo opisany, tak by nie-możliwa była jego różnorodna interpretacja. Na przykład postanowienie dotyczące pomocy rodzicom jest zbyt ogólne, ponieważ trudno stwierdzić, co dokładnie zamierzamy robić. Zamiast tego lepiej wyznaczyć sobie konkretne zadania, takie jak mycie naczyń, podlewanie kwiatków, wyprowadzanie psa lub odkurzanie.

M jak *measurable*, czyli mierzalny. Trudno stwierdzić, czy osiągnęło się dany cel, jeśli nie można go zmierzyć ani określić stopnia jego realizacji. Jeśli zgodnie z postanowieniem chcesz więcej czytać, konieczne jest określenie, co oznacza w tym przypadku „więcej”. Dla kogoś będzie to przeczy-



tanie trzech książek w ciągu miesiąca, a dla innego pięciu. Jeśli zamierzasz mniej grać na komputerze, zastanów się, ile czasu obecnie spędzasz przed monitorem i zdecyduj, o ile chcesz to ograniczyć w Nowym Roku. Pamiętaj, że dzięki wytyczeniu mierzalnego celu kontrolowanie postępów jest znacznie łatwiejsze.

A jak *achievable*, czyli osiągalny. Gdyby uczeń, który ma kłopoty z nauką języka angielskiego, postanowił, że pod koniec przyszłego roku będzie płynnie władał angielszczyzną, miałby niewielkie szanse na sukces. Dlatego kluczowe jest, aby cel był możliwy do osiągnięcia. W przeciwnym razie bardzo szybko można się zniechęcić i zaniechać wszelkich starań zmierzających do realizacji planów. W przypadku nauki angielskiego lepsze efekty przyniosłoby postanowienie, że zapamięta się pięć nowych słówek każdego dnia. Jednocześnie cel nie może być zbyt łatwy do osiągnięcia, ponieważ wizja jego realizacji nie będzie wystarczająco motywująca.

R jak *relevant*, czyli istotny. Brak poczucia, że cel jest ważny, sprawia, że można o nim szybko zapomnieć, a jego osiągnięcie nie przynosi żadnej radości. Warto wybierać takie cele, które mają znaczenie dla zdrowia, relacji z bliskimi, pracy nad sobą czy wreszcie edukacji i przyszłej kariery zawodowej.

T jak *time-bound*, czyli ograniczony w czasie. W przypadku postanowień noworocznych najczęściej zakłada się, że dotyczą one rozpoczynającego się roku. Jednak w zarządzaniu konieczne jest ustalenie tak zwanego horyzontu czasowego. Może to być miesiąc, kwartał, rok, a nawet kilka lat. Istotne jest to, aby znany był moment, kiedy cel zostanie osiągnięty.

Przemyślane wyznaczanie celów ma wpływ na osiągnięte rezultaty. Warto więc poświęcić chwilę na zastanowienie się nad właściwym sformułowaniem planów. Do dzieła!

Zadanie konkursowe numer 3:

Noworoczne SMART postanowienia

Zaproponuj noworoczne postanowienie i sformułuj je w taki sposób, aby było zgodne z założeniami koncepcji SMART.



UWAGA!

Na naszej drodze do osiągnięcia upragnionych celów może stanąć PROKRASTYNACJA! Jest to chorobliwa tendencja do ciągłego odkładania zadań na później. Strzeżcie się więc i nie zwlekajcie z realizacją noworocznych postanowień!

Cena niezależności, czyli jak pracuje freelancer

Określenie freelancer oznacza w języku polskim „wolnego strzelca”, czyli osobę, która pracuje na własny rachunek, najczęściej prowadząc jednoosobową działalność gospodarczą (ale niekoniecznie – może też pracować na umowę o dzieło; więcej na ten temat dowiesz się czytając artykuł z 7. numeru „Ekonopedii” pt. *O umowach śmieciowych i nie tylko...*). W ramach tej działalności – jako specjalista w danej dziedzinie – freelancer wykonuje zle-

cenia dla konkretnego klienta, z którym podpisuje umowę bądź któremu wystawia rachunek/fakturę. Najczęściej freelancerami są projektanci stron internetowych, fotografowie, dziennikarze, programiści, architekci wnętrz czy inne osoby wykonujące pracę twórczą.

Żeby zobaczyć, jak wygląda jego codzienność freelancera, przyjrzyjmy się zapiskom z notatnika Michała, zajmującego się fotografią.

Michał, jako freelancer, sam może decydować, w jakich godzinach i gdzie pracuje. Z klientami spotyka się w dowolnych, dogodnych dla obu stron miejscach – we własnym studio lub miejscu pracy czy zamieszkania klienta, a czasami nawet w kawiarni. Może tak ułożyć sobie plan dnia, żeby mieć czas na obiad czy kawę z kolegą. Może również w ciągu dnia zająć się dzieckiem bądź wykonać różne obowiązki domowe, a w razie potrzeby załatwić jakąś sprawę w urzędzie. Często jednak wieczór, popołudnie czy weekend musi poświęcić na pracę, aby zdążyć z wykonaniem zlecenia w określonym terminie.

Podobnie jest z urlopem – to Michał decyduje, kiedy i na jak długo zrobi sobie przerwę w pracy, przy czym musi pamiętać o podjętych wcześniej zobowiązaniach oraz o tym, że podczas urlopu nie otrzymuje żadnego wynagrodzenia. Praca na własną rękę oznacza, że jeśli się nie pracuje, to się nie zarabia, inaczej niż w przypadku zatrudnienia na etacie, kiedy to pracownikowi przysługuje płatny urlop wypoczynkowy.

O ile nie zleci tego innemu wykonawcy, Michał sam musi zadbać o reklamę swoich usług i poszukiwanie klientów, co wiąże się z koniecznością przeznaczenia pewnej ilości czasu i środków na spotkania z nimi, dbanie o własną stronę internetową czy umieszczanie ogłoszeń w mediach. Musi również pamiętać o terminach związanych z zapłatą podatku, składek ZUS (Pamiętasz czym jest i jak funkcjonuje Zakład Ubezpieczeń Społecznych? Jeśli nie, wróć do 14. numeru „Ekonopedii”, w którym znajdziesz artykuł pt. *Jak działa ZUS?*) czy np. opłatami za studio bądź pracę księgowego. Jeśli nie zdecyduje się na umowę z fachowcem, do jego obowiązków będzie także należało miesięczne i roczne rozliczanie podatku oraz składanie w ZUS deklaracji związanych z ubezpieczeniem. Za niedotrzymanie terminów lub błędy popełnione wobec urzędów freelancer odpowiada sam.

Z powyższego opisu wynika, że „na swoim” najlepiej pracuje się osobom ceniącym niezależność,

które nie lubią podporządkowywać się innemu i którym zależy na tym, żeby samodzielnie dysponować własnym czasem. Dobrze, żeby cechowała je wysoka samokontrola i umiejętność mobilizacji, aby wykonać zadania w określonym czasie. Na pewno też łatwiej będzie tym, którzy są pewni siebie i potrafią dobrze zareklamować własne usługi. Bycie freelance-rem oznacza również konieczność posiadania podstawowej wiedzy z zakresu przepisów prawa dotyczących konkretnej działalności. Na pewno praca „dla siebie” jest ogromnym wyzwaniem i w praktyce wielu freelancerów pracuje więcej i dłużej niż osoby zatrudnione na etacie, jednak może ona dawać bardzo dużo satysfakcji i poczucia wolności.

FREELANCE	ETAT
CZAS/GODZINY PRACY, MIEJSCE PRACY	
Nienormowane godziny pracy, freelancer sam decyduje, kiedy i ile pracuje. Miejsce – samodzielnie wybrane (dom, biuro, studio itp.).	Jasno określone przez pracodawcę. Etat to 40 godzin pracy tygodniowo.
URLOP	
Nienormowany, osoba pracująca w takim systemie sama decyduje, kiedy i na jak długo przerywa pracę. Jednak gdy nie pracuje, nie ma żadnego dochodu.	20 dni (gdy staż pracy danej osoby to mniej niż 10 lat) i 26 dni (przy stażu powyżej 10 lat) rocznie płatnego urlopu wypoczynkowego + urlopy okolicznościowe (np. z okazji ślubu, urodzenia się dziecka, w przypadku śmierci bliskiej osoby).
CHOROBA	
Prawo do zasiłku chorobowego po 90 dniach ubezpieczenia, o ile została opłacona odpowiednia, dobrowolna składka ZUS.	Prawo do zasiłku chorobowego po 30 dniach trwania umowy.
ZADANIA	
Wybierane samodzielnie, zgodnie z wiedzą, umiejętnościami i możliwościami.	Przydzielane przez pracodawcę.
OPŁATY I ZOBOWIĄZANIA	
Freelancer sam przelewa należne opłaty do urzędu skarbowego czy ZUS oraz sam ponosi odpowiedzialność za terminowość i poprawność w kontaktach z urzędami.	Należne opłaty są wnoszone przez pracodawcę.

10.04.2015 (piątek)
9.00-11.00 Obróbka zdjęć ślubnych Kasi i Tomka (studio)
12.00 Spotkanie z klientem (p. Wilk, kawiarnia Stópkałta)
14.00 Obiad z Kubą
15.30 Odbiór dziecka ze szkoły
wieczór Obróbka zdjęć ślubnych Kasi i Tomka c.d. (dom)

11.04.2015 (sobota)
13.00-00.00 Ślub i wesele Dominiki i Rafała

13.04.2015 (poniedziałek), 14.04.2015 (wtorek)
Praca nad wykonanymi wcześniej zdjęciami ślubnymi (K. i T., D. i R.)

15.04.2015 (środa)
15.00 Sesja rodzinna (p. Wilk, studio)

16.04.2015 (czwartek)
Dostarczenie gotowych zdjęć Kasi i Tomkowi
ok. 17.00 Telefon do Pauliny, żeby ustalić szczegóły jej sesji
wieczór Obróbka zdjęć ślubnych Dominiki i Rafała

18.04-03.05.2015
Urlop :) Zapłacenie podatku do 20.04.2015



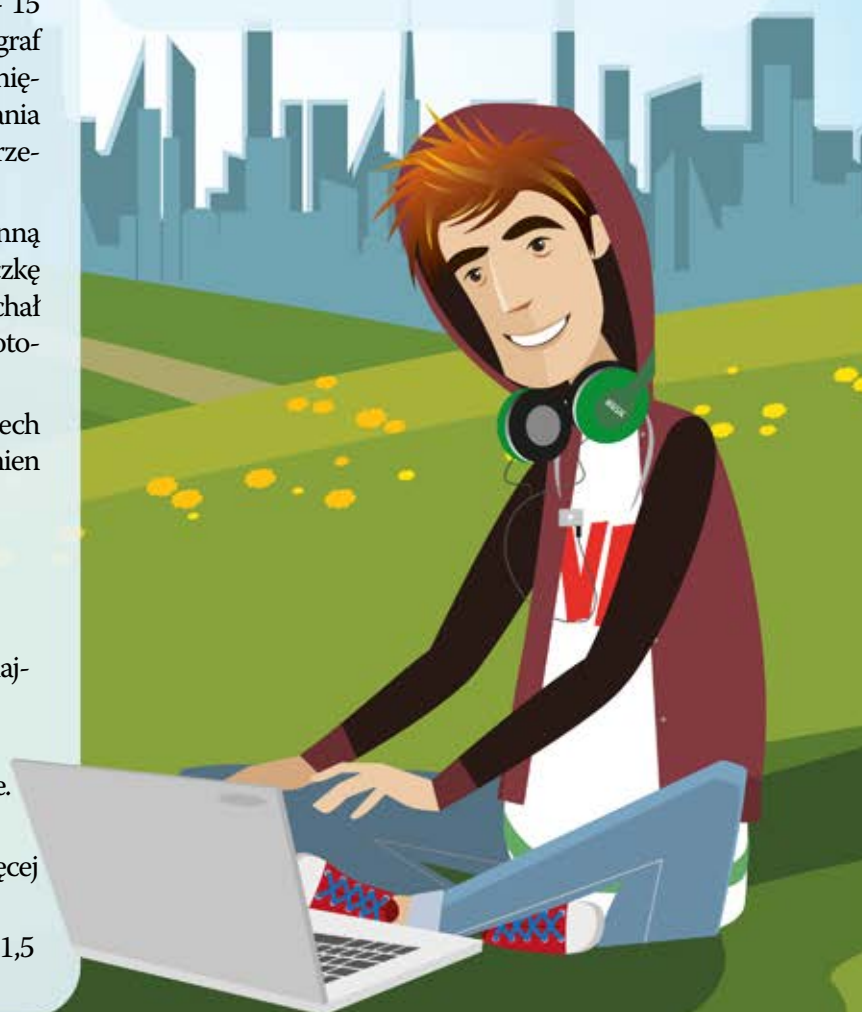
Zadanie konkursowe numer 4:

Kalendarz freelancera

Freelancer powinien dobrze zarządzać swoim czasem. Odpowiedz na poniższe pytania i pomóż Michałowi zaplanować kolejny tydzień pracy. W rozwiązaniu zadania podaj swoje odpowiedzi na wszystkie pięć pytań.

1. W poniedziałek fotograf musi opracować 24-zdjęciowy album z sesji rodzinnej państwa Wilków. Jeśli przygotowanie jednego zdjęcia zajmuje mu 15 minut, ile czasu musi przeznaczyć na wykonanie całego zlecenia?
2. We wtorek Michał ma spotkanie się z nową klientką. O której godzinie najwcześniej może się z nią umówić, tak aby się na pewno nie spóźnić, jeśli musi zawieźć dziecko do szkoły na godzinę 8.20 rano, a potem odebrać aparat z serwisu? Czas dojazdu ze szkoły do serwisu wynosi 25 minut, a z serwisu na miejsce spotkania – 15 minut. Na załatwienie sprawy w serwisie fotograf potrzebuje pół godziny. Niestety na trasie pomiędzy serwisem a planowanym miejscem spotkania często tworzą się poranne korki, przez co przejazd może trwać trzy razy dłużej.
3. Na środę fotograf ma zaplanowaną trzygodzinną sesję plenerową. Klient wpłacił mu już zaliczkę w wysokości 50 złotych, zaś po spotkaniu Michał otrzyma kolejne 250 złotych. Ile pieniędzy fotograf otrzyma za każdą godzinę pracy?
4. W czwartek fotograf ma umówione sesje trzech różnych modelek. Na którą godzinę powinien umówić się z każdą z nich, jeśli:
 - a. Zrobienie stu zdjęć zajmuje mu godzinę.
 - b. Michał potrzebuje półgodzinnej przerwy pomiędzy sesjami.
 - c. Michał chce zacząć pracę o 9.00 rano i jak najwcześniej skończyć.
 - d. Pierwsza modelka chce mieć zrobionych tyle samo zdjęć, co pozostałe dwie modelki łącznie.
 - e. Gdyby druga modelka zrezygnowała z 25 zdjęć, trzecia modelka miałaby trzy razy więcej zdjęć niż ona.
 - f. Praca z trzecią modelką zajmie fotografowi 1,5 godziny.

5. W piątek Michał chciałby umówić się na kawę z Kubą. Licząc łącznie z dojazdem na spotkanie, potrzebuje dwóch godzin. Czy znajdzie na to czas przed godziną 17.00, jeśli:
 - a. Na 8.00 zawozi dziecko do szkoły.
 - b. Dwie godziny później musi być w swoim studiu.
 - c. Między 11 a 13 do studia przyjdzie pan Wilk, żeby odebrać album z sesji.
 - d. Żona prosiła go, aby zawiózł dziecko na zajęcia z ekonomii, które zaczynają się o 15.00 i trwają 45 minut (Michał musi poczekać na córkę).
 - e. Fotograf potrzebuje godziny na to, by złożyć dokumenty w konkursie na najpiękniejsze zdjęcie Krakowa. Biuro konkursowe jest czynne między 9.00 a 17.00.



Zawód dla Ciebie

Rekruter

To inaczej osoba, która jest odpowiedzialna za prowadzenie procesu rekrutacji na wolne stanowiska pracy. Jednym z podstawowych zadań rekrutera jest wyszukanie odpowiednich kandydatów spośród osób już zatrudnionych w przedsiębiorstwie bądź spoza niego. Wymaga to zapoznania się z dokumentami przesłanymi przez osoby ubiegające się o pracę – CV (jeśli nie pamiętasz, co oznacza ten skrót, zajrzyj do *Leksykonu* z 12. numeru „Ekonopedii”) i listami motywacyjnymi. Rekruter prowadzi spotkania lub telefoniczne rozmowy rekrutacyjne z wybranymi kandydatami, a następnie na ich podstawie oraz na podstawie najróżniejszych testów (na przykład wiedzy, znajomości języków i typu charakteru) wyłania osoby, które najlepiej spełniają wymagania pracodawcy.

W pracy rekrutera duże znaczenie mają tak zwane kompetencje miękkie, a wśród nich łatwość komunikowania się i umiejętność szybkiego nawiązywania relacji z nowymi osobami. Osoba rekrutująca powinna również umieć ocenić realną wiedzę i doświadczenie kandydatów. Poza tym, mówiąc potocznie, rekruter musi „mieć nosa” do ludzi, ponieważ to od jego opinii w dużej mierze zależy decyzja o przyjęciu do przedsiębiorstwa nowego pracownika. Jest to zawód wybierany często przez absolwentów psychologii, socjologii oraz zarządzania zasobami ludzkimi.



Trener sportowy

Trener sportowy zajmuje się przygotowaniem sportowców do udziału w zawodach. Do jego obowiązków należy między innymi rozpisanie planu treningowego, którego rezultatem będzie dobra forma fizyczna podopiecznych i który umożliwi doskonalenie ich umiejętności w danej dyscyplinie, kontrolowanie ich postępów, a także motywowanie i dbanie o ich kondycję psychiczną. Na barkach trenera spoczywa ponadto odpowiedzialność za opracowanie strategii i taktyki gry (dotyczy to szczególnie sportów drużynowych). W przypadku wielkich gwiazd sportu zadania te realizuje sztab szkoleniowców, z głównym trenerem na czele.

Co ciekawe, trener sam wcale nie musi być mistrzem w danej dyscyplinie. Najważniejsze jest, aby dzięki jego wskazówkom zawodnicy osiągalni coraz lepsze wyniki. Innym słowy, jego rolą jest wykorzystanie potencjału podopiecznych. Dlatego tak ważna jest umiejętność obserwowania wysiłku sportowców i dostrzegania elementów, które należy poprawić. Nie mniej ważne znaczenie ma zdolność precyzyjnego komunikowania swoich uwag i nawiązywania relacji z zawodnikami. Z kolei trener prowadzący drużynę sportową musi mieć jednocześnie na uwadze możliwości poszczególnych zawodników, by właściwie dobrać skład zespołu.

Dobrze, jeśli trener ma dyplom akademii wychowania fizycznego, choć od dwóch lat, zgodnie z tak zwaną ustawą deregulacyjną, posiadanie wyższego wykształcenia nie jest w tym zawodzie koniecznością. Atutem jest natomiast ukończenie specjalistycznego kursu dla instruktorów danego sportu.



Erudyta

czyli ciekawostki
różnej maści...

Rankingi, oceny i porównania to nieodłączny element rzeczywistości biznesowej i gospodarczej. Kto najwięcej, kto najlepiej, kto najszybciej? Przekonajmy się!

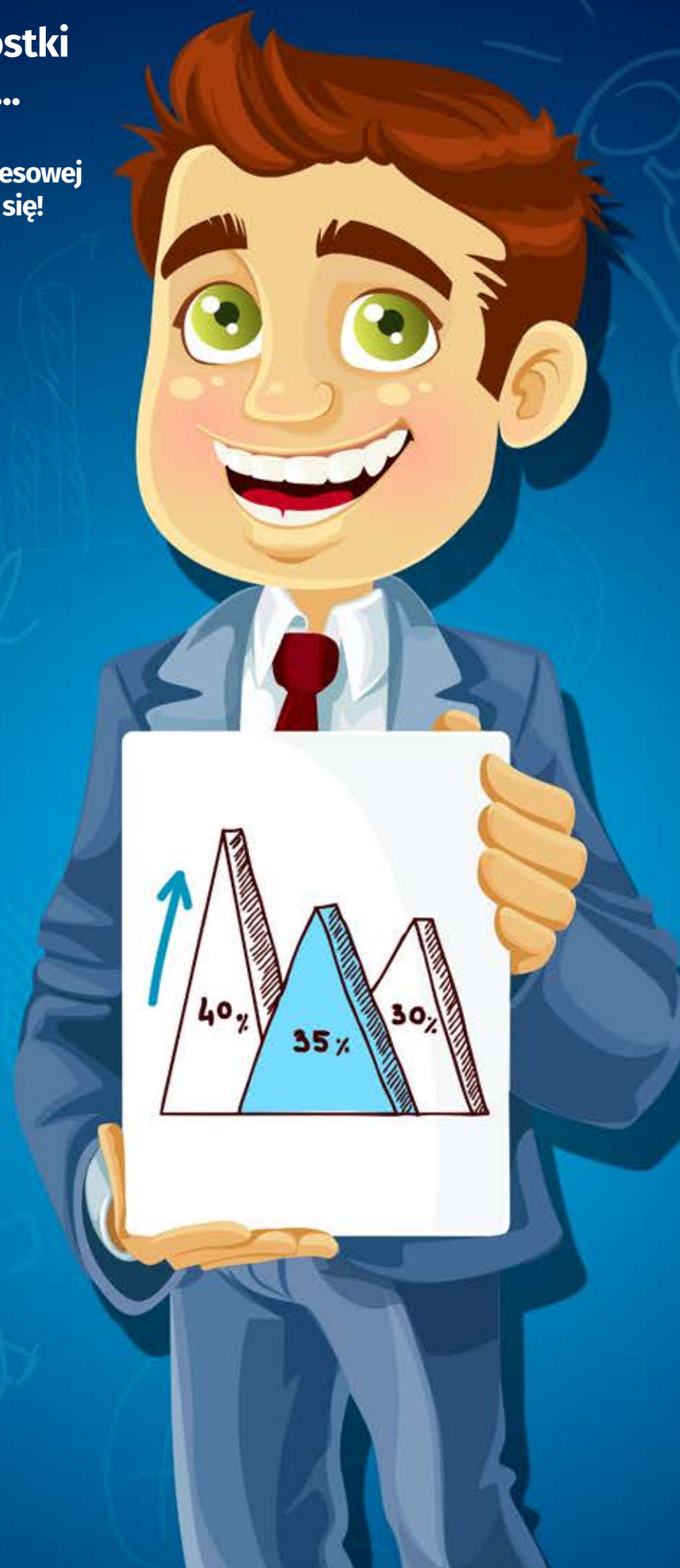
W Polsce jednym z bardziej prestiżowych wyróżnień dla przedsiębiorców jest tytuł EY Przedsiębiorcy Roku (w języku angielskim: EY Entrepreneur Of The Year). Jury wyłania zwycięzcę, biorąc pod uwagę jego przedsiębiorczość, strategię, działalność międzynarodową, innowacyjność oraz relacje z pracownikami i otoczeniem. W 2015 roku tytuł ten został przyznany Pawłowi Buszmanowi, współzałożycielowi sieci klinik kompleksowo leczących schorzenia sercowo-naczyniowe, a obecnie prezesowi American Heart of Poland. Na oficjalnej stronie konkursu można wyczytać, że „jury nagrodiło laureata, który mówi o sobie, że jest przedsiębiorczym lekarzem bądź przedsiębiorcą, który nigdy nie przestał być lekarzem”. Z kolei tytuł Młodego Przedsiębiorcy Roku 2015, przyznawany przez Forum Młodych Przedsiębiorców RIG w Katowicach, zdobył Erwin Garbarczyk, właściciel firmy Fucco Design, specjalizującej się w druku 3D.

Oficjalna Pomoc Rozwojowa to wsparcie finansowe udzielane ubogim państwom przez kraje rozwinięte. Pod względem wysokości wydatków na ten cel przodują Stany Zjednoczone, które w 2014 roku przeznaczyły ze swojego budżetu na taką pomoc ponad 32 miliardy dolarów, czyli około 120 miliardów złotych. Jeśli jednak porównać niesioną pomoc z możliwościami gospodarki, okazuje się, że w przypadku Stanów Zjednoczonych jest to równowartość zaledwie 0,2 procent dochodu narodowego. Z analiz wynika, że to Szwecja i Luksemburg wkładają w Oficjalną Pomoc Rozwojową największą część swoich funduszy, wydając na ten cel ponad 1 procent dochodu narodowego.

Który kraj najbardziej sprzyja biznesowi? Odpowiedź na to pytanie przynosi porównanie państw za pomocą Ogólnego Wskaźnika Dynamizmu, który uwzględnia pięć kategorii: otoczenie prawno-polityczne, ekonomię i wzrost, naukę i technologię, rynek pracy i kapitał ludzki oraz system finansowy. W roku 2015 na pierwszym miejscu rankingu stworzonego w zastosowaniu tego wskaźnika znalazł się Singapur, zaś spośród krajów europejskich najlepiej wypadła Finlandia. Polska zajęła 21. miejsce.

Coroczne badanie porównawcze warunków rozwoju gospodarczego prowadzi również Światowe Forum Ekonomiczne. Na podstawie oceny zdolności poszczególnych państw do zapewnienia długoterminowego wzrostu gospodarczego powstaje globalny raport konkurencyjności. W zestawieniu za rok 2015 najlepiej wypadły Szwajcaria, Singapur i Stany Zjednoczone. Polska zajęła 41 miejsce spośród wszystkich 140 krajów. Warto dodać, że od 2009 roku w pracach nad raportem współuczestniczy Narodowy Bank Polski.

Ubiegłoroczne zestawienie najlepszych pracodawców świata otwiera, zdaniem młodych ludzi rozpoczynających karierę zawodową, znana wszystkim spółka Google, której atutem jest nie tylko prestiż, ale także szeroki wachlarz programów szkoleniowych i przywilejów oferowanych pracownikom. Drugie miejsce zajęła firma doradcza PricewaterhouseCoopers (PwC), która kusi młodych ludzi możliwościami pracy w różnych oddziałach spółki na całym świecie. Na trzecim miejscu znalazła się również firma doradcza, Ernst & Young, stawiająca na indywidualny plan rozwoju zawodowego każdego pracownika.



Jeśli studia, to tylko w Azji! Tak wynika z raportu OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju) dotyczącego jakości kształcenia. Na podstawie wyników badań przeprowadzonych w 76 krajach opracowano ranking państw, w których kształcą się najbardziej efektywnie. W pierwszej piątce zestawienia uplasowały się Singapur, Hong Kong, Korea Południowa, Japonia i Tajwan (dwa ostatnie kraje ex aequo na czwartej pozycji). Nie obawiajcie się jednak o swoją przyszłą edukację, ponieważ Polska znalazła się na dobrym, 11. miejscu, wyprzedzając między innymi Niemcy (13. pozycja), Australię (14.), Wielką Brytanię (20.) i Stany Zjednoczone (28).

Jak co roku, Interbrand opublikował listę najbardziej wartościowych marek. Zdecydowanym zwycięzcą jest marka Apple, której wartość szacuje się na ponad 170 milionów dolarów. Drugie miejsce przypadło Google, a trzecie Coca-Coli. W pierwszej dziesiątce klasyfikacji znalazły się również Microsoft, IBM, Toyota, Samsung, General Electric, McDonald's i Amazon.

Globalny Barometr Korupcji jest cyklicznym badaniem prowadzonym przez organizację Transparency International. Z ubiegłorocznego raportu wynika, że problem łapówkarstwa praktycznie nie dotyczy obywateli Australii, Belgii, Chorwacji, Danii, Finlandii, Gruzji, Hiszpanii, Japonii, Kanady, Korei Południowej, Malezji, Norwegii, Nowej Zelandii, Portugalii i Urugwaju. Z kolei w niechlubnej czołówce rankingu, wśród najbardziej skorumpowanych państw, znalazły się Indie, Kamerun, Kenia, Jemen, Senegal, Tanzania, Uganda i Zimbabwe. W tych krajach przynajmniej co druga osoba przyznała, że miała do czynienia z przekupstwem.

Kolejną interesującą klasyfikacją, rokrocznie aktualizowaną, jest ranking najbogatszych ludzi świata publikowany przez magazyn „Forbes”. W tej kategorii od lat króluje Bill Gates, który wzbogacił się dzięki Microsoftowi. Druga pozycja należy do Carlosa Slima Helú – meksykańskiego potentata branży telekomunikacyjnej. Na trzecim miejscu plasuje się znany na całym świecie amerykański inwestor Warren Buffet.

W 2015 roku „Forbes” opublikował także ranking najlepiej zarabiających youtuberów. Na pierwszym miejscu znalazł się PewDiePie z zarobkami na poziomie 12 milionów dolarów. 25-latek zyskał popularność dzięki zabawnym komentarzom do gier komputerowych. Na drugiej pozycji uplasowały się natomiast ex aequo dwa duety. Pierwszy to specjalizujący się w skeczach Smosh. Drugi – Fine Brothers – tworzą bracia, których filmy pokazują reakcje ludzi na to, co prezentowane jest na YouTube – np. na nagrania PewDiePie czy teledyski Nicki Minaj.

Czym różni się nominalny PKB od realnego



Jestem przekonana, że jako wierni Czytelnicy „Ekonopedii” z pewnością śledzicie w prasie, internecie i telewizji bieżące doniesienia gospodarcze. Rozpoczął się 2016 rok i z tej okazji różnego rodzaju specjaliści często przedstawiają swoje prognozy na najbliższe 12 miesięcy. Przewidują, w jakim stanie znajdzie się polska gospodarka, jak szybko się będzie rozwijać i czy w budżecie państwa wystarczy pieniędzy na pokrycie wszystkich niezbędnych wydatków. W prognozach tych poruszane są skomplikowane zagadnienia dotyczące różnych obszarów i zjawisk makroekonomicznych¹. Niezależnie jednak od tego, jakiego dokładnie tematu dotyczą wspomniane dyskusje, prawie zawsze pojawia się w nich termin „PKB”, czyli „produkt krajowy brutto”.

W jednym z poprzednich numerów „Ekonopedii” poruszaliśmy już kwestię tego, czym jest PKB, ale dla porządku warto przypomnieć, że jest to wartość wszystkich produktów i usług wytworzonych przez gospodarkę danego kraju

w okresie jednego roku. Produkt krajowy brutto dużych krajów liczony jest w miliardach, a nawet bilionach dolarów, złotych czy euro. PKB, a właściwie jego wzrost lub spadek, jest jednym z najważniejszych wskaźników obrazujących stan gospodarki. Ponieważ istotna jest możliwość porównywania wartości PKB w okresie kilku lub kilkunastu lat, wartość zmiany PKB w danym roku podaje się zwykle w procentach, jako punkt odniesienia traktując rok poprzedni. Często możemy przeczytać lub usłyszeć, że w danym roku wzrost PKB wyniósł 2 lub 3 procent. Oznacza to, że produkt krajowy brutto zwiększył się o 2 lub 3 procent w stosunku do roku ubiegłego. Porównując wartość tego wskaźnika na przestrzeni kolejnych lat, można określić dynamikę PKB, a więc to, czy PKB wzrastał w kolejnych latach, czy nie. Na podstawie dynamiki PKB można z kolei określić tempo wzrostu gospodarczego.

Mogłoby się wydawać, że kwestia obliczania wartości PKB w kolejnych latach i określa-

nia na tej podstawie, czy gospodarka się rozwija, czy też nie, jest sprawą stosunkowo łatwą. Teoretycznie wystarczy bowiem porównać ze sobą wartość PKB w danym roku z wartością PKB w roku poprzednim. Jednak okazuje się, że nie jest to takie proste. Może bowiem zaistnieć taka sytuacja, że w danym roku wystąpi wzrost PKB, a jednocześnie w gospodarce zostanie wytworzonych mniej towarów i usług niż w roku poprzednim! Jak to możliwe?

Jak już wiemy, PKB to wartość dóbr i usług wytworzonych przez gospodarkę w danym roku. Wartość wytworzonych dóbr i usług oblicza się, uwzględniając ceny towarów i usług obowiązujące w danym roku. Tak obliczoną wartość PKB nazywamy PKB nominalnym. Nominalna wartość PKB nie jest jednak wskaźnikiem, który może służyć do porównania obecnego stanu gospodarki z jej stanem w latach poprzednich. Przyczyną tego jest fakt, że ceny towarów i usług zmieniają się w czasie. A więc może się zdarzyć, że nominalna wartość PKB na koniec danego roku będzie wyższa niż w roku poprzednim, ale spowodowane to będzie wzrostem cen towarów i usług. W takim przypadku, pomimo wyższego nominalnego PKB, gospodarka tak naprawdę będzie się kurczyć, a liczba wytworzonych dóbr i usług będzie mniejsza.

Ten paradoks jest oczywiście znany ekonomistom. Dlatego też w ekonomii nie stosuje się nominalnego PKB jako wskaźnika służącego do porównywania wzrostu gospodarczego w kolejnych latach. Wykorzystywanym do tego celu wskaźnikiem jest natomiast realny PKB. W różnego rodzaju publikacjach, rocznikach statystycznych i innych opracowaniach ekonomicznych najczęściej spotkać można właśnie dane o realnym, a nie nominalnym PKB.

Realny PKB to wskaźnik, który obliczany jest w taki sposób, jak gdyby ceny towarów i usług były stałe. Wyliczenie wartości realnego PKB w danym roku dokonuje się poprzez wyeliminowanie wpływu zmian cen (czyli inflacji lub deflacji). Dopiero tak obliczony PKB może służyć do obiektywnych porównań stanu gospodarki na przestrzeni lat. Jaka jest różnica pomiędzy realnym a nominalnym PKB i jak może to wpływać na ocenę stanu gospodarki, najlepiej pokaże przykład.

Wyobraźcie sobie baśniową krainę Diamentolandię, w której mieszka 10 krasnoludków. Ich jedyną pracą i szansą na osiągnięcie dochodu jest wydobywanie diamentów. W pierwszym roku każdy z krasnoludków wydobył jeden diament, za który otrzymał milion złotych – łącznie wszystkie krasnoludki otrzymały 10 milionów złotych. W drugim roku w Diamentolandii pracowało już tylko 5 krasnoludków, gdyż pozostałych 5 towarzyszy pracy udało się na zasłużone wakacje. Krasnoludki, które zostały, znów wydobyły tylko po jednym diamencie, ale z racji tego, że ceny diamentów wzrosły dwukrotnie, otrzymały – podobnie jak w roku poprzednim – kwotę 10 milionów złotych. W trzecim roku, cena diamentów się nie zmieniła, ale w Diamentolandii znów pracowało 10 krasnoludków, które wydobyły 10 diamentów. Tym razem otrzymały za ich sprzedaż 20 milionów złotych. Przypatrzmy się, jak kształtował się nominalny i realny PKB w naszej Diamentolandii.

Pierwszy rok jest rokiem bazowym, z którym będziemy porównywać kolejne lata. W pierwszym roku nominalny PKB Diamentolandii wyniósł 10 milionów złotych, gdyż właśnie tyle wyniosła wartość wytworzonych dóbr liczona w cenach bieżących. W drugim roku PKB nominalny również wyniósł 10 milionów złotych, gdyż za pięć wydobytych diamentów obywatele Diamentolandii otrzymali właśnie taką kwotę. Łatwo zauważyć, że choć drugim roku wydobyto jedynie pięć diamentów (a więc dwa razy mniej), to PKB nominalny nie uległ zmianie. Nadal było to 10 milionów złotych. Stało się tak dzięki dwukrotnemu wzrostowi ceny diamentów. Gdyby jednak założyć, że wzrostu cen nie było, to PKB realny wyniósłby jedynie 5 milionów złotych. W trzecim roku obywatele Diamentolandii otrzymali 20 milionów złotych za 10 wydobytych diamentów, a więc nominalny PKB wyniósł właśnie tyle, zaś realny PKB był również na poziomie 10 milionów złotych, gdyż przy jego liczeniu nadal uwzględniamy ceny z roku bazowego (pierwszego).

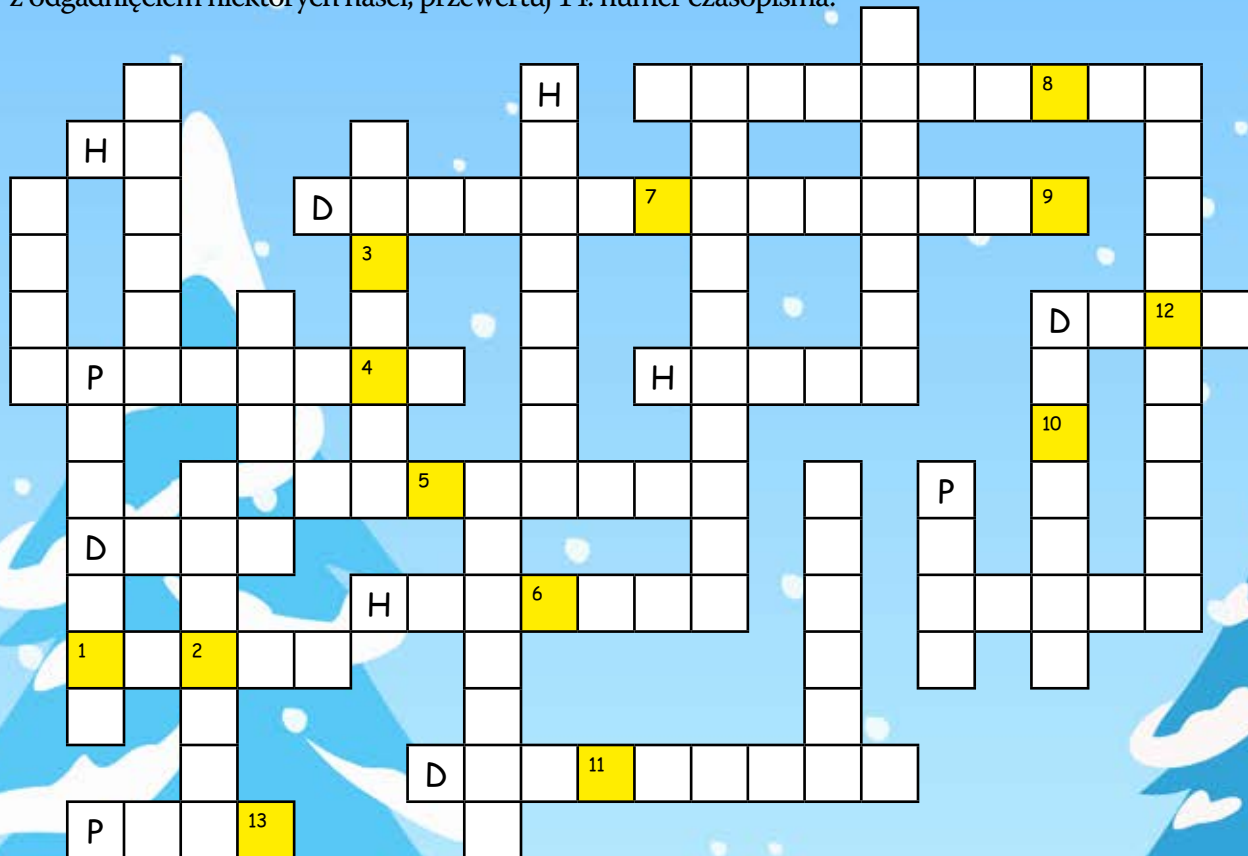
W realnej gospodarce nie zdarzają się oczywiście tak gwałtowne zmiany poziomu cen i skali produkcji, jak w naszym przykładzie. Co do zasady jednak zależności pomiędzy nominalnym i realnym PKB są takie same jak w baśniowej Diamentolandii.

¹) Makroekonomia to dziedzina ekonomii zajmująca się badaniami zjawisk ekonomicznych w skali całej gospodarki (kraju).

Zadanie konkursowe nr 5:

Krzyżówka

Określenia haseł zostały podane w przypadkowej kolejności. Odpadywane słowa zaczynają się na literę podaną w nawiasie poprzedzającym objaśnienia. Należy odgadnąć hasła, a następnie wpisać je w odpowiednie miejsca do diagramu. Dla ułatwienia w diagramie wpisano pierwsze litery wyrazów zaczynających się na d, h i p. Litery z kolorowych ponumerowanych pól utworzą rozwiązanie. Jeśli masz problem z odgadnięciem niektórych haseł, przewertuj 14. numer czasopisma.



- (A) papier wartościowy potwierdzający udział we własności spółki
- (C) strategiczny lub podróż
- (C) spod jego pióra wcale nie wychodzą kopie
- (D) publiczny lub u kolegi
- (D) pomaga klientom w podjęciu decyzji
- (D) drobny, nieprzeczytany może być przyczyną kłopotów
- (D) różnicowanie zmniejszające ryzyko
- (D) na jej wypłatę czeka akcjonariusz
- (G) każdy się liczy
- (G) na niebie lub wśród produktów spółki
- (H) spółki „trzymające się razem”
- (H) giełdowy wzrost
- (H) zasoby ludzkie w angielskim skrócie
- (H) detalista zaopatruje się w...
- (K) dojna...
- (K) ... Investments, jeden z największych polskich holdingów
- (O) produkcja „z dala od brzegu”
- (P) produkt, który nie przynosi zysków
- (P) dnia albo lekcji
- (P) ... krajowy brutto
- (R) najbogatszych, najbardziej konkurencyjnych, najlepszych
- (R) proces selekcji kandydatów na wolne stanowisko
- (S) przeciwieństwo zakupu
- (S) ... energetyczne to ropa, gaz ziemny i węgiel
- (T) biznesu lub sportu
- (W) w kantorze, na przykład złotych na euro
- (Z) ... Ubezpieczeń Społecznych

