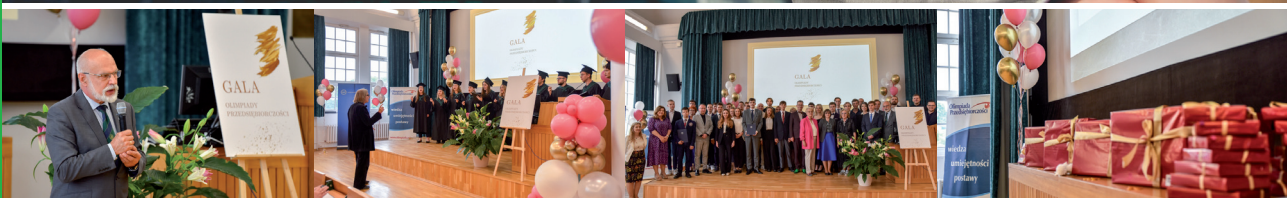




Olimpiada Przedsiębiorczości

WIEDZA, UMIEJĘTNOŚCI, POSTAWY



LIPIEC 2024



Olimpiada Przedsiębiorczości

wiedza, umiejętności, postawy

*Projekt realizowany z Narodowym Bankiem Polskim
w ramach programu edukacji ekonomicznej
oraz*

*Polsko-Amerykańską Fundacją Wolności
Partnerami Głównymi Olimpiady*



**NARODOWY
BANK POLSKI**



**POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI**

*The project implemented with Narodowy Bank Polski
under the economic education programme
and
the Polish-American Freedom Foundation
Main Partners of the Olympiad*

Projekt realizowany jako zadanie publiczne Ministra Edukacji Narodowej

Project conducted as a public task of the Ministry of National Education

Warszawa, lipiec 2024

© Copyright by

Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

al. Niepodległości 162, lokal 150

02-554 Warszawa

<http://www.fundacja.edu.pl>

<http://www.olimpiada.edu.pl>

e-mail: biuro@fundacja.edu.pl

ISBN: 978-83-63127-39-8



Spis treści

Wstęp 5

Organizacja Olimpiady

Organizatorzy Olimpiady Przedsiębiorczości oraz skład Komitetów 11

Informacje o Partnerach Głównych Olimpiady 14

Program Olimpiady Przedsiębiorczości 16

Nagrody i uprawnienia 26

Zmiany organizacyjne w kolejnych edycjach Olimpiady Przedsiębiorczości 26

Portal – wiedza, informacja, komunikacja 28

Doświadczenia XIX edycji

Przebieg XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości 33

Poczet laureatów XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości 36

Ranking szkół 43

Zwycięzcy o Olimpiadzie 45



Wiedza, umiejętności, postawy – testy i zadania XIX edycji

Test z zawodów szkolnych z komentarzami	51
Test z zawodów okręgowych z komentarzami	72
Zadania sytuacyjne	91
Test z eliminacji centralnych z komentarzami	94

Działania towarzyszące XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości

Kilka słów od Organizatorów	117
Innowatorium. Tydzień Przedsiębiorczości	118
Praktyk Biznesu	123
Sukces w finansach osobistych	125
Diamenty Przedsiębiorczości	128

Wstęp do XX edycji

Założenia programowe XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości	133
Terminarz zawodów XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości	135



Wstęp

Publikacja „Olimpiada Przedsiębiorczości – wiedza, umiejętności, postawy” stanowi podsumowanie XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości – ogólnopolskiej olimpiady przedmiotowej skierowanej do uczniów szkół ponadpodstawowych, która odbyła się w roku szkolnym 2023/2024, a także wprowadzenie do nadchodzącej XX edycji.

W opracowaniu znajdują Państwo wszelkie informacje na temat projektu, zarówno dotyczące zasad jego organizacji, jak i szczegółowe omówienie przebiegu XIX edycji. Trzon publikacji stanowią zagadnienia merytoryczne – zamieszczono w niej testy i zadania ze wszystkich szczebli eliminacji zakończonej edycji wzbogacone o merytoryczne komentarze ekspertów.

Mamy nadzieję, że zawarte w publikacji informacje ułatwią zarówno uczniom, jak i nauczycielom efektywne przygotowanie do rozgrywek w kolejnych edycjach Olimpiady.

Problematyka funkcjonowania jednostki i organizacji w gospodarce rynkowej była w polskim systemie kształcenia długo pomijana, jednak postępujące procesy przemian gospodarczych sprawiły, że zauważono tę lukę w edukacji młodzieży i postanowiono ją wypełnić. Pomysł wprowadzenia do programu nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości wdrożono ponad dwie dekady temu i został on pozytywnie przyjęty zarówno przez nauczycieli, rodziców i uczniów, jak i przedsiębiorców, instytucje samorządowe oraz organizacje pozarządowe. Dziś znaczenie przedsiębiorczości w procesie nauczania zostało szczególnie wzmocnione. Wraz z rokiem szkolnym 2023/2024 szkoły rozpoczęły realizację nowego, rozszerzonego przedmiotu biznes i zarządzanie, którego efekty nauczania mogą być weryfikowane podczas egzaminu maturalnego. Oczywiście jest również to, że nadal niezwykle potrzebne są działania edukacyjne służące poszerzaniu wiedzy ekonomicznej młodych ludzi i rozbudzaniu wśród nich zainteresowania sprawami gospodarczymi. Takim przedsięwzięciem jest właśnie Olimpiada Przedsiębiorczości – ogólnopolski konkurs realizowany na zasadach olimpiady przedmiotowej. Jako jego organizatorzy mamy nadzieję, że przygotowując kolejne edycje, wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom nie tylko uczniów i ich nauczycieli, lecz także wielu środowisk pozaszkolnych.

Celem Olimpiady Przedsiębiorczości jest przede wszystkim kształtowanie i wzmacnianie postaw przedsiębiorczych wśród uczniów oraz uświadamianie im konieczności zachowywania się w sposób przedsiębiorczy, jeżeli chcą realizować własne cele w życiu prywatnym i zawodowym. Olimpiada ma także służyć doskonaleniu u młodych ludzi umiejętności analizy zjawisk zachodzących w gospodarce, rozwijaniu zdolności myślenia analitycznego i syntetycznego, planowania oraz realizacji przedsięwzięć, a także rozwiązywania w sposób twórczy problemów i skutecznego komunikowania się. Projekt buduje też pozytywne nastawienie do działalności

biznesowej, wspiera wypracowywanie wzorca dydaktycznego, który umożliwiłby nauczycielom rozwijanie zachowań przedsiębiorczych u młodzieży uzdolnionej, a także zachęca do podejmowania studiów na uczelniach ekonomicznych.

Zakres tematyczny Olimpiady odpowiada programowi nauczania przedmiotów biznes i zarządzanie oraz podstawy przedsiębiorczości, ale zbiór zagadnień jest poszerzany o problematykę związaną ze zmieniającym corocznie hasłem przewodnim. Hasło I edycji Olimpiady brzmiało: „Etyka w działalności biznesowej”, II edycji – „Tworzenie wartości przedsiębiorstwa”, III edycji – „Psychologia biznesu”, IV edycji – „Współczesne koncepcje i metody zarządzania”, V edycji – „Marketing – mechanizmy, instrumenty, strategię”, VI – „Inwestor na rynku – giełda, prywatyzacje, fuzje i przejęcia”, VII – „Społeczna odpowiedzialność biznesu”, VIII – „Ludzie w przedsiębiorstwie”, IX – „Własna firma”, X – „Zarządzanie zmianą”, XI – „Nowe przewagi konkurencyjne – technologia, informacja, społeczność”, XII – „Przywództwo w biznesie”, XIII – „Sukces w biznesie – ludzie, wizerunek, strategia”, XIV – „Trendy na rynku kapitałowym”, XV – „Zarządzanie różnorodnością w organizacji – kultura, pracownik, struktura”, XVI – „Biznes w uwarunkowaniach zrównoważonego rozwoju”, XVII – „Strategie inwestowania na rynku kapitałowym”, XVIII – „Biznes i zarządzanie”, XIX – „Zrównoważone przedsiębiorstwo”.

Nadchodząca XX edycja zostanie zorganizowana pod hasłem: „Transformacja cyfrowa przedsiębiorstwa”, z tradycyjnym rozwinięciem na trzy podtematy: sztuczna inteligencja i nowe technologie cyfrowe, digitalizacja procesów i działalności operacyjnej oraz nowe modele biznesu w generowaniu wartości rynkowej.

Ze względu na zróżnicowanie celów Olimpiady oraz dużą rozpiętość tematyczną zagadnień poruszanych podczas kolejnych jej edycji, w trakcie zawodów oceniane są nie tylko wiedza uczestników i jej przełożenie na praktyczne umiejętności, lecz także reprezentowane przez zawodników postawy i zachowania przedsiębiorcze. Sprawdzaniu wiedzy służą testy, natomiast ocenie postaw i zachowań przedsiębiorczych – rozwiązywane przez uczniów w trakcie pracy grupowej studia przypadków, jak również zespołowe i indywidualne prezentacje na zadane tematy.

Organizatorem Olimpiady jest Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych wraz z pięcioma publicznymi uczelniami ekonomicznymi: Szkołą Główną Handlową w Warszawie oraz Uniwersytetami Ekonomicznymi w Katowicach, Krakowie, Poznaniu i Wrocławiu.

Olimpiada dofinansowywana jest ze środków Narodowego Banku Polskiego i Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności – Partnerów Głównych przedsięwzięcia, jak również ze środków Ministerstwa Edukacji Narodowej.

Inicjatywę wspierają ponadto: Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Krajowa Izba Gospodarcza i Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej. Patronami medialnymi są Głos Nauczycielski i Perspektywy.pl.

Mamy nadzieję, że nadchodząca i kolejne edycje Olimpiady nadal będą się cieszyć popularnością, a także dostarczą uczestnikom rywalizacji wielu emocji i satysfakcji z osiągniętych wyników.

Z życzeniami interesującej lektury
Organizatorzy

The Entrepreneurship Olympiad – knowledge, skills, attitudes

The Entrepreneurship Olympiad is an annual national competition addressed to pupils from secondary schools. It has been organized by the Foundation for the Promotion and Accreditation of Economic Education with Universities of Economics from Cracow, Katowice, Poznan, Wroclaw and the Warsaw School of Economics since 2005. The strategic partners of the Olympiad are: the Polish-American Freedom Foundation and the National Bank of Poland. The Olympiad is also co-financed from funds of the Ministry of Education and Science.

The contest is very popular among young people. Each edition of the competition gathers between 6,000 and 23,000 young people from schools all over Poland. The Olympiad aims at promoting and strengthening entrepreneurship among pupils of secondary schools, creating a positive climate over business activity and designing a didactic model which would support teachers in encouraging top-pupils to develop their interest in economy and to study at universities of economics. The required knowledge is compatible with the curriculum of the course on entrepreneurship taught at secondary schools. It is also each year enriched with one leitmotiv (so far, there were as follows: 'Ethics in Business' – 1st edition, 'Creating the Enterprise's Value' – 2nd edition, 'Psychology of Business' – 3rd edition, 'Modern Management – Concepts and Methods' – 4th edition, 'Marketing in the Enterprise – Mechanisms, Instruments, Strategies' – 5th edition, 'Market Investor – Stock Exchange, Privatizations, Mergers and Acquisitions' – 6th edition and 'Corporate Social Responsibility' – 7th edition. 'People in the Enterprise' – 8th edition, 'Running own business' – 9th edition, 'Change management' – 10th edition, 'New competitive advantages – Technology, Information, Community' – 11th edition, 'Leadership in Business' – 12th edition, 'Success in Business' – 13th edition, 'Trends on the capital market' – 14th edition, "Diversity Management" – 15th edition, 'Business in the sustainability context' – 16th edition, 'Investment strategies on the capital market' – 17th edition, 'Project management' – 18th edition, 'Sustainable enterprise' – 19th edition, 'Digital transformation of a company' is planned for the 20th edition. Diverse aims and range of the Olympiad's themes result in a situation when both the knowledge of participants and the practical aspects: their entrepreneurial attitudes and behaviours are being assessed. The knowledge is evaluated with the use of tests whereas attitudes and behaviours are graded during case studies and presentations.

Część I



Organizacja Olimpiady

Organizatorzy Olimpiady Przedsiębiorczości oraz skład Komitetów

Organizator Olimpiady

Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

Współorganizatorzy

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Partnerzy Główni

Narodowy Bank Polski
Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności

Projekt wspiera

Ministerstwo Edukacji Narodowej

Partnerzy Organizacyjni

Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości

Klub Patronów Olimpiady

Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej
Krajowa Izba Gospodarcza

Patroni medialni

Głos Nauczycielski
Perspektywy.pl

Komitet Główny Olimpiady Przedsiębiorczości

prof. Marek Rocki (Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych)
– przewodniczący

Podkomitet Naukowy

- 1) prof. Maria Romanowska (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie) – przewodnicząca
- 2) prof. Piotr Wachowiak (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie) – sekretarz
- 3) prof. Mariusz Bratnicki (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach)
- 4) mgr Zygmunt Kawecki (Stowarzyszenie Nauczycieli Przedsiębiorczości i Edukacji Ekonomicznej)
- 5) dr Małgorzata Kosała (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
- 6) prof. Jan Lichtarski (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
- 7) prof. Hanna Mizgajska (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)

Podkomitet Organizacyjny

- 1) prof. Marek Rocki (Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych) – przewodniczący
- 2) dr Marcin Dąbrowski (Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych) – sekretarz
- 3) prof. Wojciech Dyduch (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach)
- 4) dr Zbigniew Michalik (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
- 5) prof. Dariusz Nowak (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)
- 6) prof. Jerzy Niemczyk (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
- 7) prof. Roman Sobiecki (Szkola Główna Handlowa w Warszawie)

Rada Konsultacyjna

- 1) mgr Patryk Araszekiewicz (XIII Liceum Ogólnokształcące w Szczecinie)
- 2) mgr Tomasz Bieńkowski (V Liceum Ogólnokształcące im. A. Witkowskiego w Krakowie)
- 3) mgr Piotr Bury (I Liceum Ogólnokształcące im. M. Skłodowskiej-Curie w Pile)
- 4) mgr Andrzej Czyżewski (IV Liceum Ogólnokształcące im. T. Kościuszki w Toruniu)
- 5) mgr Małgorzata Drwięga (Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu)
- 6) mgr Marcin Gut (Liceum Ogólnokształcące Towarzystwa Szkolnego im. M. Reja w Bielsku-Białej)
- 7) mgr Piotr Głogowski (XXVII Liceum Ogólnokształcące im. T. Czackiego w Warszawie)
- 8) mgr Marta Helt (Liceum Ogólnokształcące nr III im. A. Mickiewicza we Wrocławiu)
- 9) mgr Wojciech Kątnik (IV Liceum Ogólnokształcące im. M. Kopernika w Rzeszowie)
- 10) mgr Waldemar Kotowski (III Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi im. Marynarki Wojennej RP w Gdyni)
- 11) mgr Grażyna Kozłowska (Publiczne Liceum Ogólnokształcące nr III z Oddziałami Dwujęzycznymi im. M. Skłodowskiej-Curie w Opolu)
- 12) mgr Marta Martyniuk (Liceum Ogólnokształcące im. św. Jadwigi Królowej w Kielcach)
- 13) mgr Ewa Michalska (Publiczne Liceum Ogólnokształcące nr II z Oddziałami Dwujęzycznymi im. M. Konopnickiej w Opolu)
- 14) mgr Ewa Nowak (Liceum Ogólnokształcące nr VII im. K. K. Baczyńskiego we Wrocławiu)
- 15) mgr Sabina Pasiut (I Liceum Ogólnokształcące im. J. Długosza w Nowym Sączu)
- 16) mgr Marcin Pudło (I Liceum Ogólnokształcące im. M. Kopernika w Krośnie)
- 17) mgr Lucja Ryńska (III Liceum Ogólnokształcące im. K. K. Baczyńskiego w Białymstoku)
- 18) dr Wioletta Turowska (Liceum Ogólnokształcące nr III im. A. Mickiewicza we Wrocławiu)
- 19) mgr Andrzej Urban (Liceum Ogólnokształcące nr XII im. Bolesława Chrobrego we Wrocławiu)

W skład Rady Konsultacyjnej wchodzi nauczyciele – opiekunowie zawodników, którzy w dotychczas przeprowadzonych edycjach Olimpiady osiągnęli najlepsze wyniki. Zadaniem Rady jest pomoc w doskonaleniu organizacji zawodów. Członkowie Rady nie biorą natomiast udziału w pracach nad przygotowaniem pytań i zadań będących przedmiotem zawodów.

Komitety Okręgowe Olimpiady Przedsiębiorczości

Komitet Okręgowy w Katowicach (1)

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

- 1) prof. Wojciech Dyduch – przewodniczący
- 2) dr Bartłomiej Gabryś
- 3) dr Katarzyna Bratnicka
- 4) mgr Małgorzata Bakalarska-Dyduch – sekretarz

Komitet Okręgowy w Warszawie (2)

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

- 1) prof. Marta Juchnowicz – przewodnicząca
- 2) prof. Rafał Mrówka
- 3) prof. Roman Sobiecki
- 4) Karolina Malinowska – sekretarz

Komitet Okręgowy w Krakowie (3)

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

- 1) prof. Stanisław Mazur – przewodniczący
- 2) prof. Maria Urbaniec
- 3) dr Małgorzata Kosała
- 4) dr Marcin Piątkowski
- 5) dr Zbigniew Michalik – sekretarz

Komitet Okręgowy w Poznaniu (4)

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

- 1) prof. Dariusz Nowak – przewodniczący
- 2) dr inż. Łukasz Wściubiak
- 3) dr Sebastian Chęciński
- 4) dr Bartosz Marcinkowski
- 5) dr Sebastian Narojczyk – sekretarz

Komitet Okręgowy we Wrocławiu (5)

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- 1) prof. Andrzej Kaleta – przewodniczący
- 2) prof. Grzegorz Krzos
- 3) dr inż. Letycja Sołoducho-Pelc
- 4) dr Magdalena Rajchelt-Zublewicz
- 5) dr inż. Małgorzata Matyja – sekretarz



Informacje o Partnerach Głównych Olimpiady



**NARODOWY
BANK POLSKI**

Projekt realizowany
z Narodowym Bankiem Polskim
w ramach programu edukacji ekonomicznej

Narodowy Bank Polski jest centralnym bankiem państwa odpowiadającym za politykę pieniężną i stabilność cen. Jego funkcje określa Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej i ustawa o NBP. NBP ma wyłączne prawo emisji pieniądza. Jako bank centralny nie prowadzi rachunków bankowych obywateli, nie przyjmuje od nich lokat, nie udziela kredytów. Prowadzi natomiast obsługę budżetu państwa, a także podmiotów sektora finansów publicznych. Gromadzi rezerwy walutowe państwa i zarządza nimi. Pełni funkcję banku banków, tworząc warunki do działania systemu bankowego. Jest również jednym z najważniejszych ośrodków naukowo-analitycznych w dziedzinie ekonomii i rynków finansowych.

www.nbp.pl

Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Fundacja została utworzona przez Polsko-Amerykański Fundusz Przedsiębiorczości, który w latach dziewięćdziesiątych aktywnie wspierał rozwój gospodarki rynkowej w Polsce.

PAFW rozpoczęła swoją działalność w 2000 roku z podwójną misją: wspierania procesu konsolidacji polskich przemian zapoczątkowanych w 1989 roku, a także dzielenia się polskim doświadczeniem z transformacji z innymi krajami postkomunistycznymi. Swoją misję Fundacja realizuje poprzez programy w trzech głównych obszarach: edukacji, rozwoju społeczności lokalnych oraz dzielenia się polskim doświadczeniem w zakresie transformacji. Od początku przedsięwzięcia te były skierowane przede wszystkim do mieszkańców wsi i małych miast.

Od 2000 roku Fundacja przeznaczyła na swoją działalność programową ponad 255 mln USD, a zarazem pozyskała na rzecz fundacyjnych programów ponad 276 mln USD z innych źródeł. W tym czasie w ramach programów PAFW sfinansowano ponad 33 tysiące stypendiów, 20 tysięcy projektów lokalnych z udziałem setek tysięcy osób, zorganizowano szkolenia dla 160 tysięcy nauczycieli, a także dla 32 tysięcy liderów i pracowników organizacji pozarządowych, poza tym około 10 tysięcy bibliotekarzy zostało objętych szkoleniami służącymi podnoszeniu ich kwalifikacji i kompetencji. W ramach wizyt studyjnych do Polski przyjechało ponad 15 tysięcy osób z Ukrainy, Białorusi, Rosji, Gruzji, Mołdawii oraz innych krajów.

Sukcesem wartym szczególnego odnotowania była współpraca PAFW z Fundacją Billa i Melindy Gatesów, co w latach 2008–2015 pozwoliło na realizację unikalnego w skali kraju Programu Rozwoju Bibliotek. Przedsięwzięcie, na które Fundacja Gatesów przekazała PAFW grant w wysokości blisko 31 milionów dolarów, przyczyniło się do przekształcenia blisko 4 tysięcy placówek bibliotecznych z ponad 1250 gmin w nowoczesne, wielofunkcyjne centra dostępu do informacji, edukacji i kultury, animujące zarazem aktywność obywatelską.

Działalność Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności została doceniona przez Międzynarodowe Forum Ekonomiczne w Krynicy, które przyznało jej Nagrodę dla Organizacji Pozarządowej Europy Środkowo-Wschodniej Roku 2008, przede wszystkim za przedsięwzięcia o charakterze międzynarodowym. W roku 2014 Fundację uhonorowała Rada Atlantycka (The Atlantic Council): przyznała jej Nagrodę Wolności za pracę na rzecz wspierania społeczeństwa obywatelskiego i demokracji w Europie Środkowo-Wschodniej.

www.pafw.pl

Program Olimpiady Przedsiębiorczości

Założenia programowe

Olimpiada Przedsiębiorczości jest formą współzawodnictwa edukacyjnego, podczas którego oceniane są wiedza, umiejętności oraz postawy (w tym przede wszystkim szeroko rozumiane postawy przedsiębiorcze), a także wyrażające je zachowania przedsiębiorcze.

Cele

Celem głównym Olimpiady jest wzbudzenie oraz wzmocnienie zachowań przedsiębiorczych uczniów szkół ponadpodstawowych z całej Polski, poprzez realizację trzystopniowych zawodów XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości w roku szkolnym 2023/2024.

Cel główny zostanie osiągnięty poprzez następujące cele szczegółowe:

- zwiększenie zainteresowania uczniów tematyką przedsiębiorczości, zarządzania, ekonomii i finansów, psychologii i etyki biznesu – zgodnie z podstawą programową przedmiotów podstawy przedsiębiorczości oraz biznes i zarządzanie, jak również hasłem przewodnim edycji: „Zrównoważone przedsiębiorstwo”;
- zwiększenie wiedzy uczniów z zakresu przedsiębiorczości, zarządzania, ekonomii i finansów;
- zwiększenie umiejętności analizy zjawisk zachodzących w otoczeniu a także wnioskowania na temat ich wpływu na rzeczywistość ekonomiczno-społeczną;
- zwiększenie świadomości roli postawy przedsiębiorczej w funkcjonowaniu na rynku gospodarczym oraz rynku pracy;
- zwiększenie zainteresowania uczniów szkół ponadpodstawowych udziałem w olimpiadzie przedmiotowej jako formie sprawdzenia oraz podnoszenia wiedzy i umiejętności z zakresu edukacji ekonomicznej;
- zwiększenie motywacji uczniów do poszerzania wiedzy oraz wzmocnienia umiejętności z zakresu edukacji ekonomicznej oraz aktywnego uczestnictwa w działaniach kształtujących postawy przedsiębiorcze;
- podniesienie kompetencji społecznych, w tym postawy współdziałania oraz uczciwej rywalizacji;
- podniesienie rangi dyscyplin naukowych związanych z przedsiębiorczością, w tym nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów;
- przygotowanie społeczności Olimpiady Przedsiębiorczości do realizacji treści programowych przedmiotu biznes i zarządzanie;
- podniesienie aktywności nauczycieli oraz środowiska szkolnego w zakresie współtworzenia społeczności działającej na rzecz Olimpiady Przedsiębiorczości.

Ponadto istotną rolę Olimpiady jest zachęcanie młodzieży do studiowania na uczelniach ekonomicznych.



Metodyka

Przebieg poszczególnych etapów Olimpiady opiera się na metodach sprawdzających zarówno wiedzę, umiejętności, jak i postawy oraz formach zarówno indywidualnych, jak i grupowych.

Rodzaj stosowanych metod uzależniony jest od stopnia Olimpiady – im wyższy, tym większe nastawienie na sprawdzenie umiejętności oraz postaw.

I stopień Olimpiady – eliminacje szkolne (jednoetapowe):

1. etap – TEST (praca indywidualna)

II stopień Olimpiady – eliminacje okręgowe (dwuetapowe):

1. etap – TEST (praca indywidualna)
2. etap – ZADANIE SYTUACYJNE z obroną rozwiązania przed Komisją (praca grupowa)

III stopień Olimpiady – eliminacje centralne (trzyetapowe):

1. etap – TEST (praca indywidualna)
2. etap – ELEVATOR PITCH – prezentacje pomysłu na własny biznes z pytaniami Komisji (praca indywidualna)
3. etap – QUIZ „1 z 10” (praca indywidualna)

Dwuetapowość II stopnia (eliminacje okręgowe) oraz trzyetapowość III stopnia (eliminacje centralne) Olimpiady Przedsiębiorczości, zakładająca, że w pierwszej części zawodnicy wypełniają test, w drugiej zaś stosowane są metody odwołujące się do umiejętności, postaw i zachowań przedsiębiorczych (zadanie sytuacyjne, prezentacja w interakcji z komisją oceniającą) ma zapewnić z jednej strony wysoce zobiektywizowaną formę sprawdzania wiedzy, z drugiej zaś umożliwić komisji ocenę umiejętności i postaw.

Zakres tematyczny

Zakres tematyczny Olimpiady jest zgodny z podstawą programową przedmiotu podstawy przedsiębiorczości oraz przedmiotu biznes i zarządzanie a ponadto rozszerzony o zagadnienia związane z hasłem przewodnim edycji.

Zakres tematyczny tworzą: blok stały oraz blok zmienny, związany z corocznie ustalonym hasłem przewodnim.

- I. Stały blok tematyczny jest niezmienny dla wszystkich edycji Olimpiady i obejmuje – wynikające wprost z podstawy programowej przedmiotu – w okresie przejściowym dwóch przedmiotów, tj. podstawy przedsiębiorczości – następujące obszary: gospodarka rynkowa, rynek finansowy, rynek pracy, przedsiębiorstwo oraz biznes i zarządzanie – następujące obszary: osoba przedsiębiorcza we współczesnym świecie, zarządzanie projektami, gospodarka rynkowa, finanse osobiste, osoba przedsiębiorcza na rynku pracy, przedsiębiorstwo.
- II. Zmienny blok tematyczny ustalany jest corocznie dla każdej edycji Olimpiady i wiąże się z problematyką wynikającą z hasła danej edycji.

III. Hasło przewodnie XIX edycji Olimpiady to: „Zrównoważone przedsiębiorstwo”:

- gospodarowanie zasobami
- oddziaływanie na otoczenie
- godna praca.

Rozsądne gospodarowanie zasobami jest kluczowym zadaniem nie tylko rządów i organizacji pozarządowych, ale dotyczy wszystkich konsumentów, obywateli, organizacji. To nakłada również na przedsiębiorstwa powinność, aby część swoich zysków przeznaczają na nowe technologie oparte na źródłach czystej energii, ograniczały produkcję nieprzetworzonych odpadów, zmniejszały marnotrawstwo między innymi poprzez wydłużenie cyklu życia swoich produktów i nowe innowacyjne technologie, ale również włączyły się w finansowanie międzynarodowych i krajowych programów ochrony środowiska i kształtowania proekologicznych postaw konsumentów. Z tym wiąże się też szczególnie wyzwanie dla przedsiębiorstw docenienia i rozbudowania zasobów niematerialnych, które charakteryzują się tym, że nie uszczuplają zasobów, a tworzą wartość dodaną. Ważne jest również, aby tak gospodarować innymi zasobami, aby przedsiębiorstwo mogło rozwijać się obecnie i w przyszłości. To kryje w sobie hasło gospodarowanie zasobami.

Co oznacza hasło oddziaływanie na otoczenie? Każde przedsiębiorstwo jest uczestnikiem różnych procesów, które zachodzą w jego otoczeniu. Koncepcja odpowiedzialności społecznej zakłada, że w swoich celach strategicznych przedsiębiorstwo powinno uwzględniać aspekty społeczne, aspekty środowiskowe oraz relacje z kluczowymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami. Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w zasoby ludzkie, ochronę środowiska, relacje z otoczeniem przedsiębiorstwa i informowanie o tych działaniach. Oznacza to działanie zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju z uwzględnianiem interesów ekonomicznych. Oddziaływanie na otoczenie to szeroko pojęta odpowiedzialność przedsiębiorstwa.

Czym jest godna praca? Godna praca to nie tylko zapewnienie pracownikom godnej płacy, dobrych warunków pracy i możliwość rozwoju. Obecnie pracownicy przez godną pracę rozumieją również zagwarantowanie dobrostanu, równowagi między życiem osobistym i zawodowym, satysfakcji z pracy. Przywiązują szczególną wagę do postępowania zgodnie z prawem i powszechnie przyjętymi wartościami. Są także zwolennikami elastycznego zatrudnienia. Ważne jest uświadomienie przez przedsiębiorstwo, że pracownicy różnią się między sobą i że ta różnorodność jest korzystna z punktu widzenia rozwoju przedsiębiorstwa. Te uwarunkowania powinny brać pod uwagę przedsiębiorstwa chcące zapewnić swoim pracownikom godną pracę.

XIX edycja (rok szkolny 2023/2024)

Hasło zmienne dziewiętnastej edycji Olimpiady to: „Zrównoważone przedsiębiorstwo”:

- gospodarowanie zasobami
- oddziaływanie na otoczenie
- godna praca.

XVIII edycja (rok szkolny 2022/2023)

Hasło zmienne osiemnastej edycji Olimpiady to: „**Biznes i zarządzanie**”. Tematem przewodnim tej edycji stał się obszar programowy nowego przedmiotu wchodzącego do szkół ponadpodstawowych i docelowo mającego zastąpić przedmiot podstawy przedsiębiorczości. Rozszerzeniem tego hasła stał się jeden z bloków tematycznych podstawy programowej, tj. „Zarządzanie projektami”.

XVII edycja (rok szkolny 2021/2022)

Hasło zmienne siedemnastej edycji to: **„Strategie inwestowania na rynku kapitałowym”**, z następującymi rozszerzeniami:

- rynki obrotu papierami wartościowymi
- ryzyko, strategie inwestycyjne i zachowania inwestorów
- inwestycje alternatywne.

XVI edycja (rok szkolny 2020/2021)

Hasło przewodnie szesnastej edycji to: **„Biznes w uwarunkowaniach zrównoważonego rozwoju”**, z rozszerzeniami:

- odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw
- ekologia – ekotrendy i wyzwania ekologiczne
- dialog z interesariuszami.

XV edycja (rok szkolny 2019/2020)

Hasło zmienne edycji to: **„Zarządzanie różnorodnością w organizacji”**.

XIV edycja (rok szkolny 2018/2019)

Hasło przewodnie czternastej edycji Olimpiady to: **„Trendy na rynku kapitałowym”**. Hasło to dotyczyło przede wszystkim następujących obszarów:

- strategię inwestowania (ze szczególnym uwzględnieniem metod inwestowania, problematyki racjonalności inwestora i aspektów związanych z ryzykiem inwestycyjnym)
- rynki obrotu papierami wartościowymi (ze szczególnym uwzględnieniem funkcjonowania giełdy papierów wartościowych)
- innowacyjne instrumenty (ze szczególnym uwzględnieniem ewolucji rynku innowacji finansowych, funkcjonowania fintechów oraz rynku inwestycji alternatywnych).

XIII edycja (rok szkolny 2017/2018)

Hasło przewodnie trzynastej edycji Olimpiady to: **„Sukces w biznesie – ludzie, wizerunek, strategia”**. Hasło to dotyczyło przede wszystkim następujących obszarów:

- ludzie (uwaga skupiała się na tych działaniach przedsiębiorstwa wobec pracowników, które przekładają się na budowę potencjału konkurencyjnego organizacji)
- wizerunek (nacisk położono na koncepcje marketingowe i narzędzia Public Relations, jak również na koncepcje z innych dyscyplin, takie jak: społeczna odpowiedzialność biznesu, kształtowanie kultury organizacyjnej oraz employer branding)

- strategia (ze szczególnym uwzględnieniem kształtowania nowych modeli biznesowych i wzmocnienia przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw).

XII edycja (rok szkolny 2016/2017)

Hasło przewodnie dwunastej edycji Olimpiady brzmiało: **„Przedsiębiorczość w biznesie”**. Dotyczyło przede wszystkim następujących obszarów:

- wyzwania w kryzysie (ze szczególnym uwzględnieniem wpływu przywództwa na skuteczność działań restrukturyzacyjnych)
- wspieranie innowacji (w tym tworzenie warunków sprzyjających powstawaniu kultur organizacyjnych nastawionych na innowacje)
- budowanie zespołu (w tym zasady doboru, organizacja pracy zwiększająca skuteczność zespołu, umiejętności przewyższania sytuacji konfliktowych w zespole).

XI edycja (rok szkolny 2015/2016)

Hasło przewodnie jedenastej edycji Olimpiady brzmiało: **„Nowe przewagi konkurencyjne – technologia, informacja, społeczność”**.

Poprzez wybór tego tematu organizatorzy chcieli zwrócić uwagę uczniów na obszary zyskujące coraz większe znaczenie w budowaniu przewagi konkurencyjnej, takie jak nowe technologie, zarządzanie informacją czy media społecznościowe. Organizatorzy uznali, że problematyka budowania przewagi konkurencyjnej będzie stanowił istotne uzupełnienie zagadnień poruszanych podczas dotychczasowych edycji, których tematami zmiennymi były: etyka w działalności biznesowej, tworzenie wartości przedsiębiorstwa wraz ze współczesnymi koncepcjami zarządzania, psychologia biznesu, marketing, zagadnienia związane z inwestycjami, społeczna odpowiedzialność biznesu, zarządzanie ludźmi czy zakładanie i prowadzenie własnej firmy.

Hasło to dotyczyło przede wszystkim następujących wzajemnie powiązanych obszarów:

- przewagi związane z technologiami zmieniającymi różne obszary przedsiębiorstwa (ze szczególnym uwzględnieniem rewolucji cyfrowej i nowych modeli e-commerce)
- wykorzystanie informacji w kreowaniu przewag konkurencyjnych (systemy zarządzania, Big Data)
- marketing internetowy, prosumpcja i współczesne sposoby budowania relacji z klientami.

X edycja (rok szkolny 2014/2015)

Hasło przewodnie dziesiątej edycji Olimpiady brzmiało: **„Zarządzanie zmianą”**.

Proponując ten temat, organizatorzy chcieli zainspirować uczniów do bliższego przyjrzenia się zagadnieniom dotyczącym wdrażania nowych przedsięwzięć biznesowych i zarządzania nimi w przedsiębiorstwie. Hasło „Zarządzanie zmianą” odnosiło się przede wszystkim do następujących zagadnień:

- wdrażanie nowych przedsięwzięć
- postawy wobec zmian
- restrukturyzacja.

W ramach pierwszego obszaru szczególny nacisk został położony na koncepcje, narzędzia i techniki wykorzystywane we wdrażaniu nowych przedsięwzięć biznesowych (ze szczególnym uwzględnieniem podejścia projektowego i procesowego oraz narzędzi kontroli strategicznej).

W ramach drugiego obszaru uwaga uczniów została skupiona na miękkich elementach zarządzania zmianą, w szczególności na takich problemach, jak: przełamywanie oporu wobec zmiany, pozyskiwanie wsparcia, rola liderów zmian, komunikacja w procesie zmiany, kształtowanie kultury organizacyjnej sprzyjającej zarządzaniu zmianą.

W ramach ostatniego obszaru zostały poruszone zagadnienia dotyczące restrukturyzacji przedsiębiorstw, zarówno naprawczej (jako odpowiedzi na kryzys w przedsiębiorstwie), jak i rozwojowej.

IX edycja (rok szkolny 2013/2014)

Hasło przewodnie dziewiątej edycji Olimpiady brzmiało: **„Własna firma”**.

Wybierając ten temat, organizatorzy chcieli zwrócić uwagę uczniów na problematykę zakładania i prowadzenia własnej firmy.

Hasło „Własna firma” odnosiło się przede wszystkim do zagadnień:

- koncepcje uruchamiania biznesu
- formy organizacyjno-prawne
- rozwój i finansowanie działalności.

W ramach pierwszego obszaru szczególny nacisk został położony na sposoby i metody weryfikacji pomysłów biznesowych oraz narzędzia i techniki wykorzystywane przez przedsiębiorców do kreowania nowych pomysłów biznesowych.

W ramach drugiego obszaru uwaga została skupiona na wyborze formy prawnej dostosowanej do rodzaju działalności gospodarczej oraz na projektowaniu organizacyjnym.

W ramach ostatniego obszaru zostały poruszone przede wszystkim zagadnienia dotyczące wyboru optymalnej struktury finansowania działalności gospodarczej oraz rekomendowanych kierunków rozwoju.

VIII edycja (rok szkolny 2012/2013)

Hasło przewodnie ósmej edycji Olimpiady brzmiało: **„Ludzie w przedsiębiorstwie”**.

Poprzez wybór tego tematu organizatorzy chcieli zainspirować uczniów do bliższego przyjrzenia się zagadnieniom związanym z zarządzaniem ludźmi.

Hasło „Ludzie w przedsiębiorstwie” dotyczyło przede wszystkim tematów:

- rozwój pracowników
- praca w zespole
- kultura organizacyjna.

W ramach pierwszego obszaru szczególny nacisk położono na nowoczesne koncepcje i zarządzania sprzyjające rozwojowi pracowników, a także wykorzystywaniu kapitału ludzkiego do wzmacniania przewag konkurencyjnych przedsiębiorstwa.

W ramach drugiego obszaru skupiono uwagę na roli kierownika w zespole, na współpracy członków zespołu i ich integracji oraz na zaangażowaniu w pracę.

W ramach ostatniego obszaru poruszono przede wszystkim zagadnienia dotyczące kultury organizacyjnej nastawionej na rozwój pracowników, oddziaływania kultury na funkcjonowanie organizacji, a także zmian kultury organizacyjnej na poziomie artefaktów, uznawanych wartości i podstawowych założeń.

VII edycja (rok szkolny 2011/2012)

Hasło przewodnie siódmej edycji Olimpiady brzmiało: **„Społeczna odpowiedzialność biznesu”**.

Proponując ten temat, organizatorzy chcieli zainspirować uczniów do bliższego przyjrzenia się zagadnieniom związanym z jedną z dynamicznie rozwijających się w ostatnich latach koncepcji zarządzania.

Hasło „Społeczna odpowiedzialność biznesu” odnosiło się przede wszystkim do zagadnień:

- zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa
- relacje przedsiębiorstwa z pracownikami
- współpraca firmy z otoczeniem.

W ramach pierwszego obszaru szczególny nacisk położono na zagadnienia rozwoju przedsiębiorstwa – takiego, który umożliwi zwiększenie jego bieżącej wartości i zapewni warunki do zwiększenia wartości przedsiębiorstwa w przyszłości.

W ramach drugiego obszaru skupiono uwagę na działaniach przedsiębiorstwa wobec pracowników, które przekładają się na budowę potencjału konkurencyjnego i społecznego organizacji.

W ramach ostatniego obszaru poruszono przede wszystkim kwestie dotyczące zachowań przedsiębiorstw wobec interesariuszy zewnętrznych: klientów, dostawców, partnerów biznesowych, konkurentów, jak również społeczności lokalnej.

VI edycja (rok szkolny 2010/2011)

Hasło przewodnie szóstej edycji Olimpiady brzmiało: **„Inwestor na rynku – giełda, prywatyzacje, fuzje i przejęcia”**.

Poprzez wybór tego tematu organizatorzy chcieli przybliżyć uczniom zagadnienia rynku kapitałowego oraz spojrzeć na inwestycje z perspektywy przedsiębiorstw i inwestorów.

Hasło dotyczyło przede wszystkim obszarów tematycznych:

- aktywność inwestora na rynku kapitałowym

- zmiany własnościowe w przedsiębiorstwach, w tym procesy prywatyzacyjne
- inwestycje na rynku prywatnym.

W ramach pierwszego obszaru szczególny nacisk został położony na proces pozyskiwania nowych środków finansowych (z perspektywy przedsiębiorstwa) i na kształtowanie optymalnego portfela inwestycyjnego (z perspektywy inwestora).

W ramach drugiego obszaru uwaga została skupiona na konsekwencjach zmian własnościowych przedsiębiorstw, w szczególności w kontekście IPO (pierwszych emisji publicznych).

W ramach ostatniego obszaru uwypuklono przede wszystkim problematykę inwestycji kapitałowych na rynku niepublicznym, z uwzględnieniem kwestii złożoności procesu podejmowania decyzji inwestycyjnych.

V edycja (rok szkolny 2009/2010)

Hasło przewodnie piątej edycji Olimpiady brzmiało: **„Marketing w przedsiębiorstwie – mechanizmy, instrumenty, strategie”**.

Decydując się na ten temat, organizatorzy chcieli zainteresować uczniów osiągnięciami i trendami, które w ostatnich latach pojawiły się w marketingu.

Hasło „Marketing w przedsiębiorstwie – mechanizmy, instrumenty, strategie” dotyczyło przede wszystkim zagadnień:

- mechanizmy myślenia i działania na rynku
- instrumenty oddziaływania na klientów
- strategie marketingowe we współczesnych warunkach rynkowych.

W ramach pierwszego obszaru nacisk położono na problem istoty koncepcji marketingowych oraz ich wykorzystania zarówno w działalności produkcyjnej i handlowej, jak i usługowej.

W zakresie instrumentów marketingu uwaga została skupiona na podstawowych narzędziach oddziaływania na konsumentów i klientów instytucjonalnych: produkcji, cenie, dystrybucji, promocji i personelu oraz na wyłaniających się obecnie sposobach oddziaływania.

Trzeci obszar dotyczył sposobów formułowania i wdrażania przez podmioty gospodarcze strategii marketingowych w różnych warunkach rynkowych, a także planowania i organizowania działalności marketingowej.

IV edycja (rok szkolny 2008/2009)

Hasło przewodnie czwartej edycji Olimpiady brzmiało: **„Współczesne zarządzanie – koncepcje i metody”**.

Poprzez wybór tego tematu organizatorzy chcieli skierować uwagę uczniów na najważniejsze trendy w naukach o zarządzaniu i zainteresować ich najbardziej innowacyjnymi koncepcjami biznesowymi.

Hasło „Współczesne zarządzanie – koncepcje i metody” odnosiło się przede wszystkim do zagadnień:

- nowe modele biznesowe
- zarządzanie zmianą
- rola wiedzy w przedsiębiorstwie.

W ramach tematyki kształtowania nowych modeli biznesowych zostało poruszone przede wszystkim zagadnienie wzmacniania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw poprzez odpowiednią konfigurację posiadanych zasobów i kluczowych kompetencji.

W kontekście zarządzania zmianą największy nacisk położono na koncepcje i metody ułatwiające wdrażanie zmian w przedsiębiorstwach, ze szczególnym uwzględnieniem roli otoczenia biznesowego.

W ramach trzeciego obszaru poruszana była głównie problematyka zarządzania zasobami ludzkimi w aspekcie generowania wiedzy w organizacji.

III edycja (rok szkolny 2007/2008)

Hasło przewodnie trzeciej edycji Olimpiady brzmiało: **„Psychologia biznesu”**.

Wybierając ten temat, organizatorzy chcieli zainteresować uczniów problematyką zachowań ekonomicznych przedsiębiorców, konsumentów oraz inwestorów. Uznano, że w III edycji dobrym uzupełnieniem konsekwentnego wzmacniania przez Olimpiadę pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy będzie uświadomienie uczestnikom, że o ostatecznym sukcesie w biznesie w dużym stopniu decydują elementy miękkie, z pogranicza ekonomii, zarządzania i psychologii.

Coraz większe znaczenie zasobów niematerialnych w gospodarce powoduje, że współczesny menedżer, oprócz wiedzy na temat tego, jaką strategię rozwoju przedsiębiorstwa wybrać, jak wzmocnić przewagi konkurencyjne, jaki model biznesowy przyjąć do realizacji stawianych celów strategicznych, musi także w coraz większym stopniu uwzględniać sposób kształtowania relacji międzyludzkich zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji. Aby skutecznie zarządzać zasobami niematerialnymi (kapitałem ludzkim, relacjami z klientami, kapitałem organizacyjnym), menedżer musi rozumieć mechanizm funkcjonowania człowieka w organizacji i wiedzieć, w jaki sposób oddziaływać na efekty pracy grupowej, jak wpływać na decyzje klientów, jak skutecznie negocjować, a także w jaki sposób motywować pracowników. Równie istotne znaczenie mają umiejętności komunikacji interpersonalnej, przeciwdziałania sytuacjom konfliktowym i podejmowania decyzji.

Hasło „Psychologia biznesu” odnosiło się przede wszystkim do trzech zagadnień:

- działania menedżerskie
- zachowania konsumenckie
- decyzje inwestorskie.

Spśród psychologicznych aspektów działań menedżerskich zostały poruszone między innymi następujące zagadnienia: funkcjonowanie człowieka w organizacji, praca grupowa i relacje w zespołach, wywieranie wpływu na decyzje klientów, negocjacje, motywowanie pracowników, komunikacja interpersonalna, konflikt w organizacji oraz podejmowanie decyzji.

W ramach tematu zachowania konsumenckie największy nacisk został położony na zjawiska poprzedzające nabywanie przez konsumenta dóbr i usług, zachodzące w trakcie tego procesu i następujące po nim, a także na kwestię, w jaki sposób przedsiębiorcy mogą wpływać na te zachowania.

Zagadnienie psychologii biznesu w decyzjach inwestorskich dotyczyło w największym stopniu problematyki ryzyka.

II edycja (rok szkolny 2006/2007)

Hasło przewodnie drugiej edycji Olimpiady brzmiało: **„Tworzenie wartości przedsiębiorstwa”**.

Niemal każde przedsiębiorstwo za podstawowy cel przyjmuje zwiększanie swojej wartości rynkowej. Aby zaspokoić oczekiwania właścicieli przedsiębiorstwa i instytucji finansujących działalność (banki, fundusze inwestycyjne), przedsiębiorstwo powinno generować zysk wyższy od kosztu pozyskanego kapitału, czyli zwiększać swoją wartość.

W ostatnich latach można było zaobserwować zmiany w modelu zwiększania wartości przedsiębiorstwa. W tradycyjnym modelu odbywa się ono głównie w oparciu o zasoby materialne (dostęp do surowców i środków finansowych), ale w ostatnich latach znacznie większy wzrost osiągają firmy, które bazują na wartościach niematerialnych. Szacuje się, że w gospodarce opartej na wiedzy około 75 proc. wartości współczesnej organizacji uzależnione jest od zasobów niematerialnych. Nie zawsze też nastawienie wyłącznie na zysk doprowadza do wzrostu wartości przedsiębiorstwa. Firmy, które nie osiągają wysokich zysków bieżących, mogą zwiększać swoją wartość rynkową – wystarczy, że inwestorzy giełdowi ocenią, że spółka może w przyszłości generować duże przychody i zyski. Często też ma miejsce sytuacja odwrotna.

Warto również pamiętać o społecznej odpowiedzialności biznesu i o wartościach społecznych, które odgrywają istotną rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa oraz tworzeniu jego wartości.

Hasło przewodnie II edycji Olimpiady miało skłonić uczniów do zapoznania się z trzema zagadnieniami związanymi z wartością przedsiębiorstwa:

- sposoby i formy jego rozwoju
- problematyka pozyskiwania środków niezbędnych do finansowania strategii rozwoju (ze szczególnym uwzględnieniem rynku kapitałowego oraz oszczędności własnych przedsiębiorstw)
- kapitał intelektualny jako źródło wartości przedsiębiorstwa.

I edycja (rok szkolny 2005/2006)

Hasłem przewodnim I edycji Olimpiady była **„Etyka w działalności biznesowej”**.

Poprzez wybór tego tematu organizatorzy Olimpiady chcieli przybliżyć uczniom reguły, którymi powinni kierować się przedsiębiorcy, a także pokazać, że działalność biznesowa musi się opierać na zasadach etycznych. W przekonaniu organizatorów Olimpiady brak zachowań etycznych jest bolączką współczesnego świata. Pragnęli oni również zwrócić uwagę na społeczną odpowiedzialność biznesu, która polega (zgodnie z definicją Komisji Europejskiej) na dobrowolnym uwzględnianiu w strategii przedsiębiorstwa interesów społecznych, zagadnień ochrony środowiska, jak również relacji z różnymi grupami interesariuszy, takimi jak: pracownicy, klienci, podwykonawcy. Można uznać, że przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie to takie, które wnosi pozytywny wkład do lokalnej społeczności, co oznacza, że cecha ta nie jest związana z wielkością firmy i rodzajem prowadzonej działalności. Zaangażowanie przedsiębiorstwa w problemy społeczności przynosi korzyści nie tylko otoczeniu, lecz także przedsiębiorstwu.

Można do nich zaliczyć: tworzenie pozytywnego wizerunku, budowę zespołu pracowników identyfikujących się z celami przedsiębiorstwa, ich większą otwartość na innowacje, poprawę współpracy z kontrahentami, lepszy odbiór przez klientów, dobre relacje z lokalnymi władzami i większą otwartość władz na problemy przedsiębiorców. Ważne jest podejmowanie przez przedsiębiorstwa wyzwań i spełnianie oczekiwań całej społeczności.

Nagrody i uprawnienia

Satysfakcja z osiągniętych wyników to nie jedyna nagroda dla laureatów za kilkumiesięczny trud zmagania olimpijskich.

Ułatwienia w postępowaniach kwalifikacyjnych na studia

Laureaci i/lub finaliści Olimpiady, na mocy uchwał senatów poszczególnych uczelni, uzyskują specjalne uprawnienia w postępowaniach kwalifikacyjnych do szkół wyższych.

Nagrody rzeczowe dla laureatów i finalistów oraz ich opiekunów merytorycznych

Laureaci (miejsca 1–25) Olimpiady oraz ich opiekunowie otrzymują wysokiej klasy sprzęt cyfrowy o wartości różniącej się w zależności od zajętego miejsca.

Pakiety publikacji dla szkół laureatów

Szkoły laureatów Olimpiady zostaną uhonorowane zestawami publikacji przygotowujących uczniów do Olimpiady w kolejnym roku szkolnym.

Pakiety publikacji dla szkół na start

Szkoły, które dokonały zgłoszenia w danej edycji, mogą ubiegać się o publikacje stanowiące literaturę Olimpiady w otwartym naborze wniosków. Preferencje mają szkoły z mniejszych miejscowości.

Zachęcamy do odwiedzenia strony internetowej Olimpiady, na której są zamieszczone bieżące informacje na temat nagród i uprawnień.

Zmiany organizacyjne w kolejnych edycjach Olimpiady Przedsiębiorczości

Formuła Olimpiady Przedsiębiorczości podlega z roku na rok modyfikacjom służącym stwarzaniu zawodnikom coraz lepszych warunków rywalizacji.

W ciągu ostatnich lat pojawiło się kilka istotnych zmian w organizacji zawodów.

W VIII edycji Olimpiady wprowadzono zmianę w formule eliminacji okręgowych, która dotyczyła sposobu formowania zespołów rozwiązujących zadania sytuacyjne w drugiej części zawodów. Od VIII edycji po teście eliminacji okręgowych wyłanianych jest 10 liderów – uczniów,

którzy uzyskali najwyższe wyniki na teście. Liderzy dobierają do swoich drużyn po czterech zawodników. Tak dobrane zespoły rozwiązują wybrane trzy z pięciu zadań i prezentują jedno z nich przed Komisją Okręgową.

Od IX edycji znaczącej zmianie uległ Regulamin Olimpiady, co było związane z koniecznością dostosowania go do formatu wymaganego przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Zmianie uległa też formuła pierwszej części eliminacji centralnych – od IX edycji zawodnicy w ciągu 90 minut muszą zmierzyć się z testem składającym się z pytań o zróżnicowanej formie oraz napisać krótki esej na jeden z trzech podanych tematów.

X edycja nie przyniosła istotnych zmian organizacyjnych. W edycji XI natomiast wprowadzono nową koncepcję formuły II części zawodów centralnych. Od XI edycji zawodnicy nie przygotowują prezentacji przed zawodami, lecz w trakcie zawodów, co pozwala Komisji Centralnej lepiej ocenić ich przygotowanie merytoryczne, zrozumienie zagadnień ekonomicznych i biznesowych, jak również umiejętności prezentacji i odporność na stres.

Pozostałe zmiany Regulaminu służyły w większości konieczności dostosowania jego zapisów do wymogów nowelizacji rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 24 września 2014 r. w sprawie organizacji oraz sposobu przeprowadzania konkursów, turniejów i olimpiad z dnia 25 września 2014 r. (Dz. U. Nr 13, poz. 125 z późn. zm.).

W XII oraz XIII edycji nie wprowadzono żadnych istotnych zmian organizacyjnych względem XI edycji. Wprowadzono natomiast istotną zmianę dotyczącą ułatwień w postępowaniach kwalifikacyjnych finalistów oraz laureatów Olimpiady. Na mocy Uchwały Senatu Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie laureaci i finaliści Olimpiady Przedsiębiorczości otrzymują w postępowaniu kwalifikacyjnym maksymalną liczbę punktów, a na mocy Uchwały Senatu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie laureaci Olimpiady przyjmowani są także na jednolite studia magisterskie (po złożeniu wymaganych w procesie rekrutacji dokumentów).

W wyniku ewaluacji prowadzonej w kolejnych latach realizacji Olimpiady oraz konsultacji prowadzonych z Radą Konsultacyjną i przedstawicielami Komitetów Okręgowych w ramach XIV edycji Olimpiady wdrożone zostały istotne zmiany dotyczące organizacji oraz przebiegu zawodów.

W ramach organizacji poszczególnych etapów eliminacji zmianom uległy:

- eliminacje szkolne: wyniki testów eliminacji szkolnych zostały zweryfikowane przez urządzenie skanujące;
- eliminacje okręgowe (II etap – zadanie sytuacyjne):
 - zrezygnowano z przyznania tytułu lidera 10 najlepszym uczestnikom eliminacji okręgowych, zatem także celowego doboru składu przez liderów na rzecz dobierania zespołów w drodze losowania,
 - prezentacje dziesięciu 5-osobowych zespołów odbywają się w parach zespołów, które wylosowały to samo zadanie sytuacyjne (z puli pięciu zadań), zaś rozwiązanie przygotowowały w tym samym czasie,
 - pary zespołów w czasie obrony rozwiązania zadania sytuacyjnego przed komisjami okręgowymi zadają wzajemne pytania w odniesieniu do prezentacji rozwiązania,
 - eliminacje okręgowe wyłaniają 100 najlepszych uczestników, zakwalifikowanych do eliminacji centralnych, spośród których na 75 zawodników składają się grupy 15 najlepszych z każdego okręgu, zaś na pozostałych 25 (tzw. lucky losers) – osoby z najlepszymi, kolejnymi wynikami z testu eliminacji okręgowych w skali ogólnokrajowej;

- eliminacje centralne:
 - wprowadzenie do testu wiedzy pytań otwartych i problemowych, przy jednoczesnej rezygnacji z eseju (rozwiązanie z 30 pytaniami zamkniętymi i 6 otwartymi stosowane było do XVIII edycji włącznie, od XIX wprowadzono model testu w konstrukcji tożsamej z testem eliminacji szkolnych i okręgowych, zawierającego 50 pytań zamkniętych; test na każdym kolejnym szczeblu eliminacji ma zwiększony udział pytań z tematyki hasła zmiennego),
 - realizacja indywidualnej prezentacji w Elevator Pitch, podczas której 25 zawodników prezentuje przed Komisją Centralną pomysł na biznes, uprzednio wylosowany z puli pomysłów i przygotowany w czasie 30 minut,
 - wprowadzenie trzeciego etapu polegającego na udzielaniu przez zawodników odpowiedzi na pytania w formule teleturnieju „1 z 10”, podczas którego 10 najlepszych zawodników eliminacji centralnych odpowiada na pytania aż do wyłonienia zwycięzcy,
 - wyłonienie drogą trzech etapów eliminacji centralnych: 25 laureatów, 25 finalistów oraz 50 uczestników eliminacji centralnych.

Portal – wiedza, informacja, komunikacja

Efektywna komunikacja z osobami zainteresowanymi Olimpiadą, w szczególności z zawodnikami i ich opiekunami merytorycznymi, a także dostarczanie informacji dotyczących przebiegu Olimpiady są dla organizatorów bardzo ważne.

Najważniejszymi kanałami komunikacji są:

- o e-mail: biuro@olimpiada.edu.pl
- o profil w serwisie społecznościowym Facebook: <http://www.facebook.com/olimpiada.predsiebiorczosci>
- o portal Olimpiady Przedsiębiorczości: www.olimpiada.edu.pl

Portal jest źródłem aktualnych informacji organizacyjnych. Na portalu dostępny jest regulamin Olimpiady, program wraz z literaturą, zasady zapisów, przebieg zawodów oraz kalendarium bieżącej edycji.

Dostępne są informacje dotyczące komitetów Olimpiady wraz z danymi kontaktowymi, a także informacje na temat partnerów i sponsorów oraz nagród.

W formie newsów publikowane są informacje dotyczące bieżących kwestii organizacyjnych.

The screenshot shows the website for the Olimpiada Przedsiębiorczości. At the top, there are logos of various educational institutions and a red button labeled 'PANEL KOMISJI SZKOLNYCH'. Below the header, the main navigation bar includes 'O OLIMPIADZIE', 'AKTUALNOŚCI', 'BAZA WIEDZY', 'PROJEKTY', and 'KONTAKT'. A dropdown menu is open under 'O OLIMPIADZIE', listing 'INFORMACJE OGÓLNE', 'REGULAMIN', 'PROGRAM', 'LITERATURA', 'KALENDARIUM', 'KOMITETY', and 'NAGRODY'. The 'AKTUALNOŚCI' section features a red banner for 'GALERIA ZDJĘĆ Z GALII XIX EDYCJI OLIMPIADY' dated 11.06.2024. A 'MENU' section on the right lists links to 'O OLIMPIADZIE', 'AKTUALNOŚCI', 'BAZA WIEDZY', 'PROJEKTY', and 'KONTAKT'.

Dziewiętnaście lat realizacji Olimpiady pozwoliło zbudować pokaźne zasoby materiałów wspierających proces przygotowania do olimpijskich zawodów. Portal zatem – poza funkcją informacyjną – odgrywa bardzo ważną rolę edukacyjną. Jest źródłem wiedzy wspierającej przygotowania do zawodów zarówno zawodników, jak i opiekunów merytorycznych.

Stale aktualizowane, dostępne w różnych formach zasoby publikowane są na portalu Olimpiady pod nazwą Baza wiedzy.

Bazę wiedzy stanowią:

- o repozytorium testów z każdej edycji Olimpiady w trzech wariantach każdy: test (oryginalny), test z kluczem odpowiedzi, test z kluczem odpowiedzi oraz komentarzem eksperta,
- o testy interaktywne umożliwiające rozwiązywanie online losowo wybranych zestawów 50 pytań testowych,
- o materiały merytoryczne dotyczące hasła zmiennego, publikowane także w formie kursów e-learningowych na platformie e-learningowej Olimpiady,
- o informacja nt. aplikacji na telefon z oprogramowaniem Android oraz IOS wraz z skierowaniem do stron umożliwiających ich bezpłatne pobranie.

Na portalu umieszczane są także fotorelacje z przebiegu eliminacji okręgowych i centralnych oraz Gali, filmy promocyjne, plakaty, broszury oraz publikacje olimpijskie.

Część II



Doświadczenia XIX edycji

Przebieg XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości

Olimpiada rokrocznie budzi zainteresowanie tysięcy młodych ludzi. Podobnie było w edycji XIX w roku szkolnym 2023/2024. Do etapu szkolnego zawodów zgłosiło się ponad 6 tysięcy uczniów z prawie 700 szkół.

Komitet Okręgowy	Liczba zawodników	Liczba szkół
SGH Warszawa	1382	167
UE Katowice	1292	148
UE Kraków	1419	154
UE Poznań	1502	138
UE Wrocław	1162	91
Razem	6757	698



Zmagania olimpijskie przebiegały w trzech etapach.

Eliminacje szkolne odbyły się 14 grudnia 2023 r. równocześnie we wszystkich szkołach, które zgłosiły zawodników do Olimpiady. Zadaniem dla uczestników było rozwiązanie w ciągu 60 minut testu wiedzy zawierającego 50 pytań o różnicowanym stopniu trudności i wadze punktów. Testy były sprawdzane przez Komisje Szkolne, które następnie sporządzały protokoły w formie elektronicznej poprzez serwis internetowy Olimpiady. Poprawność wyników eliminacji szkolnych została zweryfikowana przez urzędników skanujące. Protokoły były weryfikowane przez odpowiedni Komitet Okręgowy oraz Komitet Główny. Z pięciu okręgów zakwalifikowano do kolejnego etapu 1254 osoby z 402 szkół.

Okręgi	Liczba zawodników	Liczba szkół
SGH Warszawa	251	90
UE Katowice	249	81
UE Kraków	254	87
UE Poznań	257	79
UE Wrocław	243	65
Razem	1254	402

Eliminacje okręgowe odbyły się 7 marca 2024 r. równocześnie we wszystkich okręgach, w siedzibach pięciu uczelni – współorganizatorów Olimpiady. Olimpiada na poziomie okręgowym składała się z dwóch etapów, które odbyły się tego samego dnia.

- I etap polegał na rozwiązaniu testu wiedzy o stopniu trudności wyższym niż w eliminacjach szkolnych; do II etapu zakwalifikowało się w każdym okręgu po 50 zawodników, którzy zdobyli na tym teście największą liczbę punktów.
- II etap polegał na zespołowym rozwiązaniu studium przypadku, tj. zadania diagnostyczno-projektowego, a także na publicznej, zespołowej prezentacji tego rozwiązania. Przed II etapem eliminacji okręgowych zawodnicy utworzyli zespoły liczące po pięć osób. Składy poszczególnych zespołów zostały wyłonione spośród 50 uczestników każdego okręgu w drodze losowania.

Zwycięzcami eliminacji okręgowych Olimpiady zostało po 15 zawodników z każdego okręgu, którzy zdobyli największą liczbę punktów łącznie z testu i prac zespołowych. Ponadto 25 uczestników z najwyższą liczbą punktów z testu eliminacji okręgowych w skali ogólnokrajowej, spoza puli 75 uczniów wyłonionych w pierwszej kolejności, także uzyskiwało status zawodnika eliminacji centralnych (tzw. lucky losers).

Eliminacje centralne zostały przeprowadzone 11 kwietnia 2024 r. w Auli Głównej Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Składały się z trzech etapów organizowanych tego samego dnia.

- I etap polegał na rozwiązaniu testu wiedzy o stopniu trudności wyższym niż w eliminacjach okręgowych.
- W II etapie 25 zawodników z najwyższymi wynikami z testu dokonywało przed Komisją Centralną przedstawienia i obrony pomysłu na biznes wylosowanego w obecności Komisji z puli pomysłów na biznes.

- III etap, w którym uczestniczyło 10 najlepszych zawodników, opierał się na formule teleturnieju „1 z 10”, a zatem polegał na zdobyciu możliwie największej liczby punktów w pytaniach w czasie rzeczywistym w celu wyłonienia zwycięzcy.

Zawody wyłoniły 25 laureatów i 25 finalistów. O miejscu na liście decydowała łączna liczba punktów uzyskanych w finale. Testy i zadania z eliminacji kolejnych stopni XIX edycji Olimpiady zostały szczegółowo omówione w trzeciej części publikacji.



Gala XIX edycji Olimpiady odbyła się 10 czerwca 2024 r. w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

Podczas Gali laureatom i ich opiekunom wręczone zostały dyplomy oraz nagrody rzeczowe.



Galę tradycyjnie uświetnił występ chóru.



Nie mogło zabraknąć wymienionego tortu.

Poczet laureatów XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości

I miejsce, pkt 105

Patrycja Smentoch

Akademia Dobrej Edukacji

im. Macieja Płażyńskiego w Gdańsku

Opiekun merytoryczny

Klaudia Słowikowska

II miejsce, pkt 92,25

Stanisław Krawczyk

II Liceum Ogólnokształcące

im. Króla Jana III Sobieskiego w Krakowie

Opiekun merytoryczny

Wioletta Nogaj

III miejsce, pkt 88,25

Miłosz Domżał

CXXII Liceum Ogólnokształcące

im. I. Domeyki w Warszawie

Opiekun merytoryczny

Anna Frołow



IV miejsce, pkt 87,00

Bartłomiej Lebioda

L Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Integracyjnymi
im. Ruy Barbosy w Warszawie

Opiekun merytoryczny

Beata Ceglowska

V miejsce, pkt 86,50

Franciszek Danis

No Bell Liceum Ogólnokształcące
w Konstancinie-Jeziornie

Opiekun merytoryczny

Jan Czempiński

VI miejsce, pkt 85,50

Adam Gardocki

LXIV Liceum Ogólnokształcące
im. S. I. Witkiewicza w Warszawie

Opiekun merytoryczny

Zygmunt Pabisiak

VII miejsce, pkt 84,50

Patryk Sudzik

Uniwersyteckie Liceum Ogólnokształcące
w Toruniu

Opiekun merytoryczny

Arkadiusz Stańczyk

VIII miejsce, pkt 83,50
Krzysztof Baran
Liceum Ogólnokształcące nr III
im. A. Mickiewicza we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny
Marta Helt

IX miejsce, pkt 78,25
Dominik Szarecki
Liceum Ogólnokształcące Sióstr Urszulanek UR
we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny
Tomasz Tadeusz Brzozowski

X miejsce, pkt 76,00
Mateusz Łuczyński
V Liceum Ogólnokształcące
im. A. Witkowskiego w Krakowie

Opiekun merytoryczny
Mariola Lichocka

XI miejsce, pkt 75,00
Olga Kowalczyk
III Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi
im. Marynarki Wojennej RP w Gdyni

Opiekun merytoryczny
Maria Małkowska



XII miejsce, pkt 74,75

Jan Choros

VIII Liceum Ogólnokształcące im. Władysława IV
w Warszawie

Opiekun merytoryczny

Marta Rojewska

XIII miejsce, pkt 71,33

Mateusz Gołoś

V Liceum Ogólnokształcące im. ks. J. Poniatowskiego
w Warszawie

Opiekun merytoryczny

Agnieszka Sauter

XIV miejsce, pkt 70,50

Borys Fąfara

Publiczne Liceum Ogólnokształcące
im. R. Strzałkowskiego w Poznaniu

Opiekun merytoryczny

Anna Kalota-Fabianowicz

XV miejsce, pkt 69,75

Lila Kawalec

Akademiczne Liceum Ogólnokształcące Politechniki
Wrocławskiej we Wrocławiu

Opiekun merytoryczny

Tomasz Tadeusz Brzozowski

XVI miejsce, pkt 69,50

Jan Karaszewski

II Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi
im. S. Batorego w Warszawie

Opiekun merytoryczny

Zofia Dziubak

XVII miejsce, pkt 69,00

Maja Kozłowska

III Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi
im. Marynarki Wojennej RP w Gdyni

Opiekun merytoryczny

Maria Małkowska

XVIII miejsce, pkt 68,75

Wiktor Tuczapski

IX Liceum Ogólnokształcące
im. C. K. Norwida w Częstochowie

Opiekun merytoryczny

Julia Szlenk

XIX miejsce, pkt 68,25

Alina Brzezińska

XXVII Liceum Ogólnokształcące
im. T. Czackiego w Warszawie

Opiekun merytoryczny

Piotr Głogowski



XX miejsce, pkt 67,75

Aleksander Trochimczyk

II Liceum Ogólnokształcące

im. ks. Anny z Sapiehów Jabłonowskiej w Białymstoku

Opiekun merytoryczny

Ewa Magrel

XXI miejsce, pkt 66,00

Aleksander Wojewódzki

I Liceum Ogólnokształcące

im. B. Prusa w Siedlcach

Opiekun merytoryczny

Iwona Niedziółka

XXII miejsce, pkt 64,25

Kacper Rochowski

II Liceum Ogólnokształcące

im. K. K. Baczyńskiego w Radomsku

Opiekun merytoryczny

Renata Langier

XXIII miejsce, pkt 63,00

Maksymilian Zakrzewski

XIII Liceum Ogólnokształcące

w Szczecinie

Opiekun merytoryczny

Patryk Araszkievicz

XXIV miejsce, pkt 55
Agnieszka Warzywoda
I Liceum Ogólnokształcące
im. E. Dembowskiego w Zielonej Górze

Opiekun merytoryczny
Ewa Krzywicka

XXV miejsce, pkt 48,50
Szymon Jackowski
XIV Liceum Ogólnokształcące
im. S. Staszica w Warszawie

Opiekun merytoryczny
Adam Zmysłowski

Ranking szkół

Szkoły, których uczniowie odnoszą największe sukcesy w Olimpiadzie Przedsiębiorczości, a także te placówki, które promują przedsiębiorczość wśród uczniów i szeroko popularyzują edukację ekonomiczną, zasługują na szczególne wyróżnienie.

W poniższym rankingu prezentujemy szkoły, które poszczycić się mogą największą liczbą laureatów w dziewiętnastoletniej historii Olimpiady. Liderami tej rywalizacji są Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu oraz III Liceum Ogólnokształcące im. Marynarki Wojennej RP w Gdyni z 17 laureatami Olimpiady.

Szkoły z największą liczbą laureatów

Pozycja w rankingu	Nazwa szkoły	edycje I–XV	XVI edycja	XVII edycja	XVIII edycja	XIX edycja	Razem
1.	Liceum Ogólnokształcące nr XIV im. Polonii Belgijskiej we Wrocławiu	15	2	0	0	0	17
1.	III Liceum Ogólnokształcące im. Marynarki Wojennej RP w Gdyni	13	1	1	0	2	17
2.	LXIV Liceum Ogólnokształcące im. S. I. Witkiewicza w Warszawie	13	1	0	0	1	15
2.	I Liceum Ogólnokształcące im. M. Kopernika w Łodzi	14	0	1	0	0	15
3.	V Liceum Ogólnokształcące w Bielsku-Białej	11	1	1	1	0	14
3.	V Liceum Ogólnokształcące im. A. Witkowskiego w Krakowie	13	0	0	0	1	14
4.	XXVII Liceum Ogólnokształcące im. T. Czackiego w Warszawie	10	1	0	1	1	13
5.	Publiczne Liceum Ogólnokształcące nr II im. M. Konopnickiej w Opolu	12	0	0	0	0	12
6.	VIII Liceum Ogólnokształcące im. Władysława IV w Warszawie	10	0	0	0	1	11
6.	Liceum Ogólnokształcące nr III im. A. Mickiewicza we Wrocławiu	9	0	0	1	1	11
7.	I Liceum Ogólnokształcące im. S. Staszica w Lublinie	10	0	0	0	0	10
7.	XIII Liceum Ogólnokształcące w Szczecinie	6	2	1	0	1	10

Pozycja w rankingu	Nazwa szkoły	edycje I–XV	XVI edycja	XVII edycja	XVIII edycja	XIX edycja	Razem
8.	V Liceum Ogólnokształcące im. S. Żeromskiego w Gdańsku	2	1	3	3	0	9
8.	VI Liceum Ogólnokształcące im. J. i J. Śniadeckich w Bydgoszczy	9	0	0	0	0	9
9.	I Liceum Ogólnokształcące im. A. Mickiewicza w Białymstoku	7	1	0	0	0	8
9.	I Liceum Ogólnokształcące im. E. Dembowskiego w Zielonej Górze	7	0	0	0	1	8
10.	Liceum Akademickie w Zespole Szkół Uniwersytetu M. Kopernika w Toruniu	6		0	0	0	6
10.	Liceum Ogólnokształcące im. św. Jadwigi Królowej w Kielcach	6		0	0	0	6

Szkoły z największą liczbą zgłoszeń w XIX edycji

Pozycja w rankingu	Nazwa szkoły	Zgłoszeni zawodnicy w eliminacjach szkolnych XIX edycji
1.	III Liceum Ogólnokształcące im. Bohaterów Westerplatte w Gdańsku	104
2.	Zespół Szkół Zawodowych i Ogólnokształcących w Kartuzach	80
3.	Zespół Szkół Ponadpodstawowych w Grodkowie	68
4.	Zespół Szkół im. J. Tuwima w Bielsku-Białej	65
5.	Zespół Szkół Zawodowych w Wolsztynie	59
6.	Liceum Ogólnokształcące im. T. Kościuszki w Ropczycach	50
7.	III Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi im. Marynarki Wojennej RP w Gdyni	44
8.	Zespół Szkół Ponadpodstawowych im. J. Kasprowicza w Nietążkowie	42
8.	Zespół Szkół nr 4 w Suwałkach	42
9.	Zespół Szkół nr 1 im. Wł. Grabskiego w Lublinie	41

Zwycięzcy o Olimpiadzie

Laureatką I miejsca XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości została Patrycja Smentoch z Akademii Dobrej Edukacji im. Macieja Płażyńskiego w Gdańsku. Zapytaliśmy ją o motywację, przygotowania do zawodów, ich przebieg oraz plany na przyszłość.

- *Pani Patrycjo, rok temu zajęła Pani czwarte miejsce, co zapewniło Pani indeksy na najlepsze uczelnie ekonomiczne w Polsce. Jakie były Pani źródła motywacji w tym roku?*
 - Szczerze mówiąc, nawet nie zastanawiałam się, czy będę brać udział w tegorocznej edycji OP. Tematyka zawodów w dalszym ciągu bardzo mnie interesuje i wiedziałam, że dzięki przygotowaniom mogę wiele się nauczyć. Przyznam też, że wygranie OP było dla mnie celem na tę edycję, a sukces z zeszłego roku uświadomił mi, że osiągnięcie tego jest możliwe.
- *Jak metodycznie przygotowywała się Pani do zawodów?*
 - Nauka w tym roku była dla mnie znacznie łatwiejsza niż w poprzednich edycjach. Mając za sobą już dwa starty wiedziałam, na jakich zagadnieniach się skupić i z jakich źródeł korzystać. Przy nauce bloku stałego wykorzystywałam głównie moje notatki zeszłych lat oraz robiłam testy w aplikacji mobilnej Olimpiady Przedsiębiorczości, które uważam za naprawdę przyjemną formę. Zagadnienia z bloku zmiennego z kolei wymagały poznania nowych zagadnień i tu skorzystałam z zalecanej literatury i źródeł internetowych. Temat zrównoważonego rozwoju jest obecnie bardzo popularny, dzięki czemu nietrudno znaleźć wartościowe materiały w tym zakresie.
- *Czy tematyka tegorocznej Olimpiady Przedsiębiorczości była dla Pani ułatwieniem czy wyzwaniem?*
 - Temat zmienny był głównym elementem moich przygotowań w tym roku, ponieważ materiał z bloku stałego miałam dobrze opanowany dzięki wcześniejszym startom w OP. Wiele zagadnień z tegorocznego obszaru tematycznego hasła zmiennego było dla mnie całkowicie nowych, jednak dobrze wspominam naukę. Myślę, że jest to bardzo aktualne kwestie – społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw poświęca się obecnie bardzo dużo uwagi w debacie publicznej. Nauka tych zagadnień pozwoliła mi lepiej zrozumieć diskutowane tematy.
- *Który typ zadań olimpijskich był dla Pani wyzwaniem, a który pozwolił pokazać swój potencjał?*
 - Sądzę, że zadania testowe były tymi, które w największym stopniu pozwoliły mi pokazać swój potencjał. Włożyłam dużo pracy w analizowanie arkuszy z poprzednich edycji i potem naukę odpowiednich zagadnień. Mój wynik z tej części Olimpiady Przedsiębiorczości odzwierciedlił to zaangażowanie, co dało mi sporo satysfakcji, potwierdzając sens mojej pracy. Wyzwaniem był dla mnie elevator pitch – oprócz wiedzy wymaga też umiejętności prezentacji. Przygotowanie do tego etapu jest trudniejsze niż do testu, nie ma gotowej literatury, a wylosowany temat zawsze jest niespodzianką.

- *Jak ocenia Pani poziom tegorocznej edycji?*
 - Poziom był naprawdę wysoki, co widać po wynikach pozostałych uczestników. Dużo zagadnień pochodziło z bloku zmiennego, co wymagało ode mnie intensywnych przygotowań, nie wystarczyło bazowanie jedynie na wiedzy z poprzednich lat. Z rozmów z innymi laureatami wiem, jak wiele pracy włożyli w przygotowania, żeby osiągnąć taki tytuł. Ta świadomość sprawia, że mogę być jeszcze bardziej dumna ze zwycięstwa.

- *Jakie rady przekazałaby Pani zawodnikom kolejnych edycji Olimpiady Przedsiębiorczości?*
 - Przede wszystkim nie poddawać się – warto próbować swoich sił w kolejnych edycjach, nawet mimo wcześniejszych porażek, czego ja jestem świetnym przykładem. Startując w OP po raz pierwszy, skończyłam ją z tytułem uczestnika eliminacji centralnych. Jednak nie zniechęciłam się, a jedynie bardziej zmotywowałam do pracy przy przygotowaniach do kolejnej edycji, w której zdobyłam tytuł laureata czwartego miejsca. Ale nie zadowoliliłam się tym i postanowiłam poprawić własny wynik.

- *W tym roku zakończyła Pani naukę w liceum. Na jakiej uczelni będzie można Panią spotkać od października?*
 - Planuję studia w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie oraz na Uniwersytecie Warszawskim na kierunku prawo. Wybór nie był przypadkowy. SGH to prestiżowa uczelnia, która oferuje doskonale programy z zakresu ekonomii i zarządzania, co pozwoli mi rozwijać moje zainteresowania przedsiębiorczością. Z kolei studia prawnicze na Uniwersytecie Warszawskim dadzą mi solidne podstawy prawne, które są niezbędne w świecie biznesu. Wierzę, że połączenie tych dwóch kierunków pozwoli mi na zdobycie wszechstronnej wiedzy i umiejętności, które będą kluczowe w mojej przyszłej karierze zawodowej.

- *Jak bliscy odebrali wiadomość o Pani zwycięstwie?*
 - Dzięki moim wcześniejszym sukcesom taki wynik nie był dla nich zaskoczeniem. Rodzina i przyjaciele zawsze mnie wspierali i wierzyli w moje możliwości. To było dla mnie niezwykle ważne i motywujące. Cieszę się, że mogłam podzielić się z nimi radością z osiągniętego sukcesu. Ich reakcje były pełne entuzjazmu i dumy, co dodatkowo utwierdziło mnie w przekonaniu, że warto było włożyć tyle pracy i wysiłku w przygotowania do Olimpiady Przedsiębiorczości.

- *Na jakim stanowisku widzi się Pani po zakończeniu studiów? Czy myśli Pani o założeniu własnej firmy?*
 - Po studiach chciałabym najpierw zdobyć doświadczenie jako pracownik. Nie mam jeszcze konkretnych planów co do stanowiska, ale chciałabym połączyć wiedzę z obu kierunków studiów. Myślę, że praca w firmie pozwoli mi na zdobycie cennego doświadczenia i lepsze zrozumienie funkcjonowania biznesu od wewnątrz. Kiedy będę już miała odpowiednie doświadczenie i umiejętności, w dalszej przyszłości chciałabym założyć własną firmę, która będzie realizować moje pasje i zainteresowania.

- *Jakie są Pani plany wakacyjne? Czy ma Pani receptę na efektywny odpoczynek?*
 - W ramach relaksu bardzo lubię grać w szachy. Uważam, że dobrym sposobem na odpoczynek jest uprawianie sportu, w moim przypadku to głównie jazda na rolkach. Również wyjazdy turystyczne pozwalają na oderwanie się od rzeczywistości. Planuję spędzić wakacje aktywnie, łącząc różne formy wypoczynku.

- *Dziękuję bardzo za udzielone odpowiedzi i życzę nie tylko udanych wakacji, ale również sukcesów w dalszej nauce.*
 - Dziękuję również, to była dla mnie przyjemność.

Część III



Wiedza, umiejętności,
postawy –
testy i zadania XIX edycji



Test z zawodów szkolnych z komentarzami

Pod każdym z pytań publikujemy komentarz merytoryczny.

1. (1 pkt) Wynagrodzenie akordowe to:
 - a) wynagrodzenie wypłacane z góry raz na trzy lub cztery miesiące
 - b) wynagrodzenie uzyskiwane z tytułu posiadanych obligacji
 - c) wynagrodzenie uzależnione od jakości wykonanej pracy
 - d) wynagrodzenie uzależnione od ilości wykonanej pracy**

Komentarz eksperta: Wynagrodzenie akordowe jest to system wynagrodzenia za pracę, w którym płaca uzależniona jest od ilości wykonanej pracy, np. wytworzonych produktów, wykonanych czynności. Jest to więc system wynagradzania pracowników, w którym wysokość płacy zależy od wydajności pracy.

2. (1 pkt) Stopa bezrobocia w Polsce w porównaniu do stopy bezrobocia w całej Unii Europejskiej na przełomie II i III kwartału w 2023 roku była:
 - a) niższa o ok. 4%
 - b) wyższa o ok. 4%
 - c) wyższa o ok. 8%
 - d) na zbliżonym poziomie

W związku z brakiem doprecyzowania w wariantach odpowiedzi (podane zostały procenty a powinny punkty procentowe) wskazania dla tego pytania nie są sprawdzane i automatycznie każdy zawodnik otrzymuje 1 punkt.

3. (1 pkt) A. Maslow w swojej koncepcji wyróżnił pięć poziomów potrzeb:
 - 1) potrzeba uznania
 - 2) potrzeba przynależności do grupy
 - 3) potrzeba samorealizacji
 - 4) potrzeby fizjologiczne
 - 5) potrzeba bezpieczeństwa

Ustaw właściwą kolejność hierarchii potrzeb Maslowa:

- a) 5, 4, 2, 1, 3
- b) 4, 5, 2, 1, 3**
- c) 5, 4, 1, 2, 3
- d) 5, 4, 3, 2, 1

Komentarz eksperta:



4. (1 pkt) Która z rekomendacji nie jest prawidłowym wnioskiem z analizy macierzy BCG?
- a) pieniądze zarobione na „dojnych krowach” inwestuj w „gwiazdy”
 - b) pozbądź się „znaków zapytania” ze słabymi perspektywami wzrostu
 - c) sprzedaj „gwiazdy” i uzyskane pieniądze inwestuj w „psy”**
 - d) staraj się jak najdłużej zachować „dojne krowy”

Komentarz eksperta: Macierz BCG pozwala na prezentację portfela produkcji przedsiębiorstwa. Podział produktów na cztery kategorie odbywa się na podstawie wzrostu rynku i względnego udziału w rynku (rysunek poniżej).



Z podanych wariantów błędnym działaniem byłaby sprzedaż „gwiazd” i zainwestowanie uzyskanych pieniędzy w „psy”.

5. (1 pkt) W 2022 r. największy udział w wartym ponad 11 mld zł rynku reklamy w Polsce przypadł:
- a) internetowi**
 - b) telewizji
 - c) magazynom i gazetom
 - d) outdoorowi

Komentarz eksperta: Przez wiele lat telewizja była dominującym medium – przypadało na nią około 45%–50% wartości rynku reklamy w Polsce. Zmiana dominacji nastąpiła w 2019 roku, kiedy to nowym liderem został internet. Od tego czasu jego udział w rynku reklamowym w Polsce systematycznie wzrasta. Według raportów branżowych w 2022 roku wyniósł już około 44%.

6. (1 pkt) *Hidden champions* to:
- a) przedsiębiorstwa średnie lub małe osiągające znaczący udział w rynku światowym w wąskiej specjalizacji**
 - b) najbardziej innowacyjne korporacje o zasięgu międzynarodowym
 - c) największe firmy świata
 - d) firmy, które nie dostarczają towarów pod własną marką, ale są podwykonawcami największych marek sektora

Komentarz eksperta: Gdy potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa nie pozwala na bezpośrednią rywalizację z przedsiębiorstwami globalnymi, zalecaną strategią jest znalezienie niszy, która będzie generowała wystarczające dochody, a z drugiej strony będzie nieatrakcyjna (zbyt mała) dla firm globalnych. Czasami przedsiębiorstwo, które działa w niszy, może osiągnąć dominującą pozycję rynkową w skali światowej, gdyż – nienarażone na bezpośrednią walkę konkurencyjną z największymi światowymi firmami – może systematycznie wzmacniać swoją pozycję konkurencyjną i przenieść swój sprawdzony model biznesowy na nowe rynki zagraniczne. Przedsiębiorstwo, które osiąga duże zyski, wykorzystując swoją pozycję w niszowym sektorze, nazywane jest ukrytym mistrzem (*hidden champion*).

7. (1 pkt) W skład komisji trójstronnej nie wchodzi przedstawiciele:
- a) rządu
 - b) parlamentu**
 - c) związków zawodowych
 - d) pracodawców prywatnych

Komentarz eksperta: W skład komisji trójstronnej (Trójstronnej Komisji ds. Społeczno-Gospodarczych) wchodzi przedstawiciele rządu, organizacji pracodawców prywatnych oraz związków zawodowych. Komisja trójstronna jest instytucją dialogu społecznego, która zajmuje się między innymi ustalaniem wskaźników wzrostu wynagrodzeń w przedsiębiorstwach i w sferze budżetowej oraz prowadzi wstępne konsultacje dotyczące budżetu państwa.

8. (1 pkt) Strategia błękitnego oceanu (*blue ocean strategy*) polega na:
- a) rywalizacji czołowej z przedsiębiorstwami konkurencyjnymi działającymi w tym samym segmencie rynkowym
 - b) kooperacji przedsiębiorstw działających w tej samej branży
 - c) kooperacji przedsiębiorstw działających w różnych branżach
 - d) **kreowaniu przez przedsiębiorstwa wolnej, niezagospodarowanej jeszcze przestrzeni rynkowej**

Komentarz eksperta: Strategia błękitnego oceanu to koncepcja opracowana przez W. Chan Kim i R. Mauborgne'a, która zaleca poszerzanie granic niezagospodarowanej jeszcze przestrzeni rynkowej jako jedyną skuteczną metodę wzmacniania pozycji konkurencyjnej. Zdaniem autorów tradycyjne strategie rozwoju przedsiębiorstw tworzone w odniesieniu do posunięć strategicznych konkurencji nie przynoszą sukcesu. Zamiast skupiać się na pokonaniu konkurencji (strategia czerwonego oceanu), firmy powinny koncentrować się na tworzeniu błękitnych oceanów – przestrzeni rynkowej będącej doskonałym środowiskiem wzrostu wartości.

9. (1 pkt) Producent samochodów realizujący strategię integracji pionowej wstecz:
- a) **zacznie na swoje potrzeby prowadzić działalność dostawcy części samochodowych**
 - b) rozszerzy gamę oferowanych modeli samochodów
 - c) skupi się na rozwijaniu sieci sprzedaży i usług serwisowych
 - d) uruchomi bank wspomagający finansowanie zakupu samochodów przez klientów

Komentarz eksperta: Integracja pionowa polega na działaniu równocześnie w kilku sektorach z tej samej ścieżki ekonomicznej, przy czym zarówno produkcja dóbr zaopatrzeniowych (integracja pionowa wstecz), jak i działalność dystrybucyjna (integracja pionowa w przód) realizowane są wyłącznie na potrzeby przedsiębiorstwa.

10. (1 pkt) Tanie linie lotnicze (takie jak np. Ryanair i Wizzair) stosują strategię:
- a) dyferencjacji
 - b) penetracji
 - c) **przywództwa kosztowego**
 - d) zintegrowaną

Komentarz eksperta: Strategia przywództwa kosztowego polega na osiąganiu przewagi konkurencyjnej poprzez obniżanie kosztów. Dyferencjacja to strategia budowania przewagi konkurencyjnej poprzez wyróżniającą jakość. Penetracja to strategia rozwoju skoncentrowana na obsłudze dotychczasowego rynku z niezmiennym zakresem produktowym. Strategia zintegrowana to strategia konkurowania wykorzystująca jednocześnie przewagi kosztowe i jakościowe.

11. (1 pkt) Spadek sprzedaży, zmniejszenie zysków lub pojawienie się straty to oznaki kryzysu:
- a) płynności
 - b) przywództwa



- c) strategicznego
- d) **wyników**

Komentarz eksperta: Sytuacja kryzysowa przedsiębiorstwa rozwija się najczęściej w następującej kolejności: kryzys strategiczny, kryzys wyników i kryzys płynności. Ostatnią fazą jest niewypłacalność i upadek przedsiębiorstwa. Kryzys strategiczny oznacza zagrożenie bądź utratę pozycji konkurencyjnej (spadek udziału rynkowego, spadek liczby innowacji, niższe nakłady na działalność badawczo-rozwojową). Kryzys strategiczny ma charakter długookresowy. Po pewnym czasie kryzys strategiczny może się przerodzić w kryzys wyników ekonomicznych – przedsiębiorstwo ze znacznie słabszą pozycją konkurencyjną zaczyna przynosić straty i musi zwiększać swoje zadłużenie. Jeżeli nie dojdzie do poprawy sytuacji, kryzys wyników może się przerodzić w kryzys płynności, czyli utratę zdolności pokrywania bieżących zobowiązań finansowych, a w konsekwencji niewypłacalność przedsiębiorcy bądź przedsiębiorstwa. Działania uzdrawiające firmę znajdującą się w kryzysie strategicznym związane są z dwoma obszarami: restrukturyzacją strategiczną lub odnowieniem dotychczasowych dziedzin działalności.

Natomiast kryzys przywództwa w organizacji to sytuacja, w której istniejące lub dominujące formy kierowania i zarządzania nie są w stanie efektywnie radzić sobie z wyzwaniami stojącymi przed organizacją. Może to wynikać z różnych czynników, takich jak: brak klarownej wizji, słabe umiejętności przywódcze, konflikty w zespole kierowniczym bądź nieadekwatne podejście do zmian w otoczeniu organizacyjnym.

12. (1 pkt) Złota reguła bilansowa oznacza, że majątek trwały jest:
- a) w całości finansowany ze zobowiązań bieżących
 - b) **finansowany z kapitałów własnych firmy**
 - c) finansowany z kapitałów stałych
 - d) finansowany z kapitałów obcych

Komentarz eksperta: Złota reguła bilansowa zakłada całkowite sfinansowanie majątku trwałego kapitałem własnym. Gdy te dwie wielkości są sobie równe, a więc wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym oscyluje w granicach 1, oznacza to utrzymanie stabilności finansowej przez przedsiębiorstwo. Zgodnie z tą zasadą trwałe składniki aktywów należy finansować kapitałem własnym, gdyż ta część majątku jest długoterminowo związana z przedsiębiorstwem, więc charakteryzuje się niskim tempem zamiany na gotówkę, dlatego powinna być sfinansowana bardziej stabilnymi kapitałami, oddanymi do dyspozycji przedsiębiorstwa na długi okres.

13. (1 pkt) Logo przedsiębiorstwa to w kulturze organizacyjnej przykład:
- a) artefaktów językowych
 - b) norm i wartości
 - c) tabu organizacyjnego
 - d) **artefaktów fizycznych**

Komentarz eksperta: Artefakty w kulturze organizacyjnej stanowią namacalny, fizyczny przejaw wartości, którymi kierują się w swojej pracy pracownicy i kadra zarządzająca. Inaczej mówiąc jest to wszystko to, co interesariusz widzi praktycznie od wejścia do danej organizacji lub od pierwszego

zetknięcia się z nią. W literaturze można wyróżnić trzy rodzaje artefaktów o odmiennym charakterze. Są to artefakty: językowe, behawioralne i fizyczne.

Artefakty fizyczne związane są z przestrzenią oraz otoczeniem fizycznym przedsiębiorstwa. Można do nich zaliczyć m.in.: stosowane technologie, sposób ubierania się (dress code), zagospodarowanie przestrzeni fizycznej oraz identyfikację wizualną. Logo stanowi właśnie taki element identyfikacji wizualnej.

14. (1 pkt) Z ilu cyfr składa się numer NIP?

- a) 9
- b) 10**
- c) 11
- d) 12

Komentarz eksperta: NIP (Numer Identyfikacji Podatkowej) to nadawany przez urzędy skarbowe dziesięciocyfrowy kod służący do identyfikacji podmiotów płacących podatki w Polsce. Pod pierwszymi trzema cyframi numeru zakodowany jest urząd skarbowy podatnika. Ostatnia, dziesiąta cyfra jest cyfrą kontrolną – jej wartość obliczana jest według specjalnego algorytmu, dzięki któremu możliwe jest sprawdzenie, czy wpisany w bazie numerów NIP jest numerem poprawnym (jeżeli jest jakiś błąd, cyfra kontrolna nie będzie się zgadzać).

15. (1 pkt) Od kiedy złoty stał się jedyną prawną walutą w Polsce?

- a) od 1921 r.
- b) od 1924 r.**
- c) od 1945 r.
- d) od 1949 r.

Komentarz eksperta: W okresie międzywojennym, po zakończeniu I wojny światowej i odzyskaniu przez Polskę niepodległości, w 1924 roku przeprowadzono reformę walutową, która miała na celu stabilizację gospodarki po latach niepewności i inflacji. W wyniku tej reformy autorstwa ówczesnego premiera i ministra skarbu Władysława Grabskiego złoty zastąpił markę polską i stał się jedyną legalną walutą w Polsce. Reforma ta miała kluczowe znaczenie dla ustabilizowania polskiej gospodarki i stworzenia solidnych podstaw dla rozwoju kraju.

Więcej na ten temat w: Dorosz A., *Finanse osobiste*, PWE, Warszawa 2023, s. 44.

16. (1 pkt) Rynki finansowe ze względu na przedmiot transakcji można podzielić na:

- a) kapitałowy i pieniężny
- b) detaliczny i hurtowy
- c) krajowy i międzynarodowy
- d) walutowy i kredytowy**

Komentarz eksperta: Na rynku walutowym odbywa się handel walutami. Uczestnicy tego rynku wymieniają jedną walutę na inną, np. euro na dolary amerykańskie. Do głównych uczestników rynku walutowego należą banki centralne, banki komercyjne, instytucje finansowe, korporacje, rządy oraz inwestorzy indywidualni. Rynki walutowe służą przede wszystkim do przeprowadzania transakcji han-

dlowych i inwestycyjnych między różnymi krajami, zarządzania ryzykiem walutowym oraz spekulacji. Natomiast na rynku kredytowym odbywa się handel produktami dłużnymi takimi jak kredyty, pożyczki, obligacje i inne instrumenty dłużne. W skład uczestników rynku kredytowego wchodzi banki, instytucje finansowe, korporacje, rządy oraz inwestorzy indywidualni i instytucjonalni. Więcej na ten temat w: Banaszczak-Soroka U. (red.), *Rynki finansowe. Organizacja, instytucje, uczestnicy*, C.H. Beck, Warszawa 2012, s. 19.

17. (1 pkt) Do podstawowych cech pieniądza zalicza się:

- a) **jednolitość**
- b) oszczędność
- c) konkurencyjność
- d) metryczność

Komentarz eksperta: Termin „jednolitość” w kontekście pieniądza może być interpretowany na dwa sposoby. Po pierwsze może to oznaczać „uniformity” w sensie, że każda jednostka danej waluty ma tę samą wartość (np. każda moneta 1 zł ma tę samą wartość). Po drugie może to odnosić się do „akceptowalności” – czyli do tego, że pieniądź jest powszechnie akceptowany jako środek płatniczy w danym obszarze gospodarczym.

Więcej na ten temat w: Dorosz A., *Finanse osobiste*, PWE, Warszawa 2023, s. 19.

18. (1 pkt) Które kraje nie wprowadziły jeszcze waluty euro:

- a) **Szwecja i Bułgaria**
- b) Szwecja i Finlandia
- c) Szwecja i Chorwacja
- d) Węgry i Chorwacja

Komentarz eksperta: Wspólnej waluty w strefie euro nie wprowadziły jeszcze: Bułgaria, Czechy, Polska, Rumunia, Szwecja i Węgry. Szwecja, mimo że jest członkiem Unii Europejskiej, zdecydowała się na zachowanie swojej narodowej waluty, korony szwedzkiej (SEK). Natomiast Bułgaria, używająca waluty lew, jest w procesie przygotowań do przyjęcia euro.

Więcej na ten temat w: Dorosz A., *Finanse osobiste*, PWE, Warszawa 2023, s. 31.

19. (1 pkt) Zaletą pracy zdalnej z perspektywy pracownika jest:

- a) wydłużenie czasu pracy
- b) wykorzystywanie osobistego sprzętu
- c) przeniesienie stresu związanego z pracą do domu
- d) **dostosowanie warunków pracy do własnych potrzeb**

Komentarz eksperta: Zaletą pracy zdalnej z perspektywy pracownika jest m.in. dostosowanie warunków pracy do własnych potrzeb. Obejmuje to elastyczność godzin pracy oraz dopasowanie środowiska pracy do osobistych preferencji, co może obejmować ergonomiczne ustawienie biurka, wybór cichego i komfortowego miejsca czy dostosowanie temperatury i oświetlenia.

Więcej na ten temat w: Juchnowicz M., Kinowska H. (red.), *Zarządzanie kapitałem ludzkim w warunkach niepewności. Wyzwania i implikacje*, PWE, Warszawa 2023, s. 222.

20. (1 pkt) Jeżeli wartość indeksu giełdowego pierwszego dnia spadła o 3%, a drugiego wzrosła o 3%, to po dwóch dniach wartość indeksu:
- a) jest taka sama jak na początku
 - b) jest nieznacznie mniejsza niż na początku**
 - c) jest nieznacznie większa niż na początku
 - d) jest najniższa w ciągu dwóch dni

Komentarz eksperta: Po dwóch dniach wartość indeksu będzie nieznacznie niższa niż na początku, bo $1 \times 1,03 \times 0,97 < 1$. Wartość indeksu po dwóch dniach będzie wynosiła 99,91% wartości początkowej.

21. (1 pkt) Na którym etapie cyklu życia produktu rekomendowane jest skoncentrowanie się na zwiększeniu efektywności produkcji i obniżaniu kosztów?
- a) wprowadzenia na rynek
 - b) rozwoju
 - c) dojrzałości**
 - d) spadku

Komentarz eksperta: Cykl życia produktu to kluczowy koncept w zarządzaniu produktami. Produkt przechodzi przez cztery główne fazy, które stanowią: wprowadzenie na rynek, wzrost, dojrzałość i spadek. W tych fazach podejmuje się różne działania marketingowe i strategiczne decyzje.

1. Wprowadzenie na rynek (faza pierwsza): To najtrudniejszy etap charakteryzujący się wysokimi kosztami i niskim zyskiem. Produkt jest jeszcze mało znany, więc promocja i komunikacja z klientami są kluczowe. Istnieją cztery podstawowe strategie marketingowe w tej fazie: szybkie „zbieranie śmietanki”, wolne „zbieranie śmietanki”, szybka penetracja i wolna penetracja.
2. Wzrost (faza druga): W tej fazie produkt zyskuje popularność, a sprzedaż i zyski dynamicznie rosną. Koncentruje się na umacnianiu pozycji na rynku, budowaniu lojalności klientów i poszerzaniu dystrybucji.
3. Dojrzałość (faza trzecia): W fazie dojrzałości sprzedaż osiąga maksimum, a rynek jest nasycony. Działania marketingowe koncentrują się na utrzymaniu pozycji na rynku, promocji cenowej i ulepszaniu produktu. Istnieją dwie główne strategie: ofensywna (zdobywanie nowych klientów) i defensywna (utrzymanie pozycji na rynku).
4. Spadek (faza czwarta): W tej fazie następuje spadek sprzedaży i zysków. Może to być spowodowane zmianą preferencji klientów, postępem technologicznym lub pojawieniem się konkurencyjnych produktów. Istnieje możliwość próby odwrócenia spadku, ale jest to kosztowne i ryzykowne.

Przykładem firmy, która skutecznie wykorzystuje analizę cyklu życia produktu, jest VELUX, której okna dachowe oszczędzają więcej CO₂ podczas użytkowania niż jest emitowane podczas produkcji i utylizacji. To pokazuje, jak ważne jest zarządzanie cyklem życia produktu z perspektywy ekologicznej i ekonomicznej.

22. (1 pkt) Do czterech kategorii czynników strategicznych w analizie SWOT zalicza się:
- a) mocne strony, słabe strony, wyzwania, możliwości
 - b) siły, słabości, odpowiedzialność, tożsamość

- c) **mocne strony, słabe strony, szanse, zagrożenia**
- d) walory, wyzwania, odpowiedzi, trudności

Komentarz eksperta: Analiza SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) to narzędzie wykorzystywane w zarządzaniu i planowaniu strategicznym, które pomaga organizacjom zrozumieć ich wewnętrzne mocne i słabe strony, a także zewnętrzne szanse i zagrożenia. Jest to popularna technika, która pozwala na ocenę sytuacji organizacji i opracowanie strategii na podstawie tych czterech kategorii czynników.

- Mocne strony (Strengths) to wewnętrzne cechy i zasoby, które dają organizacji przewagę konkurencyjną, na przykład silna marka, wysoko wykwalifikowana kadra lub zaawansowane technologie.
- Słabe strony (Weaknesses) to wewnętrzne cechy i zasoby, które ograniczają zdolność organizacji do osiągnięcia swoich celów, na przykład brak zasobów finansowych, nieefektywne procesy lub słaba identyfikowalność marki.
- Szanse (Opportunities) to zewnętrzne czynniki i trendy, które organizacja może wykorzystać do osiągnięcia swoich celów, na przykład rosnący rynek, zmieniające się preferencje klientów lub nowe technologie.
- Zagrożenia (Threats) to zewnętrzne czynniki i trendy, które mogą stanowić ryzyko dla organizacji, na przykład konkurencja, zmieniające się przepisy prawne lub warunki rynkowe.

23. (1 pkt) PEST to narzędzie planowania, które służy do analizy czynników otoczenia organizacji. Akronim PEST oznacza:

- a) **Political, Economic, Social, Technical**
- b) Political, Economic, Societal, Trade
- c) Politeness, Ecology, Society, Technology
- d) Policy, Economic, Sociology, Transport

Komentarz eksperta: Analiza PEST to popularne narzędzie w zarządzaniu strategicznym. Pomaga organizacjom zrozumieć otoczenie, w jakim działają, co jest istotne do opracowania strategii i planów działania. Wyróżniamy otoczenie:

1. Polityczne (Political): Obejmuje czynniki związane z rządami, polityką publiczną, prawem i regulacjami, które mogą wpływać na organizację. Przykłady to zmiany w przepisach podatkowych, polityce handlowej czy regulacje środowiskowe. Organizacje muszą dostosować się do tych zmian lub podejmować działania w odpowiedzi na nowe regulacje.
2. Ekonomiczne (Economic): Obejmuje aspekty związane z gospodarką, takie jak inflacja, stopy procentowe, wzrost gospodarczy i koniunktura gospodarcza. To, jak prosperuje gospodarka, może wpłynąć na popyt na produkty lub usługi firmy, koszty produkcji i dostępność kapitału.
3. Społeczne (Social): Ta kategoria dotyczy czynników społecznych i kulturowych, takich jak trendy demograficzne, zmieniające się preferencje konsumentów, kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem czy zachowaniem konsumentów. Organizacje muszą być świadome tych czynników, aby dostosować swoje oferty i strategie marketingowe do potrzeb i oczekiwań klientów.
4. Technologiczne (Technical): Obejmuje czynniki związane z postępem technologicznym, innowacjami i zmianami technologicznymi. Przykłady to rozwój nowych technologii, szybkość adaptacji nowych rozwiązań czy zmiany w dostępie do technologii. Firmy muszą monitorować te zmiany, aby być konkurencyjnymi i zwiększać swoją efektywność.

Analiza PEST jest istotnym narzędziem, które pozwala organizacjom przewidywać zmiany w otoczeniu i dostosowywać się do nich. Właściwe zrozumienie tych czynników pozwala na lepsze planowanie i podejmowanie bardziej przemyślanych decyzji strategicznych.

24. (1 pkt) Kategorie strategiczne, które macierz BCG identyfikuje na podstawie poziomu wzrostu rynku i udziału w rynku przedsiębiorstwa to:

- a) **gwiazdy, dojne krowy, znaki zapytania, psy**
- b) gwiazdy, okręgi, znaki zapytania, psy
- c) gwiazdy, dojne krowy, znaki zapytania, wykrzykniki
- d) półksiężycy, dojne krowy, znaki zapytania, psy

Komentarz eksperta: Macierz BCG, znana również jako *growth share matrix*, jest narzędziem strategicznego zarządzania stworzonym przez Boston Consulting Group w 1969 roku. Służy do oceny pozycji strategicznej i możliwości rozwojowych produktów lub usług w ramach organizacji. Macierz ta opiera się na dwóch głównych kryteriach: udziale w rynku produktu lub usługi oraz tempie wzrostu rynku, które pozwalają na podział analizowanych elementów na cztery obszary strategiczne:

- 1. **Gwiazdy** to produkty lub usługi, które posiadają duży udział w rynku, rozwijają się na szybko rosnącym rynku i generują znaczne dochody. Inwestycje w te obszary są zazwyczaj konieczne ze względu na ich potencjał wzrostu. Mogą to być młode gwiazdy, które wymagają znacznych nakładów finansowych na zdobycie większego udziału w rynku lub starsze gwiazdy, które generują znaczący dochód i w dużej mierze samofinansują się.
- 2. **Dojne krowy** to produkty lub usługi, które posiadają znaczący udział w rynku na nasyconym lub wolno rosnącym rynku. Przynoszą one organizacji stabilny dochód, który może być wykorzystywany do finansowania innych produktów, w tym rozwijających się gwiazd.
- 3. **Znaki zapytania** to produkty lub usługi o niskim udziale w rynku na szybko rosnącym rynku. Ich potencjał jest trudny do określenia, a początkowe dochody są niskie. Jednak inwestycje w te obszary mogą prowadzić do przekształcenia ich w przyszłości w gwiazdy.
- 4. **Psy** to produkty lub usługi, które nie przynoszą znaczących dochodów i nie mają perspektyw na rozwój. Są to obszary rynku, które są już nasycone, a produkty te pochłaniają więcej środków niż generują dochodu. Często rozważa się wycofanie się z tych obszarów.

25. (1 pkt) Benchmarking to:

- a) analiza porównawcza firm tylko wewnętrzna
- b) **proces porównywania własnej firmy z konkurentami i innymi firmami**
- c) wywiad konkurencyjny przeprowadzany bez zgody innych firm
- d) analiza wewnętrzna bez porównywania z innymi organizacjami

Komentarz eksperta: Benchmarking to skoncentrowana metoda zarządzania, która polega na systematycznym porównywaniu własnej organizacji, jej procesów, metod działania lub wyników z innymi organizacjami, zwłaszcza tymi uważanymi za liderów w danej dziedzinie. Głównym celem benchmarkingu jest doskonalenie i poprawa efektywności organizacji poprzez adaptację najlepszych praktyk i procesów znalezionych u konkurencji lub innych organizacji wyznaczających standardy. Kluczowe aspekty benchmarkingu

1. Typy benchmarkingu: Benchmarking może przyjąć różne formy, w tym wewnętrzny (porównywanie różnych działów lub jednostek w obrębie własnej organizacji), konkurencyjny (porównywanie z bezpośrednimi konkurentami), funkcjonalny (porównywanie podobnych procesów w różnych branżach) i ogólny (porównywanie ogólnych procesów lub funkcji).
2. Etapy benchmarkingu: Proces benchmarkingu obejmuje planowanie, analizę, integrację i wdrożenie. Planowanie rozpoczyna się od identyfikacji przedmiotu badań i wyboru organizacji do porównań. Następnie zbiera się dane, analizuje je oraz ustala odchylenia w efektywności. Po analizie wyników przystępuje się do integracji, czyli komunikowania wyników, ustalania celów funkcjonalnych i planowania wdrożenia. Wdrożenie obejmuje opracowanie planu wdrożenia i uruchomienie działań, a także kontrolę procesu.
3. Cechy dobrego benchmarkingu: Właściwy benchmarking powinien skupiać się na przyszłości i doskonałości, uwzględniać holistyczne i systemowe podejście, pozwalać na uczestnictwo interesariuszy, być zdolnym do zmian i rozwoju.
4. Korzyści z benchmarkingu: Benchmarking pozwala organizacji zidentyfikować obszary do poprawy, dostosować swoje procesy i metody do najlepszych praktyk branżowych, zwiększyć efektywność i konkurencyjność, poprawić jakość produktów i usług oraz zredukować koszty.
5. Wyzwania benchmarkingu: Benchmarking może być trudny w praktyce ze względu na dostępność danych, współpracę konkurentów, różnice w procesach i kulturze organizacyjnej. Ponadto nie zawsze organizacje kopią bezpośrednio praktyki innych, ale dostosowują je do swojego kontekstu.

26. (2 pkt) Prawo Greshama:

- a) **mówi, że gdy w obiegu są dwa rodzaje pieniądza, to gorszy wypiera lepszy**
- b) zostało opracowane w Wielkiej Brytanii pod koniec XIX wieku w celu jeszcze większej liberalizacji gospodarki tego państwa
- c) mówi, że przy ciągłym zwiększaniu nakładów czynników wytwórczych rośnie produkcja
- d) mówi, że ciągłe zwiększanie nakładów czynników wytwórczych doprowadza do zwiększenia popytu

Komentarz eksperta: Prawo Greshama jest to prawo rządzące obiegiem pieniądza, mówiące, że gdy w obiegu znajdują się jednocześnie monety o tej samej wartości nominalnej, ale różnej zawartości kruszcu, to pieniądź lepszy (o wyższej zawartości kruszcu) jest wypierany z obiegu przez gorszy.

Zjawisko to odkrył w XVI wieku finansista i kupiec Thomas Gresham. Zaobserwował on, że społeczeństwo w obrocie używa „złej waluty”, podczas gdy oszczędza „dobrą walutę”, by sprzedać ją w złocie. Przykłady działania tego prawa można obserwować nie tylko w sytuacjach obiegu pieniądza kruszcowego, opisywanych przez Greshama, ale również w czasach późniejszych, gdy w obiegu były monety tłoczone z dwóch kruszców (bimetalizm), a także pieniądze papierowe. W okresie bimetalizmu prawidłowość ta występowała gdy ludność, bezpodstawnie przypisując wyższą wartość realną jednemu z rodzajów monet będących w obiegu, tezauryzowała je. Podobnie dzieje się, gdy występuje pieniądź papierowy i bilon; pieniądź papierowy wypiera bilon, co prowadzi do deprecjacji waluty i inflacji.

27. (2 pkt) Jak nazywa się system kontroli przepływu towarów poprzez fale radiowe, odczyt i zapis danych z wykorzystaniem specjalnych układów elektronicznych przytwierdzonych do nadzorowanych przedmiotów?
- CRM
 - RFID**
 - EKD
 - kod kreskowy

Komentarz eksperta: RFID (Radio Frequency Identification) to jedna z najszybciej rozwijających się w ostatnim czasie technik automatycznej identyfikacji i systemu kontroli przepływu towarów. W odróżnieniu od technologii kodów kreskowych nie wymaga kontaktu optycznego pomiędzy czytnikiem a produktem.

Każdy system składa się z trzech podstawowych elementów: identyfikatorów, czytników oraz oprogramowania: komunikacyjnego i użytkowego.

Do głównych zalet technologii RFID w porównaniu do technologii kodów kreskowych należy:

- odczyt mimo braku optycznego kontaktu między produktem a czytnikiem,
- możliwość wielokrotnego zapisywania danych na identyfikatorach przytwierdzanych do produktów,
- możliwość zapisywania danych w ruchu, np. wyjeżdżających na wózku z magazynu,
- odczyt jednoczesny wielu identyfikatorów,
- nie wymaga działań operatora – zautomatyzowanie procesów.

28. (2 pkt) Tworzenie fałszywych stron internetowych, łudząco podobnych do stron banków oraz zachęcanie poprzez e-mail klientów, aby na taką stronę weszli i się zalogowali w celu wykradzenia ich haseł i loginów, to:
- hacking
 - phishing**
 - sniffing
 - e-mail bombing

Komentarz eksperta: Phishing jest jednym z popularniejszych w ostatnim czasie sposobów zdobycia przez przestępców poufnych danych. Polega na tworzeniu pojedynczych stron bądź kompletnych witryn, niemal identycznych jak witryny banków i instytucji finansowych (ale różniących się np. literówką w adresie strony – system jest o tyle niebezpieczny, że często ludzkie oko przy szybkim czytaniu nie zauważa literówek polegających na przetsawieniu koljeności lter w śrkodu wyrzau i spookjnie może przeczytać ostatnią część tego nawiasu), a następnie wysyłanie e-maili z prośbą o wejście na stronę w celu koniecznej natychmiastowej weryfikacji danych. Klienci przekonani treścią e-maila logują się, potwierdzają dane (podając dodatkowo hasło jednorazowe), uspokojeni wylogowują się, a przestępcy w tym czasie wchodzą na prawdziwą stronę i zlecają wykonanie jednego przelewu... (nie mają więcej haseł jednorazowych, ale jeden przelew często wystarcza).

29. (2 pkt) W przypadku upadłości banku zrzeszonego w Bankowym Funduszu Gwarancyjnym na dzień 1 grudnia 2023 r. pojedynczy klient odzyska 100% wpłaconych depozytów, jeżeli ich wysokość nie przekracza:

- a) 50 tys. euro
- b) 75 tys. euro
- c) 80 tys. euro
- d) 100 tys. euro**

Komentarz eksperta: Bankowy Fundusz Gwarancyjny w przypadku bankructwa banku zrzeszonego w BFG zwróci klientom w całości równowartość 100 tys. euro – o ile oczywiście wcześniej wpłacony przez nich kapitał wraz z odsetkami osiągnął taką wartość. Natomiast jeżeli ktoś zdeponuje większą kwotę, będzie mógł ubiegać się o zwrot depozytu z masy upadłościowej banku (na równi z innymi wierzycielami). Zwrot przysługuje imiennym depozytom złotowym lub walutowym osób fizycznych, prawnych, jednostek organizacyjnych niemających osobowości prawnej (o ile posiadają zdolność prawną) oraz szkolnych kas oszczędności i pracowniczych kas zapomogowo-pożyczkowych. Na zwrot z BFG nie może liczyć Skarb Państwa, inne instytucje finansowe (banki, domy maklerskie, fundusze emerytalne i inwestycyjne) oraz kadra zarządzająca bankiem (która nie uchroniła banku przed upadłością) i jego główni akcjonariusze (którzy nie zapobiegli upadłości). Środki do wypłaty gwarantowanych depozytów Bankowy Fundusz Gwarancyjny zbiera od innych banków. Podstawą do obliczenia sumy gwarantowanej jest łączna wartość depozytów lub wszystkie imienne lokaty i rachunki klienta w danym banku. Dlatego też założenie kilku kont w jednym banku nie może być traktowane jako sposób na zmniejszenie ryzyka – lepszym pomysłem jest założenie depozytów w różnych bankach, ale takie działanie też nie jest do końca zgodne z zasadą dywersyfikacji ryzyka – w przypadku hipotetycznej całkowitej zapaści systemu bankowego nie uchronilibyśmy się przed stratami.

Więcej: <https://www.bfg.pl/gwarantowanie-depozytow/zasady-gwarantowania-depozytow/wysokosc-gwarancji-bfg/>

30. (2 pkt) Agenda 2030 to strategia rozwoju świata do 2030 roku, zawiera ona 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju (*Sustainable Development Goals*) i została jednocześnie przyjęta przez 193 państwa członkowskie ONZ. W którym roku została podpisana?
- a) 2015**
 - b) 2018
 - c) 2020
 - d) 2022

Komentarz eksperta: Agenda 2030 przyjęta przez Organizację Narodów Zjednoczonych (ONZ) to program działań o bezprecedensowym zakresie i znaczeniu, definiujący model zrównoważonego rozwoju na poziomie globalnym. Ostatecznie podpisana została przez 193 państwa członkowskie ONZ podczas Zgromadzenia Ogólnego ONZ w Nowym Jorku we wrześniu 2015 roku. 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju zawartych w Agendzie 2030 można podzielić na pięć obszarów, które nazywane są 5xP: ludzie (ang. people), planeta (ang. planet), dobrobyt (ang. prosperity), pokój (ang. peace) i partnerstwo (ang. partnership). Dla każdego z tych celów określono konkretne zadania do osiągnięcia do roku 2030, co łącznie stanowi 169 zadań. Każdemu zadaniu zawartemu w Agendzie 2030 przyporządkowano wskaźniki służące do pomiaru postępów w realizacji tych celów. Ogółem jest to 231 wskaźników. Odpowiedzialność za zbieranie danych i raportowanie w tej kwestii spoczywa na rządach poszczególnych krajów. Dzięki temu możliwe jest stałe monitorowanie postępów w osiągnięciu Celów Zrównoważonego Rozwoju na całym świecie.

31. (2 pkt) Jakie lata obejmuje obecna perspektywa finansowa Unii Europejskiej:
- a) 2018–2024
 - b) 2022–2026
 - c) 2020–2025
 - d) 2021–2027**

Komentarz eksperta: Prowadzenie długookresowej strategicznej polityki finansowej wymaga przyjęcia wieloletnich ram działania, w obrębie których będą tworzone kolejne budżety. Takie ramy działania w UE nazywane są perspektywami finansowymi. W tej chwili obowiązuje perspektywa finansowa 2021–2027. Pozyskane środki państwa mogą przeznaczyć m.in. na ochronę zdrowia, infrastrukturę czy zwiększenie konkurencyjności swojej gospodarki. Polska jest beneficjentem już czwartej perspektywy Funduszy Europejskich.

32. (2 pkt) Czynność prawna polegająca na poręczeniu za cudzy dług wekslowy to:
- a) awal**
 - b) dyskonto
 - c) indos
 - d) regres

Komentarz eksperta: Awal to czynność prawna polegająca na poręczeniu za cudzy dług wekslowy. Po poręczeniu poręczyciel wekslowy (awalista) odpowiada za zapłatę weksla tak samo jak osoba, za której dług wekslowy poręczył.

33. (2 pkt) „Stopa w drzwiach” – taktyka wywierania wpływu, która polega na zwracaniu się do kogoś stopniowo z coraz większymi prośbami (na początku prosimy o spełnienie niewielkiej prośby, a gdy zostanie ona spełniona, prosimy o zrobienie kolejnej rzeczy związanej z pierwszą prośbą) bazuje na zasadzie:
- a) niedostępności
 - b) społecznego dowodu słuszności
 - c) sympatii
 - d) zaangażowania i konsekwencji**

Komentarz eksperta: Technika „stopy w drzwiach” opiera się na zasadzie zaangażowania i konsekwencji. Wykorzystuje fakt, że ludzie dążą do zachowań konsekwentnych – kiedy dokonują wyboru lub zajmują jakieś stanowisko, odczuwają wewnętrzny nacisk, aby zachowywać się konsekwentnie i zgodnie z tym, w co się już zaangażowali. Dążenie do takiej zgodności ma trzy źródła: konsekwencja jest cnotą wysoko cenioną przez społeczeństwo, postępowanie konsekwentne jest zwykle korzystne, konsekwencja zwalnia z obowiązku myślenia. Spełnienie prośby mniejszej zwiększa gotowość spełnienia kolejnej, większej prośby.

34. (2 pkt) Koszty całkowite przedsiębiorstwa Alfa można przedstawić za pomocą wzoru $TC = 30Q + 6000$, gdzie Q oznacza wolumen produkcji. Przeciętny koszt zmienny w tym przedsiębiorstwie wynosi:

- a) 30
- b) 30Q
- c) 6000
- d) $30 + 6000/Q$

Komentarz eksperta:

Jeśli: TC (total cost, koszt całkowity) = $30Q + 6000$,

To: $30Q$ to koszt zmienny (zależny od wolumenu produkcji Q), a 6000 to koszt stały.

Zatem: Przeciętny koszt zmienny = koszt zmienny / wolumen produkcji Q $30Q / Q = 30$.

35. (2 pkt) Proces angażowania pracowników w podejmowanie decyzji dotyczących organizacji i umożliwienie im brania odpowiedzialności za swoje działania, co przekłada się na świadomość kosztów, poczucie przynależności, wzrost wydajności oraz poprawę relacji w zespole, to:
- a) coaching
 - b) **empowerment**
 - c) proces selekcji
 - d) proces adaptacji pracownika

Komentarz eksperta: Proces angażowania pracowników w podejmowanie decyzji dotyczących organizacji i umożliwienie im brania odpowiedzialności za swoje działania, co przekłada się na świadomość kosztów, poczucie przynależności, wzrost wydajności oraz poprawę relacji w zespole, to empowerment. Skuteczny empowerment wymaga stworzenia klimatu organizacyjnego, który uwolni drzemiącą w pracownikach wiedzę, doświadczenie i motywację.

36. (2 pkt) Przejęcie za opłatą sprawdzonego i opracowanego przez inny podmiot pomysłu biznesowego, a następnie wdrożenie go we własnym zakresie przy wsparciu inicjatora tego pomysłu, to:
- a) wykup menedżerski
 - b) fuzja
 - c) **franczyza**
 - d) inwestycja typu greenfield

Komentarz eksperta: Franczyza to model biznesu polegający na ścisłej współpracy między niezależnymi przedsiębiorstwami – francyzodawcą i francyzobiorcami. Francyzodawca zezwala francyzobiorcom na używanie swojej marki, know-how, wiedzy technicznej, nakładając jednocześnie obowiązek prowadzenia działalności zgodnie z jego standardami. Francyzobiorca dzięki temu może rozpocząć działalność, oferując sprawdzony i znany na rynku produkt (pod warunkiem, że ma wymagane środki finansowe). Francyzobiorca w zamian za tę możliwość przekazuje francyzodawcy część swoich obrotów, zysków bądź stałą wymienioną w umowie kwotę. Franczyza jest korzystna dla obu stron umowy – francyzobiorcy pozwala zmniejszyć ryzyko prowadzenia działalności biznesowej pod swoją marką, a francyzodawcy oprócz przychodów pozwala szybko rozbudować sieć dystrybucji (warunkiem jest oferowanie dobrego produktu i sprawdzonego modelu biznesowego). W Polsce wiele sieci opierających się na franczyzie (stacje benzynowe, restauracje, pizzerie, salony odzieżowe, punkty usługowe, serwisy samochodowe, zakłady fryzjerskie itd.).

37. (2 pkt) Dewizami nie są:
- a) waluty obce
 - b) czeki podróżne opiewające na waluty obce**
 - c) weksle płatne w walutach obcych
 - d) papiery wartościowe pełniące funkcję środka płatniczego wystawione w walutach obcych

Komentarz eksperta: Zgodnie z polskim prawem dewizy to papiery wartościowe i inne dokumenty pełniące rolę środka płatniczego, wydane w walutach obcych. W aspekcie ekonomicznym dewizy są zagranicznymi należnościami, które ze względu na swoją formę i płynność mogą służyć jako środek płatniczy w międzynarodowym obrocie.

Dewizy pełnią funkcję środka płatniczego w transakcjach międzynarodowych, a obrót dewizą obejmuje handel dewizami z zagranicą oraz obroty papierami wartościowymi w kraju macierzystym. Dewizami mogą być różne rodzaje zobowiązań, w tym krótkoterminowe należności oraz dokumenty potwierdzające istnienie zagranicznych zobowiązań u zagranicznych kontrahentów, takie jak weksle, przekazy bankowe, czeki, papiery wartościowe, międzynarodowe przekazy pieniężne, akcje, obligacje, świadectwa udziałowe, a także zapisy na rachunkach bankowych za granicą. Natomiast waluty obce państw nie są uważane za dewizy, lecz za wartości dewizowe.

38. (2 pkt) Rozpiętość kierowania określa:
- a) liczbę szczebli zarządzania
 - b) podział zadań między poszczególne stanowiska
 - c) liczbę pracowników podległych kierownikowi**
 - d) stopień sformalizowania przedsiębiorstwa

Komentarz eksperta: Przez rozpiętość kierowania rozumie się liczbę podwładnych podległych jednemu menedżerowi. Mała rozpiętość kierowania wymusza tworzenie wielu szczebli pośrednich, przez co struktura organizacyjna staje się bardzo wysmukła, tzn. charakteryzuje się znaczną liczbą szczebli organizacyjnych. Duża rozpiętość kierowania umożliwia tworzenie struktur płaskich, bardziej elastycznych i oszczędnych, o małej liczbie szczebli. Na rozmiar rozpiętości kierowania mają wpływ głównie kwalifikacje kierownika i jego pracowników. Decyduje o niej też charakter zadań i wymagany stopień koordynacji prac, jak również rozmieszczenie pracowników w terenie. Na rozpiętość kierowania ma ponadto wpływ sposób zorganizowania firmy i jakość wyposażenia, którym dysponuje kierownik.

39. (2 pkt) W terminologii giełdowej określenie „trzy wiedzmy” oznacza:
- a) trzeci piątek ostatniego miesiąca kwartału, czyli dzień, w którym na większości rynków wygasają kontrakty terminowe i opcje na akcje oraz indeksy**
 - b) jednoczesny spadek trzech najważniejszych indeksów giełdowych
 - c) formację w analizie technicznej utworzoną przez trzykrotny cykl krótkich wzrostów i spadków
 - d) trzy instytucje, które mogą pokrzyżować plany spółki w drodze na rynek publiczny: GPW, KNF i KDPW

Komentarz eksperta: Ze względu na specjalne znaczenie dla inwestorów trzeci piątek ostatniego miesiąca kwartału doczekał się odrębnej nazwy – w języku inwestorów określaną jest dniem trzech

wiedźm. W tym dniu na większości rynków wygasają kontrakty terminowe i opcje na akcje oraz indeksy (stąd trójka w nazwie), a to wiąże się zazwyczaj ze zwiększoną aktywnością inwestorów, zmiennością cen i nieprzewidywalnością (stąd humorzysta wiedźma).

40. (2 pkt) Do czynników determinujących sposób wdrożenia programów wspierających dobrostan pracowników zalicza się między innymi:
- a) **strategię biznesową**
 - b) promowanie aktywności fizycznej
 - c) szkolenia cyfrowe
 - d) ograniczenie nadgodzin

Komentarz eksperta: Do czynników determinujących sposób wdrożenia programów wellbeingowych zalicza się strategię biznesową, funkcjonowanie strategii CSR, sposób zdefiniowania wellbeingu oraz jego strategii, możliwości finansowe organizacji itp.

Programy wspierające dobrostan pracowników powinny być zgodne z ogólną strategią biznesową organizacji. Jeśli firma kładzie nacisk na innowacyjność, programy mogą koncentrować się na kreatywności i elastyczności. Jeśli podkreśla stabilność i długoterminowy rozwój, programy mogą koncentrować się na bezpieczeństwie zatrudnienia i rozwoju kompetencji.

Więcej na ten temat w: Juchnowicz M., Kinowska H. (red.), *Zarządzanie kapitałem ludzkim w warunkach niepewności. Wyzwania i implikacje*, PWE, Warszawa 2023, s. 171.

41. (2 pkt) Celem działalności Bankowego Funduszu Gwarancyjnego jest:
- a) **ochrona środków gwarantowanych (głównie depozytów podmiotów, które zasadniczo nie mają samodzielnej możliwości oceny ryzyka finansowego)**
 - b) udzielanie pomocy finansowej klientom banku
 - c) utrzymanie stabilnego poziomu cen
 - d) finansowanie środków trwałych niezbędnych do prowadzenia działalności bankowej

Komentarz eksperta: BFG zapewnia ochronę depozytów (takich jak oszczędności i konta bieżące) zgromadzonych w bankach oraz w niektórych instytucjach kredytowych. W przypadku upadłości banku BFG gwarantuje zwrot środków do określonego limitu.

Więcej na ten temat w: Banaszczak-Soroka U. (red.), *Rynki finansowe. Organizacja, instytucje, uczestnicy*, C.H. Beck, Warszawa 2012, s. 60.

42. (2 pkt) Stopa oszczędzania gospodarstw domowych oznacza:
- a) relację rozporządzalnych dochodów do przychodów
 - b) relację rozporządzalnych dochodów do wydatków
 - c) **relację rozporządzalnych dochodów do oszczędności**
 - d) relację rozporządzalnych dochodów do płynności

Komentarz eksperta: Stopa oszczędzania gospodarstw domowych jest wskaźnikiem finansowym, który pokazuje, jaki procent dochodów rozporządzalnych jest oszczędzany przez gospodarstwa domowe, zamiast być wydany. Dochody rozporządzalne to pieniądze, które pozostają gospodarstwom domowym po opłaceniu podatków i innych obowiązkowych opłat. Na przykład, jeśli gospodarstwo

domowe zarabia 100 złotych, płaci 20 złotych podatków, a następnie oszczędza 10 złotych z pozostałych 80 złotych, stopa oszczędzania wynosi $10/80$, czyli 12,5%.

Więcej na ten temat w: Dorosz A., *Finanse osobiste*, PWE, Warszawa 2023, s. 73.

43. (2 pkt) Skrót RRSO oznacza:
- a) racjonalną roczną stopę oprocentowania
 - b) racjonalną roczną stopę oszczędności
 - c) **rzeczywistą roczną stopę oprocentowania**
 - d) rzeczywistą roczną stopę oszczędności

Komentarz eksperta: RRSO jest kluczowym terminem w sektorze finansowym, szczególnie w kontekście kredytów i pożyczek. Jest to wskaźnik wyrażający całkowity koszt kredytu dla pożyczkobiorcy, przeliczony na roczną stawkę procentową. Wskaźnik ten uwzględnia nie tylko samą odsetkową stopę procentową, ale także wszelkie dodatkowe opłaty związane z kredytem, takie jak prowizje, opłaty administracyjne, koszty ubezpieczenia kredytu itd.

Więcej na ten temat w: Dorosz A., *Finanse osobiste*, PWE, Warszawa 2023, s. 80.

44. (2 pkt) Analiza łańcucha wartości to:
- a) badanie sekwencji historycznych wydarzeń w przedsiębiorstwie
 - b) metoda badania ruchu produktów na rynku
 - c) **analiza procesów wewnętrznych przedsiębiorstwa i identyfikacja działań tworzących wartość**
 - d) analiza zmian cen surowców na rynku światowym

Komentarz eksperta: Łańcuch wartości to ważna metoda analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Pozwala ona na zrozumienie, jakie działania i procesy w firmie dostarczają wartość dodaną klientom. Oto najważniejsze wnioski z tej analizy:

1. Łańcuch wartości obejmuje zarówno działania podstawowe, które bezpośrednio tworzą produkt lub usługę, jak i działania pomocnicze, które wspierają te działania.
2. Działania podstawowe to logistyka wewnętrzna i zewnętrzna, operacje, serwis oraz marketing i sprzedaż. Działania pomocnicze to zaopatrzenie, zarządzanie ludźmi, technologia i wewnętrzna struktura firmy.
3. Analiza łańcucha wartości pozwala zidentyfikować, które czynności dostarczają wartość dodaną klientom i które można zoptymalizować lub usunąć.
4. Technologia odgrywa kluczową rolę w efektywnym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, zwłaszcza w sektorze e-commerce.
5. Marketing i sprzedaż są istotnymi elementami wpływającymi na sukces firmy, szczególnie w branżach opartych na handlu elektronicznym.
6. Efekty analizy łańcucha wartości to możliwość optymalizacji procesów, zwiększenia konkurencyjności i dostarczania większej wartości klientom.

45. (2 pkt) Jaka jest główna funkcja mapy grup strategicznych w analizie strategicznej?
- a) określenie potencjału zysku w sektorze rynku
 - b) **identyfikacja konkurencyjnych przedsiębiorstw w danym sektorze**

- c) prognozowanie zmian w otoczeniu przedsiębiorstwa
- d) planowanie rozwoju produktów

Komentarz eksperta: Grupa strategiczna to zbiór przedsiębiorstw z tego samego sektora, które realizują podobną strategię konkurencyjną. Analiza map grup strategicznych jest narzędziem analizy konkurencji w sektorze. Pozwala na identyfikację głównych konkurentów i ocenę pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Mapa grup strategicznych jest przydatna do podejmowania decyzji strategicznych. Istnieją etapy tworzenia map grup strategicznych, w których wybiera się determinanty strategiczne, określa się przedsiębiorstwa na podstawie tych determinant, a następnie tworzy grupy strategiczne. Analiza map grup strategicznych pozwala na identyfikację szans i zagrożeń w sektorze oraz odnalezienie nisz rynkowych. Przedsiębiorstwa mogą wybrać jedną z trzech podstawowych strategii: wzmocnienie pozycji w grupie, przejście do innej grupy lub stworzenie nowej grupy strategicznej. Korzyści z analizy map grup strategicznych to identyfikacja konkurencyjnych przedsiębiorstw, strategii konkurencji, czynników wpływających na intensywność konkurencji, ocena atrakcyjności grup strategicznych, wykrywanie szans i zagrożeń oraz odnajdywanie nisz rynkowych. Błędy w budowie i interpretacji map grup strategicznych mogą wynikać z niewłaściwego zdefiniowania sektora, obiektów badania, wymiarów grup strategicznych, braku określenia celu mapy, analizy mało istotnych obiektów, zastosowania mało zróżnicowanych cech i innych czynników.

46. (2 pkt) Główne cele analizy kluczowych czynników sukcesu (KCS) w przedsiębiorstwie to:
- a) określenie wyników finansowych firmy
 - b) zidentyfikowanie słabych stron przedsiębiorstwa**
 - c) ocenienie liczby klientów w danej branży
 - d) zwiększenie udziału w rynku

Komentarz eksperta: Analiza kluczowych czynników sukcesu (KCS) to ważne narzędzie w dziedzinie strategii i zarządzania przedsiębiorstwem. Jej głównym celem jest identyfikacja tych czynników, które mają kluczowe znaczenie dla osiągnięcia sukcesu i przewagi konkurencyjnej w danej branży lub sektorze. Poniżej bardziej szczegółowy komentarz dotyczący KCS:

1. Zidentyfikowanie kluczowych aspektów: Analiza KCS pomaga firmom zidentyfikować te aspekty działalności, które mają największy wpływ na ich wyniki. Obejmuje to zarówno czynniki wewnętrzne, takie jak organizacja firmy, potencjał finansowy i poziom technologiczny, jak i czynniki zewnętrzne, takie jak pozycja na rynku i wizerunek przedsiębiorstwa.
2. Koncentracja na istotnych obszarach: Analiza KCS opiera się na zasadzie 20–80, co oznacza, że około 20% czynników ma znaczący wpływ na 80% wyników firmy. Dzięki temu przedsiębiorstwo może skupić swoje zasoby i uwagę na tych obszarach, które są kluczowe dla osiągnięcia sukcesu. To pomaga w efektywnym zarządzaniu zasobami i priorytetyzacji działań.
3. Branża i segmentacja rynku: KCS uwzględnia różnorodność czynników w zależności od branży i segmentu rynku. Nie istnieje uniwersalna lista czynników sukcesu, ponieważ to, co jest kluczowe dla jednej branży, może nie mieć znaczenia dla innej. Dlatego analiza musi być dostosowana do specyfiki danej branży.
4. Różne metody analizy: Istnieje kilka metod analizy KCS, takich jak dwuetapowa analiza, ocena punktowa czy analiza profilu konkurencyjności. Każda z tych metod ma swoje zastosowanie i pozwala na uzyskanie różnych rodzajów informacji.

5. Tworzenie strategii: Analiza KCS nie tylko pomaga zidentyfikować słabe strony przedsiębiorstwa, ale także wskazuje potencjalne obszary do poprawy. Na podstawie wyników analizy można opracować strategię, która ma na celu wzmocnienie kluczowych czynników sukcesu i zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa.
6. Obiektywność i zaangażowanie pracowników: W analizie KCS istotne jest zaangażowanie różnych interesariuszy, w tym kadry kierowniczej, konsultantów oraz pracowników. Dzięki temu można uzyskać bardziej obiektywną ocenę sytuacji i zyskać cenne perspektywy wewnętrzne.

Więcej na ten temat w: Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, wyd. 5, PWE, Warszawa 2017.

47. (2 pkt) Kroki badania ankietowego w metodzie delfickiej, uporządkowane w odpowiedniej kolejności, obejmują:
- a) **zdefiniowanie problemu, wybór grona ekspertów, przygotowanie i wysłanie ankiety, analizę odpowiedzi zwrotnych**
 - b) zdefiniowanie problemu, analizę odpowiedzi zwrotnych, przygotowanie i wysłanie ankiety, wybór grona ekspertów
 - c) przedstawienie wyników, analizę odpowiedzi zwrotnych, wybór grona ekspertów, zdefiniowanie problemu
 - d) wybór grona ekspertów, zdefiniowanie problemu, przygotowanie i wysłanie ankiety, analizę odpowiedzi zwrotnych

Komentarz eksperta: Metoda delficka jest skomplikowanym procesem, który obejmuje wiele kroków. Warto zaznaczyć, że etapy metody delfickiej są strategicznie ułożone w procesie gromadzenia i analizy opinii ekspertów. Zdefiniowanie problemu jest pierwszym krokiem, ponieważ to ono ustala temat badania i określa pytania, które zostaną zadane ekspertom. Wybór grona ekspertów jest następnym etapem, w którym identyfikowane są osoby z wiedzą i doświadczeniem w danej dziedzinie. Przygotowanie i wysłanie ankiety to proces zbierania odpowiedzi, a analiza odpowiedzi zwrotnych jest ostatnim etapem, w którym wyniki są sumowane i przedstawiane. Podsumowując, odpowiedź a) jest właściwa, ponieważ dokładnie oddaje kolejność etapów w metodzie delfickiej w analizie strategicznej.

48. (2 pkt) Stosowana w ekonomii zasada *ceteris paribus* oznacza:
- a) co jest dobre dla jednostki, nie jest dobre dla ogółu
 - b) potrzeby ludzkie są nieograniczone
 - c) przy niezmiennych czynnikach produkcji
 - d) **przy pozostałych czynnikach niezmiennych**

Komentarz eksperta: *Ceteris paribus* oznacza dosłownie „inne takie samo”. Jest to powszechnie stosowany łaciński zwrot, zwłaszcza w dziedzinach takich jak ekonomia i zarządzanie. Zazwyczaj odnosi się on do podkreślenia uproszczenia eksperymentów, zadań lub obliczeń. Wynik jest pochodną określonych zmiennych przy jednoczesnym zachowaniu zasady *ceteris paribus*, czyli braku wpływu lub zmienności pozostałych czynników. Oznacza to, że w analizie przyjmuje się, że tylko jeden czynnik jest zmienny, podczas gdy pozostałe pozostają niezmiennie. To podejście pozwala bardziej rzetelnie określać i kwantyfikować związki przyczynowe między badanymi cechami.

49. (2 pkt) Postawa pracownika, który jest związany z firmą wyłącznie w celu zaspokojenia swoich własnych potrzeb i który swoje zadania wykonuje zgodnie ze standardami, ale nie identyfikuje się z celami przedsiębiorstwa, jest przykładem zaangażowania:
- efektywnego
 - trwania**
 - utrzymującego się
 - normatywnego

Komentarz eksperta: W teorii wyróżnia się cztery rodzaje zaangażowania:

- zaangażowanie efektywne – niewymuszone, wynikające z wewnętrznych przekonań i postaw – jest to zaangażowanie długotrwałe;
- zaangażowanie trwania – wynikające wyłącznie z chęci zaspokojenia własnych potrzeb przez pracownika; przy takim zaangażowaniu pracownik nie identyfikuje się z celami przedsiębiorstwa, wykonując swoje zadania wyłącznie w ramach minimalnego standardu;
- zaangażowanie utrzymujące się – zaangażowanie na umiarkowanym poziomie, w przypadku którego pracownik wykonuje swoje zadania poprawnie, ale bez zachowań kreatywnych – w skali pięciostopniowej taka praca zostałaby oceniona na cztery;
- zaangażowanie normatywne – wynikające z przymusu, dotyczy np. pracowników, którzy po odbyciu szkoleń na koszt pracodawcy zmuszeni są przepracować określony czas, żeby nie zwracać kosztów szkolenia.

50. (2 pkt) Które z narzędzi do analizy strategii koncentruje się na opracowywaniu różnych wizji przyszłości, aby wspomóc firmę w planowaniu strategicznym?
- analiza SWOT
 - analiza pięciu sił Portera
 - metoda delficka
 - metoda scenariuszowa**

Komentarz eksperta: Metoda scenariuszowa jest narzędziem zarządzania strategicznego służącym do planowania strategii przedsiębiorstwa w dłuższym okresie poprzez tworzenie przewidywanych obrazów sytuacji w przyszłości na podstawie czynników zewnętrznych. Scenariusze pozwalają przewidzieć różne zachowania i zdarzenia wynikające z przyszłych zmian w otoczeniu organizacji.

Geneza metody scenariuszowej sięga lat siedemdziesiątych, choć istnieją odniesienia do podobnych podejść w starożytności i w kontekście strategii wojennej. Scenariusze wykorzystywane są w projektach foresightu strategicznego, a ich główną wartość stanowi proces tworzenia, który pomaga zebrać różnorodne pomysły, identyfikować szanse i zagrożenia, opracować strategię oraz zbudować konsensus w organizacji.

Metody scenariuszowe dzielą się na różne grupy, takie jak scenariusze możliwych zdarzeń, scenariusze symulacyjne, scenariusze stanów otoczenia i scenariusze procesów otoczenia. Mogą mieć charakter eksploracyjny (opisujący tendencje dominujące) lub antycypacyjny (pokazujący pożądany obraz przyszłości).

W kontekście liczby scenariuszy istnieją dwie główne opcje: budowanie dwóch scenariuszy, które mogą być skrajne (np. największe szanse i zagrożenia) lub budowanie trzech scenariuszy, z których jeden jest najbardziej prawdopodobny – stanowi wypośrodkowanie szans i zagrożeń.

Test z zawodów okręgowych z komentarzami

Pod każdym z pytań publikujemy komentarz merytoryczny.

1. (1 pkt) O zakwalifikowaniu firmy do grupy mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw (zgodnie z definicją obowiązującą w UE) decydują następujące czynniki:
 - a) **liczba osób zatrudnionych, roczny obrót, całkowity bilans roczny**
 - b) liczba zatrudnionych
 - c) bilans roczny
 - d) nie ma jednej definicji obowiązującej w Unii Europejskiej

Komentarz eksperta: Zalecenie Komisji 2003/361 ustala definicje małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w oparciu o określone znaczenie gospodarcze firmy i liczbę jej pracowników.

- Przedsiębiorstwo średnie zatrudnia do 250 pracowników, ma obrót nieprzekraczający 50 mln EUR oraz całkowity bilans roczny wynoszący nie więcej niż 43 mln EUR.
- Przedsiębiorstwo małe zatrudnia do 50 pracowników oraz ma obrót lub całkowity bilans roczny nieprzekraczający 10 mln EUR.
- Mikroprzedsiębiorstwo zatrudnia do 10 pracowników oraz ma obrót lub całkowity bilans roczny nieprzekraczający 2 mln EUR.

Źródło: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=LEGISSUM:sme>

2. (1 pkt) Jakie są główne cechy przedsiębiorcy zakładającego start-up?
 - a) ostrożne podejście do ryzyka, aby zachować stabilność finansową
 - b) **nastawienie na szybki wzrost, kreatywność i umiejętność korzystania z nowych technologii**
 - c) wykorzystanie kapitału od aniołów biznesu
 - d) inwestowanie w rozszerzoną rzeczywistość, AI i rozbudowywanie infrastruktury przetwarzania danych

Komentarz eksperta: Start-upy zakładają przedsiębiorcy, których charakteryzuje nieustanne szukanie nowych rozwiązań i potrzeba mierzenia się z wyzwaniami, presja na kreatywność i rozwój technologiczny. Start-upy nastawione są na szybki wzrost dzięki szybkiemu skalowaniu produktu do poziomu globalnego.

3. (1 pkt) Należy promować różnorodność w miejscu pracy w kontekście godnej pracy, ponieważ różnorodność:
 - a) nie powoduje konfliktów w zespole
 - b) **przyczynia się do wzrostu kreatywności i innowacyjności pracowników**
 - c) eliminuje ryzyko dyskryminacji
 - d) ma znaczenie dla wzmocnienia kultury organizacyjnej

Komentarz eksperta: Wytyczne Międzynarodowej Organizacji Pracy w dziedzinie pracy odnoszą się do zakazu dyskryminacji w dziedzinie zatrudnienia i nakazu równego traktowania. Wiele organizacji deklaruje zwalczanie dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, rasę oraz orientację seksualną. W ostatnich latach trwają intensywne debaty na temat istotności różnorodności w biznesie, które dotyczą nie tylko kwestii moralnych, lecz także czysto ekonomicznych. Inwestowanie w różnorodność, sprawiedliwość i inkluzywność jest opłacalne ze względu na rozwój kreatywności i innowacyjności pracowników.

4. (1 pkt) Co oznacza pojęcie „prawa pracownicze” w kontekście godnej pracy?
- pomoc pracodawcy w zdobyciu środków na utrzymanie dla pracownika i jego rodziny
 - zbiór regulacji i gwarancji dotyczących praw pracowników w miejscu pracy**
 - prawo do aktywności zawodowej służącej zarabianiu pieniędzy, zyskiwaniu satysfakcji z pracy i budowaniu własnej tożsamości
 - prawo do poczucia szacunku do samego siebie oraz bezpieczeństwa w miejscu pracy

Komentarz eksperta: Aby mówić o istnieniu wolności (prawie) do pracy, konieczne jest opracowanie zestawu uprawnień, które umożliwią pracownikom skuteczne funkcjonowanie. Prawa pracownicze są wyrazem godnej pracy, ponieważ nie wszystkie zajęcia posiadają tę cechę, lecz jedynie te, które uwzględniają życiowe potrzeby osób pracujących.

Źródło: Kuczma P., *Prawa pracownicze*, https://www.repozytorium.uni.wroc.pl/Content/53676/PDF/30_Pawel_Kuczma.pdf

5. (1 pkt) Godna praca jest istotna dla rozwoju społeczeństwa, ponieważ:
- pozwala na rozwiązanie problemu przeciążenia pracowników w pracy
 - przyczynia się do wzrostu wydajności pracy
 - promuje uczciwe wynagrodzenie, bezpieczne warunki pracy oraz szacunek dla pracowników**
 - pozwala na wdrożenie sześciogodzinnego dnia pracy

Komentarz eksperta: Wytyczne Międzynarodowej Organizacji Pracy w dziedzinie pracy obejmują szereg zasad, m.in.:

- praca nie jest towarem a płaca (wynagrodzenie) ceną za ten towar,
- zagwarantowanie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy,
- szanowanie godności i innych dóbr pracownika.

Źródło: <https://kadry.infor.pl/zatrudnienie/6299856,godna-praca.html>

6. (1 pkt) Która z poniższych sytuacji nie definiuje zasad godnej pracy?
- pracodawca zapewnia pracownikom odpowiednie szkolenia i możliwości rozwoju zawodowego
 - pracownicy nie są dyskryminowani ze względu na płeć, wiek lub pochodzenie etniczne
 - pracownicy mają zapewnione odpowiednie środki ochrony osobistej podczas wykonywania pracy w niebezpiecznych warunkach
 - pracownikom oferuje się rozwiązania wielochmurowe**

Komentarz eksperta: Wielochmurowe rozwiązania (cloud computing) ułatwiają firmom budowanie produktywnego środowiska pracy, również poza tradycyjnym biurem. W nowej normalności stanowią kluczowe wsparcie dla pracowników operujących zdalnie, zapewniając optymalne narzędzia do wykonywania obowiązków. Te rozwiązania nie są jednak bezpośrednio związane z ideą godnej pracy.

7. (1 pkt) Jakie są główne czynniki kształtujące bezpieczne warunki pracy w kontekście godnej pracy?
- a) tworzenie warunków do rozwoju pracy zdalnej i hybrydowej oraz możliwość wyboru formy świadczenia pracy
 - b) świadomość zagrożeń i stosowanie odpowiednich środków ochrony osobistej**
 - c) wyposażenie pracowników w odpowiedni sprzęt do wykonywania niebezpiecznej pracy
 - d) komunikowanie pracownikom zasad zarządzania kryzysowego

Komentarz eksperta: Podstawowe obowiązki pracodawcy obejmują zorganizowanie pracy pracownika zgodnie z normami BHP oraz zapewnienie pracownikowi niezbędnej informacji dotyczącej bezpieczeństwa i higieny pracy. Ponadto pracodawca jest odpowiedzialny za reagowanie na potencjalne zagrożenia dla życia i zdrowia pracowników oraz zapewnia pracownikom odpowiednie uprawnienia w celu uniknięcia niebezpieczeństwa w pracy.

8. (1 pkt) Który z czynników nie jest kluczowym elementem godnej pracy?
- a) uczciwe wynagrodzenie
 - b) równość płci w miejscu pracy
 - c) bezpieczne warunki pracy
 - d) elastyczne godziny pracy**

Komentarz eksperta: Wolność, równość, sprawiedliwość społeczna i godność są związane z prawami człowieka. Prawo do pracy i wolność w pracy stanowią fundamenty tych praw, odnosząc się do znaczenia godnej pracy dla jednostki oraz społeczeństwa. Chociaż elastyczne godziny pracy służą rozwiązaniu problemu przeciążenia pracą, lepszej organizacji pracy oraz zapewnieniu równowagi między życiem zawodowym i osobistym, to nie stanowią kluczowego elementu godnej pracy.

9. (1 pkt) Każda osoba lub grupa, która może wpływać na osiągnięcie celów przez przedsiębiorstwo lub pozostaje pod wpływem jego działalności nazywana jest:
- a) lokalną społecznością
 - b) interesariuszem przedsiębiorstwa**
 - c) otoczeniem przedsiębiorstwa
 - d) konkurencją

Komentarz eksperta: Przytoczona definicja jest definicją interesariuszy przedsiębiorstwa. Zgodnie z teorią interesariuszy, osoby zarządzające przedsiębiorstwem w swoich działaniach oraz decyzjach powinny kierować się nie tylko dobrem właścicieli, ale również interesariuszy.

10. (1 pkt) Zmienne, niepewne, niejednoznaczne oraz złożone otoczenie przedsiębiorstwa określa się skrótem:
- VUCA**
 - CUVA
 - AVUC
 - UVAC

Komentarz eksperta: Skrót VUCA to akronim pochodzący od pierwszych liter angielskich słów: volatility (zmiennosc), uncertainty (niepewnosc), complexity (zlozonosc) i ambiguity (niejednoznaczność).

11. (1 pkt) Pojęcie wydajności jest definiowane jako:
- zdolność do osiągnięcia zamierzonego rezultatu przy wykorzystaniu najmniejszej ilości zasobów organizacji**
 - osiągnięcie celów organizacji przy posiadanych zasobach i środkach
 - wartość, którą organizacja powinna tworzyć dla swojego otoczenia
 - zdolność do regulowania przez organizację przyjętych zobowiązań finansowych

Komentarz eksperta: Termin „wydajność” oznacza zdolność do osiągnięcia zamierzonego rezultatu przy wykorzystaniu najmniejszej ilości zasobów organizacji. W organizacjach odnoszących sukcesy wysoka wydajność jest zazwyczaj powiązana z wysoką efektywnością, która dotyczy osiągania celów przy posiadanych zasobach i środkach.

Źródło: Koźmiński A. K., Jemieliński D., Latusek-Jurczak D., Pikos A., *Zarządzanie. Nowe otwarcie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2023, str. 28.

12. (1 pkt) Na czym polega przywództwo adaptacyjne?
- na mobilizowaniu podwładnych do samodzielnego rozwiązywania problemów i zmiany swoich przyzwyczajeń**
 - na inspirowaniu podwładnych do osiągania ponadprzeciętnych wyników
 - na tym, że liderzy wykazują troskę o podwładnych i starają się im stworzyć w pracy przyjazny klimat
 - na umiejętnym wykorzystaniu technologii, aby pomóc organizacji lepiej reagować na zmiany w jej otoczeniu

Komentarz eksperta: Przywództwo adaptacyjne polega na mobilizowaniu podwładnych do samodzielnego rozwiązywania problemów i zmiany swoich przyzwyczajeń. Przywódca adaptacyjny pomaga grupie samodzielnie znaleźć rozwiązanie i wziąć za nie odpowiedzialność. Inspirowanie podwładnych do osiągania ponadprzeciętnych wyników charakteryzuje przywództwo transformacyjne, a umiejętne wykorzystanie technologii, aby pomóc organizacji lepiej reagować na zmiany w jej otoczeniu – przywództwo w erze cyfrowej. Natomiast zachowanie liderów, którzy wykazują troskę o podwładnych i starają się stworzyć w pracy ciepły, przyjazny i wspierający klimat to tzw. przywództwo ukierunkowane na zachowania uważające.

Źródło: Koźmiński A. K., Jemieliński D., Latusek-Jurczak D., Pikos A., *Zarządzanie. Nowe otwarcie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2023, str. 40 i 43.

13. (1 pkt) Model 5 sił Portera służy do:
- a) oceny strategicznych jednostek biznesowych
 - b) oceny słabych i mocnych stron organizacji na tle branży
 - c) **analizy atrakcyjności danej branży i opłacalności działania w niej**
 - d) oceny sprawności operacyjnej organizacji, czyli zdolności do sprawnego realizowania podstawowej działalności

Komentarz eksperta: Model 5 sił Portera służy do analizy atrakcyjności branży i opłacalności działania. Składa się na niego analiza bezpośredniego otoczenia konkurencyjnego: (1) barier wejścia (groźby pojawienia się nowych konkurentów), (2) siły dostawców (siły przetargowej dostawców), (3) siły klientów (siły przetargowej nabywców), (4) konkurencji bezpośredniej (rywalizacji wewnątrz sektora), (5) zagrożenia substytutami.

Źródło: Koźmiński A. K., Jemielniak, D. Latusek-Jurczak, A. Pikos, *Zarządzanie. Nowe otwarcie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2023, str. 167.

14. (1 pkt) Decyzja o podziale zysku na dywidendy i część zainwestowaną w firmę to decyzja:
- a) operacyjna
 - b) inwestycyjna
 - c) finansowa
 - d) **dywidendowa**

Komentarz eksperta: Inwestorzy i właściciele podejmują działania mające na celu osiągnięcie zamierzonych celów firmy, unikając jednocześnie zwiększenia ryzyka ponad zaakceptowany poziom. Istnieją cztery główne kategorie decyzji finansowych: decyzje operacyjne, które dotyczą poziomu kosztów i bieżącego zarządzania finansami, na przykład płynnością; decyzje inwestycyjne, które dotyczą alokacji kapitału; decyzje finansowe, które dotyczą wyboru źródeł finansowania; decyzje dywidendowe, które dotyczą podziału wyniku finansowego.

Źródło: Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016, str. 15–16.

15. (1 pkt) Która z zasad podejmowania decyzji finansowych odnosi się do zmienności wartości pieniądza w czasie oraz trudności porównywania kwot pieniężnych w różnych przedziałach czasu?
- a) zasada efektywnego rynku
 - b) zasada sygnałów
 - c) **zasada „czas to pieniądz”**
 - d) zasada behawioralna

Komentarz eksperta: W praktyce finansów w podejmowaniu decyzji kierujemy się wieloma zasadami. Stanowią one uogólnienie zachowań inwestorów i przedsiębiorców. Te ogólne zasady dotyczą specyficznych problemów zarządzania rozpatrywanych w kategoriach finansowych. Ich znajomość pozwala ustosunkować się do decyzji finansowych i szerzej na nie spojrzeć. Umożliwia to także zrozumienie zachowań innych podmiotów, które uczestniczą w konkretnej transakcji i często odmiennie ją oceniają. Wyróżniamy zasady: egoizmu, awersji do ryzyka, dywersyfikacji, dwustronności transakcji, przyrostu zysków, sygnałów, efektywnego rynku, zależności ryzyko – stopa zwrotu, wartości pomysłów, komparatywnych korzyści, wyboru, behawioralną oraz „czas to pieniądz”. Ta ostatnia

zasada wskazuje na to, że pieniądź ma różną wartość w czasie. Pieniądże otrzymane wcześniej mają wyższą wartość ze względu na możliwość zrealizowania dodatkowego dochodu z inwestycji, mniejsze ryzyko oraz większą siłę nabywczą. W tym zakresie istnieje problem porównywania kwot pieniężnych realizowanych w różnych okresach.

Źródło: Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016, str. 19–24.

16. (1 pkt) W rachunku przepływów pieniężnych działalność polegająca na realizacji przychodów i ponoszeniu kosztów podstawowej działalności nazywana jest:

- działalnością operacyjną**
- działalnością inwestycyjną
- działalnością finansową
- działalnością lokacyjną

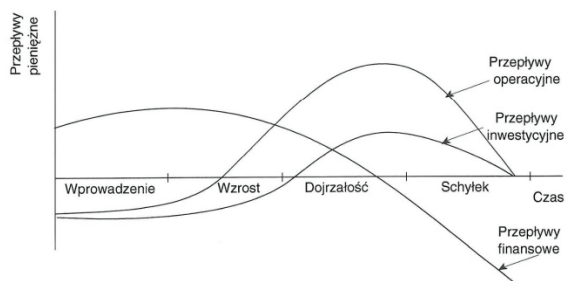
Komentarz eksperta: Przepływy pieniężne są ujmowane w trzech obszarach. Są to: działalność operacyjna, finansowa i inwestycyjna. Działalność operacyjna polega na realizacji przychodów i ponoszeniu kosztów podstawowej działalności, która nie może być zaliczona do działalności inwestycyjnej lub finansowej. Działalność operacyjna znajduje odbicie przede wszystkim w rachunku zysków i strat, w przychodach, kosztach i podatkach. Działalność inwestycyjna, inaczej lokacyjna, sprowadza się do gospodarowania aktywami trwałymi firmy w długim przedziale czasu oraz dokonywania inwestycji w krótkoterminowe aktywa obrotowe. Działalność finansowa polega na pozyskaniu środków finansowych dla firmy i obsłudze dostawców tych środków. Znajduje ona bezpośrednie odzwierciedlenie w pasywach bilansu, w zmianach kapitałów własnych oraz obcych.

Źródło: Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016, str. 57.

17. (1 pkt) W cyklu życia produktu wyróżnia się następujące przepływy pieniężne:

- kapitałowe, kosztowe, kredytowe
- wprowadzające, stabilizujące, schyłkowe
- operacyjne, inwestycyjne, finansowe**
- zysku, straty, równowagi

Komentarz eksperta: Zróżnicowanie przepływów pieniężnych wynika z cyklu życia produktu. Przepływy pieniężne: operacyjne, inwestycyjne oraz finansowe w poszczególnych stadiach cyklu życia produktu prezentują się następująco:



Źródło: J.M. Wahlen, S.P. Baginski, M.T. Bradshaw, *Financial Reporting and Statement Analysis, A Strategic Perspective*, South-Western Cengage Learning, Mason 2011, s. 158.

Źródło: Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016, str. 68–69.

18. (1 pkt) Jak nazywa się leasing, w którym poza leasingodawcą i leasingobiorcą występuje podmiot (pożyczkodawca) finansujący transakcję w całości lub w części?
- a) leasing sprzedaży
 - b) leasing zwrotny
 - c) leasing kombinowany
 - d) leasing lewarowany**

Komentarz eksperta: W literaturze przedmiotu wyróżniamy m.in.: leasing sprzedaży (umowa leasingowa, w której przedmiot leasingu staje się własnością leasingobiorcy po zakończeniu okresu leasingu, często za symboliczną opłatą); leasing zwrotny (forma leasingu, w której leasingodawca sprzedaje przedmiot leasingu z gwarancją, że leasingobiorca odkupi go po zakończeniu umowy leasingowej); leasing kombinowany (łączy cechy różnych rodzajów leasingu, na przykład leasingu finansowego i operacyjnego, w celu dostosowania umowy do konkretnych potrzeb leasingobiorcy); leasing lewarowany (leasingobiorca wykorzystuje dodatkowe finansowanie, np. kredyt, w celu sfinansowania części kosztów leasingu, zwiększając potencjalne zyski, ale jednocześnie zwiększając ryzyko).

Źródło: Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016, str. 354.

19. (1 pkt) Jaki rodzaj pieniądza początkowo był odważany, a z czasem przekształcił się w pieniądź bity w postaci monet (np. z brązu, srebra, złota)?
- a) kruszcowy**
 - b) wymienialny
 - c) reglamentowany
 - d) kierowany

Komentarz eksperta: Początkowo, w historii rozwoju pieniądza, istniał system oparty na kruszczach, zwany pieniądzem kruszczowym. W tym systemie wartość pieniądza określana była przez wagę użytego kruszcu takiego jak złoto, srebro czy miedź. Stopniowo system ten przekształcił się w pieniądź bity, czyli monety wytwarzane z brązu, srebra lub złota. Ich wartość była bezpośrednio powiązana z zawartością kruszcu, co czyniło je pełnowartościowym pieniądzem, w przeciwieństwie do dzisiejszych pieniędzy papierowych lub monet nominalnych, które reprezentują jedynie wartość nabywczą. Podsumowując, pieniądź kruszczowy należał do kategorii pieniądza automatycznego, co oznacza, że jego wartość była bezpośrednio związana z wartością kruszczów, z których został wytworzony.

Źródło: Beksiak J., *Ekonomia. Kurs podstawowy*, wyd. 2, C.H. Beck, Warszawa 2014, str. 151–153.

20. (1 pkt) W modelowym łańcuchu wartości wg M. E. Portera do funkcji pomocniczych nie zalicza się:
- a) zarządzania zasobami ludzkimi
 - b) zaopatrzenia
 - c) infrastruktury przedsiębiorstwa
 - d) marketingu i sprzedaży**

Komentarz eksperta: Poprawna odpowiedź to d). Posługując się modelem wartości przedsiębiorstwa można w uproszczony sposób przedstawić je jako sekwencję działań, które określa się mianem funkcji podstawowych i zalicza się do nich: logistykę wejścia (logistyka wewnętrzna), operacje (produkcja), logistykę wyjścia (logistyka zewnętrzna), marketing i sprzedaż (handel), usługi (serwis).

Jednak działania te nie mogą być dobrze wykonane bez działań zarządczych i doradczych, które nazywa się funkcjami pomocniczymi, gdzie wyróżnia się zaopatrzenie, rozwój i zmiany w technologii, zarządzanie zasobami ludzkimi oraz infrastrukturę przedsiębiorstwa.

Źródło: Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, wyd. 5, PWE, Warszawa 2017, str. 134–135.

21. (1 pkt) Od 1 lipca 2024 roku pensja minimalna zostanie podniesiona do kwoty:
- 4 280 zł brutto
 - 4 300 zł brutto**
 - 4 324 zł brutto
 - 4 480 zł brutto

Komentarz eksperta: Wzrost płacy minimalnej w roku 2024 został podzielony na dwa etapy. Od 1 stycznia 2024 roku najniższa pensja wzrosła do 4 242 zł brutto, natomiast od 1 lipca wzrosła do 4 300 zł brutto.

Źródło: <https://www.gov.pl/web/premier/min-stawka-godzinowa-2024>

22. (1 pkt) Inflacja średnioroczna w 2023 roku wyniosła:
- 10,8%
 - 12,5%
 - 14,2%
 - 11,4%**

Komentarz eksperta: Poprawna odpowiedź to d). Poziom inflacji w ujęciu rocznym za 2023 okazał się niższy od oczekiwań rynkowych i prognoz. Ostatecznie średnioroczny wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem w 2023 r. wyniósł 11,4% – podał Główny Urząd Statystyczny. Warto zwrócić uwagę, że w 2022 r. średnioroczna inflacja wynosiła aż 14,4%.

Źródło: <https://kig.pl/inflacja-w-grudniu-2023-finalne-dane-gus/>

23. (1 pkt) Który z wymienionych elementów nie zalicza się do wewnętrznych czynników kształtujących kulturę organizacyjną?
- cechy osobowości osób, które tworzą daną firmę
 - kadra kierownicza
 - obszar działalności**
 - obrane rozwiązania organizacyjne

Komentarz eksperta: Poprawna odpowiedź to c). Kultura organizacyjna określa efektywność działania organizacji oraz oddziałuje na motywację pracowników. Mają na nią wpływ zewnętrzne i wewnętrzne czynniki. Czynniki wewnętrzne działają we współzależności i można do nich zaliczyć: cechy osobowości osób, które tworzą daną firmę, kadra kierowniczą i obrane rozwiązania organizacyjne. Czynniki zewnętrzne świadczą o kształcie i jakości kultury organizacyjnej występującej w przedsiębiorstwie. Można do nich zaliczyć: czynniki ekonomiczne (obszar działalności, system gospodarczy), czynniki społeczne (organizacje społeczne, związkowe), czynniki techniczne (nowości technologiczne, innowacje).

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania. Teoria i ćwiczenia*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 487–488.

24. (1 pkt) Koncepcja marketingu w poszerzonej formie (7P) nie zawiera instrumentu o nazwie:
- a) **rodzaj płatności (ang. payment)**
 - b) ludzie (ang. people)
 - c) materialne świadectwo (ang. physical evidence)
 - d) procesy (ang. processes)

Komentarz eksperta: Podstawowa koncepcja marketingu określana mianem 4P zawiera produkt (ang. product), cenę (ang. price), dystrybucję (ang. place), promocję (ang. promotion). W poszerzonej formie znajdują się w nim jeszcze: ludzie (ang. people), materialne świadectwo (ang. physical evidence) i procesy (ang. processes). Zatem poprawna jest odpowiedź a).

Źródło: Waśkowski Z. (red.), *Marketing. Podręcznik akademicki*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2022, str. 21–24.

25. (1 pkt) Przykładowe elementy otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa to:
- a) klienci, dostawcy, banki, pracownicy, administracja publiczna
 - b) pośrednicy, pracownicy, partnerzy strategiczni, regulatorzy, konkurencja
 - c) **lokalna społeczność, klienci, dostawcy, producenci, zewnętrzne źródła finansowania**
 - d) strategiczni sojusznicy, partnerzy, konkurencja, urząd skarbowy, ZUS, zarząd

Komentarz eksperta: Interesariuszami zewnętrznymi tworzącymi zewnętrzne otoczenie przedsiębiorstwa są te podmioty oraz osoby lub grupy osób, które wywierają wpływ na przedsiębiorstwo, działając w jego otoczeniu. Pracownicy oraz zarząd stanowią otoczenie wewnętrzne przedsiębiorstwa.

26. (2 pkt) Jak powinno wyglądać zarządzanie czasem pracy pracownika w kontekście godnej pracy?
- a) pracodawca kontroluje godziny pracy pracownika ze względu na planowanie rozwoju przedsiębiorstwa
 - b) **pracownik ma kontrolę nad swoim czasem pracy, co umożliwia zrównoważenie życia zawodowego i prywatnego (utrzymanie work-life balance)**
 - c) pracownik pracuje w nadgodzinach, aby zwiększyć swoją produktywność i ograniczyć rutynę
 - d) pracodawca ogranicza liczbę godzin pracy, aby zmniejszyć stres pracowników i zagrożenie wypaleniem zawodowym

27. (2 pkt) Jaki jest najważniejszy cel unijnej strategii promowania godnej pracy na świecie?
- a) **wyeliminowanie pracy dzieci i pracy przymusowej**
 - b) zakazanie wprowadzania na rynek unijny produktów niewiadomego pochodzenia
 - c) poprawa jakości życia ludzi na świecie i redukcja nierówności społecznych
 - d) rozwój wymiaru socjalnego pracy i promowanie poszanowania praw człowieka

Komentarz eksperta: „Komisja przedstawia (...) komunikat w sprawie godnej pracy na całym świecie, potwierdzający zobowiązanie UE do propagowania godnej pracy zarówno w obrębie Unii, jak i poza nią. Głównym celem tej inicjatywy jest wyeliminowanie pracy dzieci oraz pracy przymusowej”.

Źródło: https://poland.representation.ec.europa.eu/news/godna-praca-dla-wszystkich-2022-02-23_pl

28. (2 pkt) Jakie role – według Mintzberga – pełnią menedżerowie?

- a) **interpersonalne, informacyjne i decyzyjne**
- b) interpersonalne, motywacyjne i decyzyjne
- c) przywódcze, motywacyjne i decyzyjne
- d) organizacyjne, etyczne i decyzyjne

Komentarz eksperta: Według Mintzberga menedżerowie pełnią trzy zasadnicze role: (1) interpersonalne – reprezentant, przywódca, łącznik; (2) informacyjne – monitor, rozdzielający informacje i rzecznik; oraz (3) decyzyjne – przedsiębiorca, kierujący zakłóceniami, rozdzielający zasoby i negocjator.

29. (2 pkt) Piramida Carrola, zwana piramidą odpowiedzialności, przedstawia czteropoziomowy model obejmujący odpowiedzialność:

- a) **ekonomiczną, prawną, etyczną, filantropijną**
- b) ekonomiczną, prawną, społeczną, polityczną
- c) ekonomiczną, społeczną, relacyjną, biznesową
- d) ekonomiczną, prawną, społeczną, instytucjonalną

Komentarz eksperta: Piramida Carrola, zwana piramidą odpowiedzialności, przedstawia czteropoziomowy model obejmujący odpowiedzialność ekonomiczną, prawną, etyczną i filantropijną. Pokazuje wymagania i oczekiwania zarówno przedsiębiorstwa, jak i wszystkich interesariuszy.

30. (2 pkt) Innowacje przełomowe są definiowane jako:

- a) **innowacje, które radykalnie zmieniają zasady gry w danej branży**
- b) innowacje służące poprawie jakości życia i będące odpowiedzią na potrzeby społeczeństwa
- c) innowacje na styku organizacji z rynkiem dóbr i usług oraz rynkiem finansowym i kapitałowym
- d) innowacje dotyczące społecznych mechanizmów regulujących zachowania odbiorców produktu wytwarzanego przez organizację

Komentarz eksperta: Innowacje przełomowe są definiowane jako innowacje, które radykalnie zmieniają zasady gry w danej branży. Natomiast te służące poprawie jakości życia i będące odpowiedzią na potrzeby społeczeństwa to innowacje społeczne. Innowacje na styku organizacji z rynkiem dóbr i usług oraz rynkiem finansowym i kapitałowym to innowacje ekonomiczno-finansowe, a dotyczące społecznych mechanizmów regulujących zachowania odbiorców produktu wytwarzanego przez organizację to innowacje społeczno-ekonomiczne.

31. (2 pkt) Co oznaczają tzw. inwestycje typu greenfield?
- a) inwestycje, w których kupuje się całość lub część istniejącego przedsiębiorstwa w celu wykorzystania go bądź jego majątku do dalszych inwestycji
 - b) inwestycje umożliwiające prowadzenie biznesu zgodnie ze strategią firmy
 - c) **inwestycje od podstaw, gdy buduje się nowe przedsiębiorstwo, np. w formie oddziału lub spółki córki**
 - d) inwestycje oparte na współpracy międzynarodowych dużych przedsiębiorstw

Komentarz eksperta: Inwestycje typu greenfield oznaczają inwestycje od podstaw, gdy buduje się nowe przedsiębiorstwo, np. w formie oddziału lub spółki córki. To jeden z rodzajów bezpośrednich inwestycji zagranicznych, które są dokonywane w celu trwałego zdobycia udziału w zagranicznym podmiocie gospodarczym. Innym rodzajem bezpośrednich inwestycji zagranicznych są tzw. inwestycje typu brownfield, czyli inwestycje, w których kupuje się całość lub część istniejącego przedsiębiorstwa w celu wykorzystania go bądź jego majątku do dalszych inwestycji.

32. (2 pkt) Trzy podstawowe sposoby pozyskiwania przewagi konkurencyjnej według Portera to:
- a) jakość (unikalność, zróżnicowanie), innowacyjność, rentowność
 - b) jakość (unikalność, zróżnicowanie), innowacyjność, opłacalność
 - c) **unikalność (jakość, zróżnicowanie), przywództwo kosztowe, nisza (koncentracja)**
 - d) innowacyjność, przywództwo kosztowe, wydajność

Komentarz eksperta: Przewaga konkurencyjna jest tym, co wyróżnia organizację i co pozwala jej skutecznie rywalizować na rynku. Wynika ona z kluczowych kompetencji organizacji. Organizacja robi coś, czego inni nie potrafią lub robi to lepiej niż inni. Trzy podstawowe sposoby pozyskiwania przewagi konkurencyjnej według Portera to unikalność, przywództwo kosztowe, nisza.

33. (2 pkt) Wzór na okres obrotu gotówką to:
- a) okres obrotu gotówką = (okres obrotu zapasami) – (okres ściągania należności) – (okres spłaty zobowiązań)
 - b) okres obrotu gotówką = (okres obrotu zapasami) + (okres ściągania kredytów) – (okres spłaty zobowiązań)
 - c) **okres obrotu gotówką = (okres obrotu zapasami) + (okres ściągania należności) – (okres spłaty zobowiązań)**
 - d) okres obrotu gotówką = (okres obrotu zapasami * okres ściągania należności) – (okres spłaty zobowiązań)

Komentarz eksperta: Poprawny wzór na okres obrotu gotówką to: okres obrotu gotówką = (okres obrotu zapasami) + (okres ściągania należności) – (okres spłaty zobowiązań). Ten wzór uwzględnia czas, jaki zajmuje przedsiębiorstwu obrót zapasami, czas potrzebny na ściągnięcie należności od klientów oraz czas spłaty zobowiązań wobec dostawców. Suma tych trzech okresów daje całkowity czas, w jakim przedsiębiorstwo konwertuje swoje zasoby na gotówkę. Dąży się, by okres ten był jak najkrótszy. Okres obrotu gotówką skraca się, przyspieszając obrót zapasami i należnościami oraz opóźniając spłatę zobowiązań.

Źródło: Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016, str. 399.

34. (2 pkt) Jak nazywa się bezrobocie, które występuje w rolnictwie i odnosi się do sytuacji, kiedy liczba zdolnych do pracy członków rodzin jest zbyt duża, aby mogli być efektywnie wykorzystani w małych, tradycyjnych gospodarstwach wiejskich?
- frykcyjne
 - strukturalne
 - chroniczne
 - agrarne**

Komentarz eksperta: Bezrobocie agrarne występuje, gdy ludzie pracujący w sektorze rolnictwa nie mają możliwości zatrudnienia lub ich praca jest ograniczona ze względu na czynniki zewnętrzne, takie jak sezonowość prac rolniczych, zmiany w technologii rolniczej lub niewystarczająca ilość ziemi do uprawy. Jest to szczególnie problematyczne w krajach, gdzie rolnictwo odgrywa dużą rolę w gospodarce, a infrastruktura rolnicza i wsparcie dla tego sektora są niewystarczające. W Polsce bezrobocie agrarne było bardzo wysokie – liczone w milionach – w okresie międzywojennym.

Źródło: Beksiak J., *Ekonomia. Kurs podstawowy*, wyd. 2, C.H. Beck, Warszawa 2014, str. 173–174.

35. (2 pkt) W rachunku zysków i strat przychodami finansowymi są:
- należne przychody osiągnane z operacji finansowych (np. dywidendy i inne korzyści uzyskane z zysków spółek)**
 - należne przychody osiągnane z działalności o charakterze innym niż podstawowa (np. odpisy przedawnionych zobowiązań)
 - należne przychody ze sprzedaży towarów, produktów i materiałów
 - nadwyżka podstawowych przychodów ze sprzedaży nad księgowymi kosztami ich uzyskania

Komentarz eksperta: Rachunek zysków i strat to standardowe sprawozdanie finansowe pokazujące, jak operacje biznesowe firmy przekładają się na zyski lub straty przez określony czas. Przychody finansowe są to należne przychody osiągnane z operacji finansowych. Obejmują m.in.: dywidendy i inne korzyści uzyskane z zysków spółek, w których analizowana firma ma udziały kapitałowe, odsetki i prowizje od pożyczek udzielonych przez firmy, oprocentowanie lokat, oprocentowanie obligacji, dyskonto przy zakupie weksli.

Źródło: Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016, str. 30–32.

36. (2 pkt) W którym roku powołano Międzynarodowy Fundusz Walutowy (w Bretton Woods, w Stanach Zjednoczonych)?
- 1905
 - 1914
 - 1944**
 - 1991

Komentarz eksperta: Po ciężkich doświadczeniach wielkiego kryzysu i drugiej wojny światowej podjęto próbę powołania systemu kierowania pieniądzem w skali światowej (a co najmniej w skali świata kapitalistycznego). Pierwszą taką udaną próbą było powołanie systemu z Bretton Woods, nazwanego tak od miejscowości w Stanach Zjednoczonych, w której 22 lipca 1944 r. zawarto układy

o współdziałaniu i powołano Międzynarodowy Fundusz Walutowy. Była to organizacja ustalająca reguły postępowania uczestników i udostępniająca środki finansowe krajom członkowskim, które znalazły się w trudnej sytuacji płatniczej.

Źródło: Beksiak J., *Ekonomia. Kurs podstawowy*, wyd. 2, C.H. Beck, Warszawa 2014, str. 158.

37. (2 pkt) Która sekwencja przedstawia poprawną kolejność poddawania analizie danych ilościowych?
- a) kodowanie => edycja => analiza => tabulacja => walidacja
 - b) analiza => kodowanie => edycja => walidacja => tabulacja
 - c) **walidacja => edycja => kodowanie => tabulacja => analiza**
 - d) tabulacja => kodowanie => analiza => edycja => walidacja

Komentarz eksperta: Poprawna odpowiedź to c). W pierwszym kroku należy wykonać walidację danych, czyli określić, czy rzetelnie przeprowadzono badania. Drugim etapem jest edycja, w trakcie której wychwytuje się błędy lub braki. W trzecim kroku należy dane zakodować, czyli pogrupować i przydzielić poszczególnym wariantom odpowiedzi na pytania konkretne kody w postaci numerów lub symboli. W czwartym etapie możliwe jest wykonanie tabulacji, czyli uporządkowanie odpowiedzi i przedstawienie ich w formie tabel. W ostatnim kroku dane poddaje się analizie poprzez wykorzystanie mierników i metod statystycznych.

Źródło: Waškowski Z. (red.), *Marketing. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2022, str. 110.

38. (2 pkt) Ile ról w zespole wyróżnił Raymond Meredith Belbin – brytyjski teoretyk zarządzania specjalizujący się w zarządzaniu zespołami?
- a) 7
 - b) **9**
 - c) 11
 - d) 13

Komentarz eksperta: Raymond Meredith Belbin po wielu latach badań nad zachowaniami zespołów i wydajnością zidentyfikował dziewięć typów zachowań zwanych rolami zespołowymi. Role zespołowe dzielą się na role socjalne (Dusza Zespołu, Koordynator, Poszukiwacz Źródeł), role intelektualne (Ewaluator, Kreator, Specjalista) oraz role zadaniowe (Implementer, Lokomotywa, Perfekcjonista).

Źródło: Moduł metodyczny w ramach Mentorship Academy: <https://www.belbin.pl/role-zespołowe-belbina/>

39. (2 pkt) Styl inwestowania, w którym horyzont inwestycyjny mieści się w przedziale od 1 do 5 dni to:
- a) **swing trading**
 - b) position trading
 - c) momentum trading
 - d) intraday trading

Komentarz eksperta: Poprawna odpowiedź to a). Styl inwestowania jest pewną indywidualną cechą każdego gracza na rynku inwestycyjnym. Można wyróżnić wiele stylów inwestycyjnych, m.in.:

- intraday trading – horyzont czasowy kilkuminutowy,
- day trading – horyzont czasowy od kilkunastu minut do kilku godzin,
- momentum trading – horyzont czasowy około połowy dnia,
- swing trading – horyzont czasowy od 1 do 5 dni,
- position trading – horyzont czasowy od 5 dni do 3 miesięcy,
- intermediate-term trading – horyzont czasowy od 3 miesięcy do 12 miesięcy,
- long-term investing – horyzont czasowy dłuższy niż 12 miesięcy.

Źródło: Borowski K., *Metody inwestowania na rynkach finansowych*, Difin, Warszawa 2018, str. 156–157.

40. (2 pkt) Jaki rodzaj korzyści związanych z outsourcingiem reprezentują następujące efekty:
- przeniesienie na dostawcę odpowiedzialności za realizację funkcji,
 - podział ryzyka między firmę macierzystą i usługową,
 - poczucie bezpieczeństwa związane z trwałością współpracy z zewnętrznym dostawcą.
- a) korzyści operacyjne
b) korzyści prawne
 c) korzyści ekonomiczno-finansowe
 d) korzyści organizacyjno-kadrowe

Komentarz eksperta: Outsourcing przynosi firmie macierzystej korzyści: strategiczne, operacyjne, ekonomiczno-finansowe, organizacyjno-kadrowe, techniczno-technologiczne, motywacyjne oraz prawne. Elementy te mają charakter bezpośredni, co oznacza, że można je przypisać wyłącznie obsłudze zewnętrznej. Wymienione w pytaniu efekty związane są z korzyściami prawnymi, gdyż:

- przeniesienie na dostawcę odpowiedzialności za realizację funkcji może oznaczać określenie i uregulowanie odpowiedzialności w umowie outsourcingowej, co wpływa na aspekty prawne współpracy,
- podział ryzyka między firmę macierzystą i usługową może oznaczać uwzględnienie odpowiednich klauzul umownych i prawnych regulujących mechanizmy podziału ryzyka, co może zminimalizować konflikty i skutkować korzyściami dla obu stron,
- poczucie bezpieczeństwa związane z trwałością współpracy z zewnętrznym dostawcą oznacza stabilność współpracy i zależy często od uregulowań prawnych w umowie, co może wpłynąć na trwałość i bezpieczeństwo współpracy.

Źródło: Szymańska K. (red.), *Kompendium technik i metod zarządzania. Teoria i ćwiczenia*, Wolters Kluwer, Warszawa 2019, str. 222–223.

41. (2 pkt) „Kapitan statku opuszcza go w razie katastrofy jako ostatni” to przykład:
- a) etyki biznesu
 b) etyki zarządzania
c) etyki zawodowej
 d) mikroetyki

Komentarz eksperta: Etyka to nauka filozoficzna zajmująca się m.in.: normami moralnymi, wzorami, zachowaniami czy wartościami. W ramach obszarów zainteresowań etyki wyróżnia się etykę gospodarczą, która zajmuje się badaniem moralności gospodarującego społeczeństwa i ma charakter wartościujący. W jej ramach wyróżnia się:

- makroetykę – skupiającą się wokół gospodarki narodowej oraz społeczeństwa,
- mezoetykę – badającą poszczególne podmioty gospodarcze oraz inne instytucje rynkowe,
- mikroetykę – analizującą działania jednostek na rynku,
- etykę zawodową – badającą moralność przedstawicieli konkretnych zawodów,
- etykę globalną – analizującą międzynarodową działalność gospodarczą,
- etykę zarządzania – badającą zachowania przedsiębiorstw i ich menedżerów,
- etykę biznesu – skupiającą się wokół gospodarki rynkowej, która odnosi się do etyki stosowanej w biznesie.

Hasło „Kapitan statku opuszcza go w razie katastrofy jako ostatni” odwołuje się do etyki zawodowej, gdyż nawiązuje do jej kluczowych elementów takich jak:

- normy spisane odpowiadające na pytanie, jak powinni postępować ludzie,
- przekonania moralne osób wykonujących określony zawód,
- postępowanie przedstawicieli danego zawodu wg przyjętych kryteriów moralnych.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania. Teoria i ćwiczenia*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 492–497.

42. (2 pkt) W teorii X i Y McGregora podejście X oznacza, że pracownicy:
- a) w odpowiednich warunkach sami dążą do wzięcia odpowiedzialności
 - b) mają wewnętrzną motywację do osiągnięcia celów
 - c) wykorzystują w firmie tylko część swoich talentów
 - d) nie lubią pracy i starają się jej w miarę możliwości unikać**

Komentarz eksperta: Podejście X oznacza, że pracownicy nie lubią swojej pracy, gdyż są często kontrolowani lub karani. Jest to przeciwieństwem podejścia Y, czyli zestawu pozytywnych założeń dotyczących pracowników, które prowadzą do wniosku, że zadaniem menedżera jest stworzenie środowiska pracy, które zachęca do zaangażowania się w realizację celów organizacji i stwarza pracownikom możliwości wykazania się inicjatywą i samorozwojem.

43. (2 pkt) Cechą organizacji biurokratycznej w modelu Webera nie jest:
- a) jasno określona hierarchia i system kontroli
 - b) budowanie relacji osobowych**
 - c) uzależnienie awansu od umiejętności i zasług, a nie od pochodzenia czy też konsekwencji
 - d) ciągłość (istnienia i działania)

Komentarz eksperta: Według Webera do cech organizacji biurokratycznej zalicza się te cechy, które wspierają formalny system organizacji charakteryzujący się podziałem pracy, jasno określoną hierarchią, szczegółowymi przepisami oraz bezosobowymi relacjami. Dlatego budowanie relacji osobowych nie zalicza się do cech organizacji biurokratycznej.

44. (2 pkt) Jakie działanie zajmuje pierwsze miejsce w hierarchii 3R postępowania z zasobami w gospodarce o obiegu zamkniętym?
- recykling
 - ponowne wykorzystanie
 - redukcja**
 - reorganizacja

Komentarz eksperta: Hierarchia postępowania z zasobami (odpadami i surowcami) w gospodarce o obiegu zamkniętym obejmuje poniższe działania, tzw. 3R, w następującej kolejności: reduce (redukcja zapotrzebowania), reuse (ponowne użycie), recycle (przetworzenie celem odzyskania surowca). Działaniem priorytetowym jest redukcja, która odnosi się zarówno do redukcji ilości wykorzystywanych surowców, jak i ilości odpadów. Przykładowo, warto zadać sobie pytanie, które produkty obecnie sprzedawane w opakowaniach rzeczywiście tych opakowań wymagają.

45. (2 pkt) Kluczowe porozumienie międzynarodowe, które jest obecnie podstawą dla celów redukcji emisji gazów cieplarnianych w Unii Europejskiej to:
- protokół z Kioto
 - porozumienie paryskie**
 - pakt przyjęty na konferencji klimatycznej COP26 w Glasgow
 - Agenda 2030

Komentarz eksperta: W 2015 r. światowi przywódcy uzgodnili nowe ambitne cele w walce ze zmianami klimatu. Porozumienie paryskie to plan działań mających ograniczyć globalne ocieplenie. Jego najważniejsze cele to zatrzymać wzrost średniej globalnej temperatury na poziomie dużo poniżej 2°C względem poziomu z czasów przedprzemysłowych i starać się, by było to nie więcej niż 1,5°C.

46. (2 pkt) Unijny cel redukcji emisji gazów cieplarnianych do 2050 roku polega na:
- ograniczeniu emisji gazów cieplarnianych o co najmniej 55%
 - ograniczeniu emisji gazów cieplarnianych o co najmniej 30%
 - osiągnięciu neutralności klimatycznej**
 - ograniczeniu emisji gazów cieplarnianych o 100%

Komentarz eksperta: Wszystkie 27 państw członkowskich zobowiązało się do osiągnięcia do 2050 roku neutralności klimatycznej w całej Unii Europejskiej. Aby zrealizować ten cel, emisje gazów cieplarnianych mają zostać ograniczone o co najmniej 55% do 2030 roku w stosunku do poziomów z 1990 roku.

47. (2 pkt) Celem porozumienia paryskiego jest:
- dążenie do ograniczenia średniego tempa wzrostu temperatury na świecie do 2°C, a docelowo do 1,5°C w stosunku do epoki przedprzemysłowej**
 - zbudowanie taksonomii umożliwiającej ocenę stopnia, w jakim przykładowo działalność gospodarcza jest zrównoważona w sensie środowiskowym

- c) zbudowanie strategii dekarbonizacji Unii Europejskiej
- d) ograniczenie emisji gazów cieplarnianych w Europie o co najmniej 55% do 2030 r. w porównaniu z poziomem z 1900 r.

Komentarz eksperta: Istnieją naukowe dowody potwierdzające występowanie zależności pomiędzy emisją gazów cieplarnianych a ocieplaniem się klimatu. Podnoszenie się temperatury na świecie stanowi zagrożenie dla bioróżnorodności oraz dla funkcjonowania człowieka. Jest także przyczyną zmian klimatycznych, które z kolei generują fizyczne ryzyko dla przedsiębiorstw. Może ono zrealizować się na przykład w formie suszy czy powodzi i może mieć realny wpływ na zdolność przedsiębiorstwa do działania, do trwania i do przynoszenia wartości dla interesariuszy.

Stąd, w ramach porozumienia paryskiego, które zostało osiągnięte podczas Konferencji Narodów Zjednoczonych w Sprawie Zmian Klimatu (COP21) w 2015 r., sygnatariusze zobowiązali się do pewnych wysiłków, aby ograniczyć ocieplanie się klimatu.

Sedno porozumienia paryskiego to zobowiązanie:

- do dążenia do ograniczenia średniego wzrostu temperatury znacznie poniżej 2°C, a docelowo do 1,5°C w stosunku do epoki przedprzemysłowej,
- do adaptacji i ograniczania skutków zmian klimatycznych,
- do zintegrowania działania sektora finansowego z celami klimatycznymi.

Na mocy tego porozumienia kraje je ratyfikujące zobowiązały się do opracowania własnych planów ukierunkowanych na ograniczenie emisji gazów cieplarnianych (Intended Nationally Determined Contribution) oraz do ich publikowania i weryfikowania.

48. (2 pkt) Jeden ze sposobów strukturyzowania finansowania zrównoważonych projektów stanowi finansowanie sustainability-linked. Jego cechą charakterystyczną jest:
- a) finansowanie wyłącznie farm wiatrowych i instalacji fotowoltaicznych
 - b) finansowanie wyłącznie projektów społecznych związanych ze zrównoważonym rozwojem
 - c) finansowanie wyłącznie projektów, które przyczyniają się do realizacji celów wskazanych w taksonomii
 - d) uzależnienie wysokości kosztu finansowania od spełnienia założonego celu związanego ze zrównoważonym rozwojem**

Komentarz eksperta: Komisja Europejska stoi na stanowisku, że kapitał prywatny powinien być zaangażowany w realizację celów związanych ze zrównoważonym rozwojem. Działania sektora finansowego powinny być ukierunkowane na finansowanie przedsięwzięć związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Z tego też względu kluczowe jest zapewnienie instrumentów finansowych, które będą to umożliwiały. Jednym z nich są instrumenty emitowane w formule sustainability-linked. Mogą to być na przykład obligacje, których wysokość kuponu (odsetek) jest uzależniona od spełnienia określonych, mierzalnych celów związanych ze zrównoważonym rozwojem. Przykładem takiej emisji jest emisja dokonana przez jedną ze spółek z branży energetycznej, w której wysokość odsetek od obligacji była uzależniona od ratingu w zakresie zrównoważonego rozwoju, nadanego przez jedną z wiodących agencji ratingowych. W przypadku poprawy ratingu wysokość kuponu od obligacji miała zostać obniżona. Z perspektywy emitenta oznacza to możliwość obniżenia kosztu obsługi finansowania (niższy kupon).

49. (2 pkt) Zgodnie z regulacją SFDR (regulacja w sprawie ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych) ciemnozielone fundusze inwestycyjne:
- inwestują wyłącznie w przedsiębiorstwa, które deklarują realizację przynajmniej jednego celu społecznego wynikającego z taksonomii
 - obok celu finansowego deklarują realizację określonego, mierzalnego celu niefinansowego**
 - deklarują promowanie cech ESG
 - nie są obowiązane do uwzględniania kryteriów ESG w zarządzaniu ryzykiem portfela

Komentarz eksperta: Rozporządzenie SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation) jest ukierunkowane na osiągnięcie większej przejrzystości w odniesieniu do sposobu analizowania ryzyk dla zrównoważonego rozwoju, które występują w ramach działalności prowadzonej przez uczestników rynku finansowego i doradców finansowych. W praktyce ma to przynieść poprawę przejrzystości rynku zrównoważonych produktów inwestycyjnych oraz przeciwdziałać zjawisku greenwashingu. Rozporządzenie SFDR dotyczy takich podmiotów jak:

- zakłady ubezpieczeń na życie, które oferują ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne,
- doradcy finansowi (m.in. firmy inwestycyjne świadczące usługi zarządzania portfelem, instytucje kredytowe świadczące usługi doradztwa inwestycyjnego, pośrednicy ubezpieczeniowi świadczący usługi doradztwa ubezpieczeniowego w odniesieniu do ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych),
- firmy inwestycyjne świadczące usługi zarządzania portfelem.

Według rozporządzenia SFDR fundusze inwestycyjne należy zaklasyfikować do jednej z trzech kategorii:

- produkty neutralne pod względem ESG, które nie promują cech inwestycyjnych ESG, jedynie „integrują czynniki ryzyka dla zrównoważonego rozwoju” (zdefiniowane w art. 6 SFDR),
- produkty jasnozielone „light green”, które „promują aspekty środowiskowe i społeczne” (choć nie wyłącznie) i inwestują w spółki przestrzegające zasad dobrych praktyk zarządczych, ale nie mają tego na celu (zdefiniowane w art. 8 SFDR),
- produkty ciemnozielone „dark green”, które „mają na celu zrównoważone inwestycje” – czyli koncentrują się na zrównoważonych inwestycjach jako celu szczegółowym funduszu (zdefiniowane w art. 9 SFDR).

W praktyce przyporządkowanie funduszu powinno zwiększyć transparentność produktową oraz ochronę inwestorów przed ryzykiem tzw. greenwashingu. TFI nie mogą promować jako „odpowiedzialnych” czy „zielonych” funduszy, które takie w rzeczywistości nie są.

50. (2 pkt) Wśród priorytetów Unii Europejskiej wskazanych w Europejskim Zielonym Ładzie jest:
- zapewnienie zrównoważonych wzorców konsumpcji
 - zapewnienie zdrowego życia i promowanie dobrego samopoczucia dla wszystkich w każdym wieku
 - sprawienie, aby miasta i osiedla ludzkie sprzyjały włączeniu społecznemu, były bezpieczne, odporne i zrównoważone
 - przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym**

Komentarz eksperta: Gospodarka o obiegu zamkniętym to system gospodarczy, w którym możliwie jak najdłużej utrzymuje się wartości produktów, materiałów i innych zasobów w gospodarce, zwiększa ich wydajne wykorzystanie w produkcji i konsumpcji, a tym samym ogranicza środowiskowe skutki ich stosowania, a także minimalizuje się powstawanie odpadów i uwalnianie substancji niebezpiecznych na wszystkich etapach ich cyklu życia, w tym poprzez stosowanie hierarchii postępowania z odpadami.

Przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym polega m.in. na:

- zwiększeniu trwałości produktów,
- zwiększeniu możliwości naprawy produktów, ich ulepszenia, powtórnego przetworzenia,
- zmniejszaniu zużycia zasobów poprzez odpowiednie projektowanie i wybór materiałów,
- ułatwianiu zmiany przeznaczenia oraz demontażu i rozbiórki w sektorze budowlanym, w szczególności w celu ograniczenia zużycia i promowania powtórnego wykorzystania materiałów budowlanych,
- rozwijaniu modeli biznesowych „produkt jako usługa” oraz łańcuchów wartości opartych na obiegu zamkniętym, z myślą o zapewnieniu jak największej użyteczności i wartości produktów, komponentów i materiałów tak długo, jak to możliwe,
- każdym ograniczeniu zawartości substancji niebezpiecznych w materiałach i produktach w całym cyklu życia, w tym poprzez zastąpienie ich bezpieczniejszymi alternatywami (powinno być co najmniej zgodne z prawem Unii),
- zmniejszeniu odpadów żywnościowych wytwarzanych podczas produkcji, przetwarzania lub dystrybucji żywności.

Celem gospodarki cyrkularnej jest utrzymanie produktów, komponentów i materiałów w stanie ich najwyższej użyteczności i wartości przez cały czas.

Zadania sytuacyjne

Zadanie sytuacyjne nr 1 – Zrównoważone przedsiębiorstwo

Godna praca

Jesteście zewnętrznymi specjalistami ds. HR (tzw. HR Business Partnerami). Zgłasza się do Was polskie przedsiębiorstwo zajmujące się produkcją akcesoriów sportowych (produkcja w Polsce i sprzedaż na terenie całej Unii Europejskiej). Niedawno Wasz klient zobowiązał się do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju ze szczególnym naciskiem na stworzenie godnych warunków pracy dla zatrudnionych. W pierwszej kolejności przeprowadziliście wywiad środowiskowy w dziale produkcji, gdzie zidentyfikowaliście następujące problemy:

- w przedsiębiorstwie istnieje nierówność wynagrodzeń między pracownikami na tych samych stanowiskach, nie ma również jasnych kryteriów premiowania,
- by sprostać wysokiemu tempu produkcji, pracownicy zmuszeni są do pracy ponad ustaloną normę godzinową, co prowadzi do przemęczenia i braku równowagi między pracą a życiem prywatnym,
- występują różne formy nierównego traktowania praktycznie na każdym poziomie hierarchii, a także między pracownikami wykonującymi te same zadania, co tworzy toksyczną atmosferę w miejscu pracy.

Waszym zadaniem jest stworzenie planu działań mających na celu poprawę warunków pracy. Plan działań powinien uwzględniać:

- kolejność rozwiązywania problemów wraz z uzasadnieniem, dlaczego w tej sekwencji,
- przykłady działań korygujących wraz z uzasadnieniem, w jaki sposób pomogą rozwiązać problem,
- zakres i formy monitorowania postępów wdrożonych zmian.

Zadanie sytuacyjne nr 2 – Zrównoważone przedsiębiorstwo

Oddziaływanie na otoczenie

Wasz zespół tworzą specjaliści ds. strategicznych inwestycji. Zwrócono się do Was z prośbą o przeprowadzenie kompleksowej analizy oddziaływania na otoczenie, które będzie się wiązać z budową dużej farmy fotowoltaicznej oraz kilkunastu elektrowni wiatrowych w Waszym regionie. Zadanie polega na identyfikacji potencjalnych korzyści, zagrożeń i zaproponowaniu rozwiązań minimalizujących negatywne skutki dla następujących trzech perspektyw:

- ekologicznej,
- społecznej,
- ekonomicznej.

Zadanie sytuacyjne nr 3 – Finansowanie zrównoważonego rozwoju biznesu

Zielone finanse

Kamil, 40-letni właściciel firmy produkcyjnej specjalizującej się w rozwiązaniach przyjaznych dla środowiska, stoi przed wyzwaniem zwiększenia kapitału na rozwój swojej działalności. Jego firma od lat konsekwentnie realizuje misję zrównoważonego rozwoju, co przyniosło jej ugruntowaną pozycję na rynku i rosnące zainteresowanie klientów. Pomimo stabilnej sytuacji finansowej i bazy lojalnych klientów, Kamil poszukuje dodatkowych środków na inwestycje w nowe technologie i rozwój działalności, aby w pełni wykorzystać potencjał zielonej gospodarki.

Zainteresowany jest przede wszystkim zrównoważonym finansowaniem, które pozwoli jego firmie na dalszy rozwój przy jednoczesnym zachowaniu założeń ekologicznych. Z tego powodu zwraca się do Was jako przedstawicieli instytucji finansowej Green Finance Solutions, która specjalizuje się w finansowaniu projektów zrównoważonego rozwoju. Kamil prosi o zaproponowanie mu rozwiązań finansowych, które najlepiej wspierają cele jego firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju. W związku z tym oczekuje on, że:

- przedstawicie specyfikę sektora zielonych finansów, wskazując na możliwości, jakie oferuje ten rynek przedsiębiorstwom skoncentrowanym na zrównoważonym rozwoju, w tym korzyści płynące z inwestowania w zielone technologie i projekty proekologiczne,
- określicie wady i zalety proponowanych produktów finansowych, takich jak zielone obligacje, kredyty preferencyjne na ekoinwestycje, dotacje na projekty zrównoważonego rozwoju czy finansowanie społecznościowe (crowdfunding) skierowane na ekologiczne przedsięwzięcia,
- przeprowadzicie analizę ryzyka i potencjalnych wyzwań związanych z różnymi opcjami finansowania dostępnymi dla firmy Kamila; analiza powinna obejmować aspekty finansowe, środowiskowe oraz wizerunkowe, a także potencjalny wpływ na długoterminowy rozwój firmy,
- opracujecie plan inwestycyjny w nowe technologie przyjazne środowisku, które mogą wspierać rozwój firmy Kamila; plan powinien zawierać szacunkowe koszty, przewidywane korzyści, harmonogram wdrożenia oraz potencjalne źródła finansowania tych inwestycji.

Wasza propozycja powinna zapewnić kompleksowe rozwiązanie, które nie tylko wskaże Kamilowi dostępne opcje finansowania, ale także pomoże mu zrozumieć, w jaki sposób poprzez zielone finansowanie może skutecznie rozwijać swoją działalność, dbając jednocześnie o środowisko i społeczność.

Zadanie sytuacyjne nr 4 – Zrównoważone przedsiębiorstwo

Gospodarowanie zasobami

Jesteście nowo utworzonym zespołem ds. gospodarowania zasobami w przedsiębiorstwie zajmującym się produkcją ekologicznych opakowań do żywności. Firma boryka się z wyzwaniami związanymi ze zrównoważonym rozwojem, regulacjami środowiskowymi i konkurencją na rynku. Waszym zadaniem jest opracowanie kompleksowego planu optymalizacji procesów produkcyjnych, który uwzględni następujące aspekty:

1. Zrównoważone materiały opakowaniowe:
 - Jakie kroki należy podjąć, aby surowce używane do produkcji opakowań były pozyskiwane w sposób zrównoważony?
2. Zminimalizowanie odpadów:
 - Jakie innowacje technologiczne można wprowadzić, aby zminimalizować ilość odpadów w procesie produkcji opakowań?
3. Promowanie recyklingu:
 - Jak można zmotywować konsumentów do recyklingu opakowań?

Zadanie sytuacyjne nr 5 – Strategia zrównoważonego rozwoju banku

Gospodarowanie zasobami

EcoBank, innowacyjny bank skupiający się na zrównoważonym rozwoju, stoi przed wyzwaniem zintegrowania praktyk zrównoważonych we wszystkich aspektach swojej działalności. Bank ten dąży do zmniejszenia swojego śladu węglowego, zwiększenia zaangażowania społecznego i wprowadzenia etycznych praktyk zarządzania. Celem EcoBanku jest nie tylko minimalizacja negatywnego wpływu na środowisko, ale także budowanie pozytywnych relacji z klientami i społecznością, a także zapewnienie stabilności finansowej i innowacyjności produktów finansowych.

W obliczu rosnącej konkurencji na rynku finansowym oraz coraz wyższych oczekiwań klientów i innych interesariuszy w zakresie zrównoważonego rozwoju, EcoBank musi znaleźć sposób na:

- sprostanie oczekiwaniom interesariuszy,
- efektywne zaangażowanie i edukację klientów w zakresie finansów zrównoważonych,
- rozwój innowacyjnych, zrównoważonych produktów finansowych,
- wzmocnienie zaangażowania społecznego i budowanie pozytywnej reputacji.

Waszym zadaniem – jako zespołu ds. zrównoważonego rozwoju EcoBanku – jest:

- zidentyfikowanie interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych banku oraz określenie ich wpływu na działalność banku,
- zaprojektowanie programu edukacyjnego dla klientów EcoBanku, który podniesie ich świadomość na temat zrównoważonych finansów i pokaże, jak ich decyzje finansowe mogą przyczynić się do ochrony środowiska,
- opracowanie koncepcji nowego, innowacyjnego produktu finansowego, który będzie promował zrównoważony rozwój, jak np. zielony kredyt hipoteczny, fundusz inwestycyjny wspierający ekologiczne start-upy lub obligacje zrównoważone,
- zaproponowanie inicjatywy lub projektu, który wzmocni zaangażowanie EcoBanku na rzecz społeczności lokalnej i pomoże budować pozytywną reputację banku jako lidera w dziedzinie zrównoważonego rozwoju.

Celem jest nie tylko zaproponowanie działań, które są ekologicznie odpowiedzialne, ale także ekonomicznie wykonalne i mają potencjał wzmocnienia pozycji rynkowej banku.

Test z eliminacji centralnych z komentarzami

1. (1 pkt) Osoba, która zakłada firmę oraz kieruje nią na własny rachunek i sama ponosi ryzyko finansowe, to:
- a) wizjoner
 - b) menedżer
 - c) **przedsiębiorca**
 - d) kierownik

Komentarz eksperta: Osoba, która zakłada firmę, kieruje nią na własny rachunek i sama ponosi ryzyko finansowe to przedsiębiorca. Natomiast wizjoner jest osobą charyzmatyczną, obdarzoną intuicją, ufającą bardziej sercu niż rozumowi. Menedżer odpowiada jedynie za kierowanie działaniami prowadzącymi do osiągnięcia celów organizacji. Kierownik to pracownik, który w danej organizacji kieruje działaniami przynajmniej jednego podwładnego.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 142–146).

2. (1 pkt) Zasoby organizacji – w najnowszych podejściach do zarządzania – można podzielić na:
- a) ludzkie, finansowe, rzeczowe, technologiczne
 - b) **ludzkie, finansowe, rzeczowe, organizacyjne**
 - c) finansowe, organizacyjne, relacyjne, zarządcze
 - d) intelektualne, relacyjne, fizyczne, surowcowe

Komentarz eksperta: W nowszych podejściach do zarządzania wyróżnia się 6 podstawowych kategorii zasobów organizacji, w tym: zasoby finansowe, rzeczowe (fizyczne), ludzkie, organizacyjne, relacyjne, intelektualne. Natomiast zasoby zarządcze, technologiczne czy surowcowe nie stanowią odrębnej kategorii zasobów.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 25–26.

3. (1 pkt) Do cech zarządzania według P. Druckera nie zalicza się następującej cechy:
- a) zarządzanie dotyczy przede wszystkim ludzi
 - b) zarządzanie jest głęboko osadzone w kulturze
 - c) zarządzanie wymaga rozbudowanego systemu wskaźników
 - d) **zarządzanie obejmuje centralizację decyzji**

Komentarz eksperta: Do cech zarządzania według P. Druckera nie zalicza się cechy: zarządzanie obejmuje centralizację decyzji. Według P. Druckera wyróżnia się następujące cechy zarządzania: (1) zarządzanie dotyczy przede wszystkim ludzi; (2) zarządzanie jest głęboko osadzone w kulturze; (3) zarządzanie wymaga prostych i zrozumiałych wartości, celów działania i zadań; (4) zarządzanie powinno doprowadzić do tego, że organizacja będzie zdolna do uczenia się; (5) zarządzanie

wymaga komunikowania się; (6) zarządzanie wymaga rozbudowanego systemu wskaźników; (8) zarządzanie musi być jednoznacznie zorientowane na podstawowy i najważniejszy rezultat, jakim jest zadowolony klient.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 31.

4. (1 pkt) Do elementów miękkiego zarządzania wg modelu 7S grupy McKinseya zalicza się:
- a) **umiejętności, personel, style działania**
 - b) strategie, struktury, wartości
 - b) strategie, umiejętności, systemy
 - d) strategie, systemy, personel

Komentarz eksperta: Do elementów miękkiego zarządzania zalicza się: umiejętności, personel, style działania. Pozostałe – takie jak strategie, struktury, systemy – należą do elementów twardych, natomiast wartości stanowią element wspólny zarządzania twardego i miękkiego.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 36.

5. (1 pkt) Jednym z 5 elementów systemowego modelu organizacji jest podsystem:
- a) **celów i wartości**
 - b) subkultury
 - c) otoczenia firmy
 - d) indywidualnych celów

Komentarz eksperta: Jednym z elementów systemowego modelu organizacji jest podsystem celów i wartości. Pozostałe elementy systemowego modelu organizacji to podsystemy: psychospołeczny, techniczny, struktury, zarządzania.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 45.

6. (1 pkt) Teoria biurokracji to:
- a) koncepcja oparta na przekonaniu o trwałości porządku i zwyczajów organizacji
 - b) koncepcja oparta na ocenie słabych i mocnych stron organizacji na tle branży
 - c) **koncepcja funkcjonowania organizacji w ramach formalnej struktury z wyraźnie określonymi regułami nadrzędności oraz podziału zadań**
 - d) koncepcja sprawności operacyjnej organizacji, czyli zdolności do sprawnego realizowania podstawowej działalności

Komentarz eksperta: Teoria biurokracji to koncepcja funkcjonowania organizacji w ramach formalnej struktury z wyraźnie określonymi przepisami i liniami podporządkowania, jasnymi regułami nadrzędności oraz podziału zadań, uprawnień i odpowiedzialności.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 100.

7. (1 pkt) Jak inaczej nazywa się macierz Hofera?
- a) macierz cyklu życia produktu
 - b) macierz cyklu życia firmy
 - c) **macierz cyklu życia sektora**
 - d) macierz cyklu życia rynku

Komentarz eksperta: Macierz Hofera jest narzędziem służącym do oceny pozycji strategicznej przedsiębiorstwa, wyznaczonej z perspektywy cyklu życia sektora (jej zamiennie nazwy to: macierz cyklu życia branży lub macierz cyklu życia sektora).

Źródło: Szymańska K. (red.), *Kompendium metod i technik zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2019, str. 169.

8. (1 pkt) Business proces reengineering jest definiowany jako:
- a) metoda zarządzania w czasie
 - b) kompleksowe zarządzanie jakością, które stanowi filozofię skoncentrowaną na uzyskaniu możliwie najwyższej jakości wszystkich procesów i działań
 - c) **fundamentalne przemysłenie od nowa i gruntowne przeprojektowanie procesów przebiegających w firmie prowadzące do radykalnej poprawy osiągniętych wyników**
 - d) zarządzanie relacjami z klientem

Komentarz eksperta: Business proces reengineering jest definiowany jako fundamentalne przemysłenie od nowa i gruntowne przeprojektowanie procesów przebiegających w firmie prowadzące do radykalnej poprawy osiągniętych wyników, takich jak np. zmniejszenie kosztów, podniesienie jakości, zapewnienie lepszego serwisu. Metoda zarządzania w czasie to time based management; kompleksowe zarządzanie jakością to total quality management; zarządzanie relacjami z klientem to customer relationship management.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 130–135.

9. (1 pkt) Strategia defensywna zakłada między innymi:
- a) wchodzenie na nowe rynki zbytu
 - b) powiększanie zatrudnienia
 - c) **ograniczanie skali aktualnych operacji**
 - d) stabilność funkcjonowania firmy

Komentarz eksperta: Strategia defensywna zakłada między innymi ograniczanie skali aktualnych operacji. Jej przejawem może być zatem zmniejszenie dotychczasowej produkcji, wycofanie się z niektórych rynków, redukcja zatrudnienia, sprzedaż części majątku czy rezygnacja z inwestycji. Działania w tym zakresie nastawione są głównie na przetrwanie oraz zwiększenie sprawności i efektywności operacji.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 199.

10. (1 pkt) Które z podanych kryteriów nie jest brane pod uwagę jako kryterium ilościowe klasyfikacji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw?
- a) **stopień komplikacji struktur organizacyjnych**
 - b) średnioroczne zatrudnienie
 - c) roczny obrót
 - d) całkowity bilans roczny

Komentarz eksperta: Oficjalne kryteria klasyfikacji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw w UE i Polsce to: średnioroczne zatrudnienie, roczny obrót, całkowity bilans roczny. Stopień komplikacji struktur organizacyjnych jest kryterium jakościowym.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 54.

11. (1 pkt) Biorąc pod uwagę kryterium złożoności organizacyjnej, organizacje dzieli się na:
- a) **organizacje jednozakładowe, wielozakładowe, sieciowe**
 - b) organizacje państwowe, spółdzielcze, prywatne
 - c) spółki cywilne, prawa handlowego, inne formy organizacyjno-prawne
 - d) przedsiębiorstwa prowadzone przez osoby fizyczne, spółki cywilne, spółki prawa handlowego

Komentarz eksperta: Biorąc pod uwagę kryterium złożoności organizacyjnej, organizacje dzieli się na jednozakładowe, wielozakładowe, sieciowe. Organizacje państwowe, spółdzielcze i prywatne reprezentują podział ze względu na formę własności. Natomiast podział organizacji na spółki cywilne, prawa handlowego, inne formy organizacyjno-prawne oraz przedsiębiorstwa prowadzone przez osoby fizyczne, spółki cywilne, spółki prawa handlowego obejmuje klasyfikację ze względu na formę organizacyjno-prawną.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 56–57.

12. (1 pkt) Do elementów otoczenia bliższego nie zalicza się:
- a) **sfery ekonomicznej**
 - b) dostawców i klientów
 - c) instytucji pośrednictwa pracy
 - d) konkurentów

Komentarz eksperta: Do elementów otoczenia bliższego (bezpośredniego, konkurencyjnego, mikrootoczenia) nie zalicza się sfery ekonomicznej, która charakteryzuje kondycję gospodarki i jest elementem otoczenia dalszego (makroekonomicznego). Najważniejszymi wskaźnikami informującymi o stanie tej sfery są: stopa wzrostu i zwrotu kapitału, stopa procentowa, kurs wymiany walut, poziom inflacji, poziom bezrobocia i zadłużenie państwa.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 61–63.

13. (1 pkt) Banki pełnią w gospodarce 3 podstawowe funkcje:

- a) kredytową, obiegową, płatniczą
- b) kredytową, obiegową, gwarancyjną
- c) **depozytową, kredytową, płatniczą**
- d) kredytową, finansową, gwarancyjną

Komentarz eksperta: Banki pełnią w gospodarce 3 podstawowe funkcje: (1) depozytową, która polega na przyjmowaniu depozytów od klientów na różne terminy oraz na gospodarowaniu powierzonymi środkami; (2) kredytową, która polega na udzielaniu kredytów i pożyczek; (3) płatniczą, która polega na dokonywaniu rozliczeń i płatności na rzecz gospodarstw domowych i przedsiębiorstw.

14. (1 pkt) Realizowane przez organizacje programy edukacyjne wspierające społeczeństwo najlepiej obrazują odpowiedzialność:

- a) etyczną
- b) **filantropijną**
- c) prawną
- d) ekonomiczną

Komentarz eksperta: Zgodnie z modelem A. B. Carroll wyróżniamy 4 poziomy odpowiedzialności: ekonomiczny, prawny, etyczny i filantropijny. Programy wspierające społeczeństwo (np. edukację, zdrowie), działania na rzecz społeczności lokalnej czy świadczenie wolontariatu to przejawy odpowiedzialności filantropijnej.

15. (1 pkt) Z każdym zjedzonym kawałkiem szarlotki użyteczność krańcowa z konsumpcji szarlotki:

- a) **maleje**
- b) rośnie
- c) nie zmienia się
- d) wynosi 0

Komentarz eksperta: Zgodnie z prawem malejącej użyteczności krańcowej (marginalnej) z każdym kolejnym zjedzonym kawałkiem satysfakcja z jedzenia szarlotki będzie się zmniejszać.

16. (1 pkt) Jakie funkcje pełni kultura organizacyjna?

- a) integracyjną, percepcyjną, analityczną
- b) integracyjną, prospołeczną, analityczną
- c) **integracyjną, percepcyjną, adaptacyjną**
- d) integracyjną, komunikacyjną, elastyczną

Komentarz eksperta: Kultura organizacyjna pełni funkcje integracyjne, percepcyjne i adaptacyjne. Funkcja integracyjna służy utrzymaniu się w danym środowisku i przystosowaniu się do niego. Funkcja percepcyjna kultury organizacyjnej polega na przyjęciu określonego sposobu postrzegania otoczenia grupy i nadawaniu znaczenia procesom i zjawiskom z zakresu życia społecznego oraz organizacyjnego.

Funkcja adaptacyjna jest ściśle związana z percepcyjną i polega na stabilizowaniu rzeczywistości dzięki wypracowaniu gotowych schematów reagowania na zmiany zachodzące w otoczeniu grupy.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 478.

17. (1 pkt) Co oznacza renta pierwszeństwa?
- a) dodatkowe korzyści, które otrzymują klienci
 - b) dodatkowe koszty, które ponosi firma, tworząc innowacje
 - c) dodatkowe wynagrodzenie, zysk, które otrzymują pionierzy udanych innowacji**
 - d) wprowadzenie nowego towaru na rynek bądź zmiany w dotychczasowej ofercie

Komentarz eksperta: Renta pierwszeństwa oznacza dodatkowe wynagrodzenie, zysk, które otrzymują pionierzy udanych innowacji. Zanim wprowadzą je inni, pionierzy korzystają ze zwiększonego popytu, wyższych cen na swoje – w tym momencie – unikalne produkty, albo też obniżają koszty bez konieczności proporcjonalnego obniżenia cen i realizują marże wyższe od konkurentów.

Źródło: Koźmiński A. K., Jemielniak, D., Latusek-Jurczak D., Pikos A., *Zarządzanie. Nowe otwarcie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2023, str. 109.

18. (1 pkt) Wadium służy do:
- a) ogłoszenia warunków konkursu, aukcji lub przetargu
 - b) unieważnienia przetargu lub aukcji
 - c) zabezpieczenia udziału w przetargu lub w aukcji zgłaszających się uczestników**
 - d) zapłacenia odszkodowania w granicach tzw. ujemnego interesu umownego

Komentarz eksperta: Wadium służy do zabezpieczenia udziału w przetargu lub w aukcji zgłaszających się uczestników oraz wstępnemu pokryciu kosztów organizacyjnych. Skutkiem niewpłacenia wadium jest niedopuszczenie do postępowania, a jego wpłacenie i uchylanie się od zawarcia umowy przez uczestnika, mimo wyboru jego oferty, powoduje przepadnięcie wadium. Jeżeli to organizator aukcji lub przetargu uchyla się od zawarcia umowy, uczestnik może żądać zapłacenia podwójnego wadium albo naprawienia szkody.

Źródło: Katner W. J. (red.), *Prawo gospodarcze i handlowe*, wyd. 3, Wolters Kluwer, Warszawa 2020, str. 460.

19. (1 pkt) Które z poniższych działań to przykład greenwashingu?
- a) uwypuklenie istotnej pozytywnej cechy produktu
 - b) deklarowanie środowiskowych właściwości czy parametrów produktu przy jednoczesnym braku potwierdzenia tych deklaracji w dostępnych danych czy certyfikatach**
 - c) oferowanie zielonych produktów
 - d) uwzględnianie aspektów zrównoważonego rozwoju w marketingu mix

Komentarz eksperta: Greenwashing jest to komunikacja marketingowa przedsiębiorstwa bazująca na fałszywych lub wprowadzających w błąd deklaracjach dotyczących zgodności produktu lub jego

elementów z zasadami ochrony środowiska. Przedsiębiorstwa podejmują szereg działań kwalifikowanych jako greenwashing, przy czym najczęściej spotykane to:

- a) działania ukryte – deklarowanie zgodności produktu z zasadami ochrony środowiska, lecz nieuwzględnianie przy tym wpływu całego cyklu życia produktu na środowisko, a jedynie wybranego fragmentu;
- b) brak dowodów – deklaracje dotyczące prośrodowiskowych właściwości czy parametrów produktu przy jednoczesnym braku potwierdzenia tych deklaracji w dostępnych danych czy certyfikatach;
- c) brak precyzji – nieprecyzyjna komunikacja na temat produktu powodująca odwrotne zrozumienie komunikatu przez konsumenta;
- d) nieistotność – przekazywanie prawdziwych, lecz nieistotnych informacji na temat kwestii ekologicznych produktu, np. na temat nieobecności w produkcie substancji od dawna zakazanych (np. freonów);
- e) łgarstwo – komunikowanie informacji, które nie mają pokrycia w rzeczywistości, np. bezprawne wykorzystywanie grafiki zielonego liścia symbolizującej certyfikowane opakowanie kompostowalne;
- f) mniejsze zło – wypuklenie pozytywnej cechy produktu, która jest nieistotna, gdyż produkt sam w sobie jest szkodliwy dla środowiska czy człowieka, np. organiczne papierosy.

20. (1 pkt) Dwóch przedsiębiorców postanawia podjąć działania na rzecz ludzi ubogich (sponsoring). Pierwszym z nich kieruje rzeczywista chęć niesienia pomocy potrzebującym. Drugi natomiast robi to wyłącznie z chęci zbudowania dobrego wizerunku firmy. Konsekwencje działania każdego z nich są takie same i przynoszą równy poziom użyteczności społecznej. Według utylitarystów:

- a) **działania obu przedsiębiorców należy uznać za słuszne**
- b) działanie pierwszego przedsiębiorcy należy uznać za słuszne
- c) działanie drugiego przedsiębiorcy należy uznać za słuszne
- d) działania obu przedsiębiorców należy uznać za niesłuszne

Komentarz eksperta: Utylitaryzm kładzie nacisk na ocenę działania przez analizę jego skutków (konsekwencje). W efekcie bywa postrzegany jako stanowisko pozbawione wymiaru etycznego, bo nie uwzględnia często praw różnych jednostek. W przytoczonej historii, skoro liczą się tylko skutki, to za równie słuszne należy uznać działanie obu przedsiębiorców.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 145.

21. (1 pkt) Indeks, który pozwala monitorować zasoby lasów na świecie oraz stan populacji wybranych gatunków zwierząt określa się mianem:

- a) wskaźnika dzikiej przyrody
- b) wskaźnika dzikiego świata
- c) **wskaźnika żyjącej planety**
- d) wskaźnika lasów i zwierzyny

Komentarz eksperta: WWF (World Wildlife Fund) co dwa lata przygotowuje Living Planet Report, wykorzystując informacje od wiodących ekspertów i innych organizacji. Jest to swojego rodzaju

kontrola stanu zdrowia planety, która obrazuje, jak radzi sobie świat przyrody, jakie stoją przed nim zagrożenia oraz co to oznacza dla człowieka. Wskaźnik żyjącej planety (LPI – Living Planet Index) ocenia stan bioróżnorodności na Ziemi i mierzy zmiany względnej liczebności prawie 32 000 populacji 5 230 gatunków obejmujących ssaki, ptaki, gady, płazy i ryby.

Źródło: Kamiński R., *Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw jako przedmiot raportowania niefinansowego*, PWE, Warszawa 2022, str. 105 i <https://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%C5%9Bci/pozostalo-nam-tylko-31-zyjacej-planety-zobacz-living-planet-report-2022/>

22. (1 pkt) W klasyfikacji interesariuszy pracownicy przedsiębiorstwa zaliczani są do interesariuszy:
- substanowiących**
 - kontraktowych
 - kontekstowych
 - mieszanych

Komentarz eksperta: Interesariuszy przedsiębiorstwa dzieli się na 3 grupy:

- substanowiących, czyli tych, bez których przedsiębiorstwo nie mogłoby istnieć (akcjonariusze, pracownicy),
- kontraktowych, których relacje oparte są na kontraktach (dostawcy, nabywcy, konkurenci, instytucje finansowe),
- kontekstowych, tzn. tworzących otoczenie społeczne i instytucjonalne (społeczność lokalna, instytucje administracji).

23. (1 pkt) Jaka jest właściwa kolejność etapów audytu etycznego?
- działania zespołu, inicjatywa, powołanie komitetu etycznego, ewaluacja samego audytu
 - powołanie komitetu etycznego, działania zespołu, powołanie komitetu etycznego, ewaluacja samego audytu
 - powołanie komitetu etycznego, działania zespołu, ewaluacja samego audytu
 - inicjatywa, powołanie komitetu etycznego, działania zespołu, ewaluacja samego audytu**

Komentarz eksperta: Proces audytu etycznego rozpoczyna się od inicjatywy, która polega na rozpoznaniu potrzeby przeprowadzenia audytu w organizacji. Ta inicjatywa może wynikać z różnych czynników, takich jak zmiany w przepisach prawnych, doniesienia o naruszeniach etyki lub chęć poprawy standardów etycznych. Następnie organizacja powołuje komitet etyczny lub zespół ds. etyki, który będzie nadzorował cały proces audytu. Ten komitet może składać się z przedstawicieli różnych dziedzin organizacji oraz ekspertów ds. etyki. Kolejnym etapem jest przeprowadzenie działań przez zespół audytowy. Obejmuje to analizę istniejących polityk i procedur, przeprowadzenie wywiadów z pracownikami w celu zrozumienia ich perspektywy na temat etyki w organizacji, ocenę działań podejmowanych przez organizację w kwestiach etycznych oraz analizę dokumentacji związanej z etyką i zasadami działania. Po zakończeniu audytu następuje ewaluacja, która polega na ocenie jego skuteczności. W tym etapie analizuje się zebrane dane, formułuje wnioski i rekomendacje, które mogą prowadzić do poprawy standardów etycznych w organizacji. Dodatkowo ewaluacja obejmuje ocenę samego procesu audytu, jego przebiegu oraz wykorzystanych metod i narzędzi.

Dzięki zastosowaniu właściwej kolejności tych etapów, organizacja może lepiej zrozumieć swoje wyzwania etyczne, wdrożyć działania naprawcze oraz zwiększyć świadomość i przestrzeganie zasad etycznych w swoich działaniach.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 42.

24. (1 pkt) Jakie są kryteria uwzględniane przy selekcji przedsiębiorstw do Dow Jones Sustainability Index (DJSI)?
- ocena wyłącznie ekonomicznych wskaźników przedsiębiorstw
 - analiza wyłącznie dokumentacji związanej ze zrównoważonym rozwojem firmy
 - ocena zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw uwzględniająca kryteria ekonomiczne, społeczne i środowiskowe**
 - konsultacja z przedstawicielami firmy z pominięciem analizy dokumentacji czy wskaźników

Komentarz eksperta: Kryteria uwzględniane podczas oceny przedsiębiorstw do włączenia ich do Dow Jones Sustainability Index (DJSI) są bardzo istotne dla inwestorów i firm działających w obszarze zrównoważonego rozwoju. Ocena, która obejmuje aspekty ekonomiczne, społeczne i środowiskowe, daje kompleksowy obraz zaangażowania firmy w kwestie zrównoważonego rozwoju. Uwzględnienie w DJSI może przynieść przedsiębiorstwom korzyści w postaci budowania pozytywnego wizerunku, zwiększenia zaufania inwestorów oraz dostępu do kapitału inwestycyjnego zainteresowanego firmami działającymi zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 545.

25. (1 pkt) Ład korporacyjny według definicji przyjętej przez OECD:
- skupia się na zwiększeniu zysków dla akcjonariuszy poprzez mechanizmy motywacyjne
 - obejmuje zestawy mechanizmów kontrolnych i motywacyjnych, mających na celu zwiększanie efektywności spółki oraz zapewnienie ochrony interesów akcjonariuszy i ograniczenie ryzyka jej funkcjonowania**
 - koncentruje się na zaspokajaniu jedynie oczekiwań akcjonariuszy
 - nie uwzględnia potrzeb interesariuszy spoza grona akcjonariuszy

Komentarz eksperta: Ład korporacyjny, zgodnie z definicją przyjętą przez OECD, nie tylko koncentruje się na realizacji celów akcjonariuszy, ale także obejmuje szeroki zakres mechanizmów kontrolnych i motywacyjnych mających na celu zwiększenie efektywności spółki oraz zapewnienie ochrony interesów akcjonariuszy i ograniczenie ryzyka jej funkcjonowania. W definicji podkreśla się, że ład korporacyjny dąży do zapewnienia realizacji celów i oczekiwań różnych grup interesariuszy, takich jak akcjonariusze, pracownicy, klienci, dostawcy i społeczności lokalne. Dlatego właściwe zarządzanie firmą w ramach ładu korporacyjnego wymaga uwzględnienia interesów różnych grup, a nie tylko akcjonariuszy.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 545; Aluchna, M., & Koładkiewicz, I. (2018). Dobre praktyki ładu korporacyjnego. Perspektywa rady nadzorczej. *Organizacja i Kierowanie*, 3(182), 11–31.

26. (2 pkt) Do głównych praw determinujących sprawność organizacyjną, sformułowanych przez Karola Adamieckiego, należą m.in.:
- a) prawo inwestycji
 - b) prawo strategii firmy
 - c) **prawo harmonii**
 - d) prawo międzynarodowe

Komentarz eksperta: Do głównych praw determinujących sprawność organizacyjną, sformułowanych przez Karola Adamieckiego, należą: prawo harmonii, podziału pracy, koncentracji, optymalnej produkcji, inercji przyzwyczajęń i przekory.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 96.

27. (2 pkt) Wśród funkcji przedsiębiorstw według H. Fayola wyróżnia się m.in. funkcje:
- a) techniczne, handlowe, kontrolne
 - b) handlowe, kontrolne, innowacyjne
 - c) **techniczne, handlowe, finansowe**
 - d) organizacyjne, handlowe, kontrolne

Komentarz eksperta: Wśród funkcji przedsiębiorstw według H. Fayola wyróżnia się funkcje techniczne, handlowe, finansowe oraz ubezpieczeniowe, rachunkowe i administracyjne.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 98.

28. (2 pkt) Jakość procesów decyzyjnych poprawia się, jeżeli wykorzystuje się regułę 4F, czyli:
- a) focus, first, flexibility, fix
 - b) fast, first, firm, fame
 - c) **flexibility, focus, fast, first**
 - d) first, fast, fund, form

Komentarz eksperta: Jakość procesów decyzyjnych poprawia wykorzystanie reguły 4F, czyli: flexibility, focus, fast, first. Focus to skupianie się na tych obszarach, na których decydent (czy też przedsiębiorstwo) najlepiej się zna. Dzięki takiemu podejściu tworzy on swe wyróżniające kompetencje. Fast to jak najszybsze reagowanie na sygnały płynące zarówno z rynku, jak i z wnętrza firmy. First – najlepsze na rynku sposoby zaspokajania potrzeb, np. klientów. Flexibility oznacza elastyczność, innowacyjność i zmiany zarówno w zasobach firmy, jak i w jej strukturach, procedurach itp.

Wykorzystując system 4F przedsiębiorstwo może minimalizować ryzyko swego działania i lepiej dostosowywać się do zmiennych warunków rynkowych. Reguła ta pozwala też wypracować skuteczne standardowe procedury postępowania, dzięki którym łatwiej i szybciej będzie można podejmować w przyszłości wewnętrzne decyzje oraz ograniczać ryzyko popełnienia błędów decyzyjnych.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 229.

29. (2 pkt) Czego dotyczą teorie wzmocnienia?
- a) głoszą, że ludzie dążą do sprawiedliwości społecznej w postaci nagród uzyskiwanych w związku z ich osiągnięciami w pracy
 - b) zakładają, że zachowanie jest określone przez połączenie sił tkwiących w jednostce i otoczeniu
 - c) **zajmują się wpływem skutków poprzedniego działania na zachowania w przyszłości, w cyklicznym procesie uczenia się**
 - d) dotyczą procesu wyjaśniania sobie przez jednostkę swoich porażek i sukcesów

Komentarz eksperta: Teorie wzmocnienia zajmują się wpływem skutków poprzedniego działania na zachowania w przyszłości, w cyklicznym procesie uczenia się. Według nich ludzie postępują tak, jak postępują, ponieważ nauczyli się w przeszłości, że pewne zachowania wiążą się z pożądanymi efektami, a inne z niekorzystnymi. Natomiast teoria, która głosi, że ludzie dążą do sprawiedliwości społecznej w postaci nagród uzyskiwanych w związku z ich osiągnięciami w pracy to teoria motywacji oparta na sprawiedliwości. Teoria zakładająca, że zachowanie jest określone przez połączenie sił tkwiących w jednostce i otoczeniu to teoria oczekiwań. A teoria dotycząca procesu wyjaśniania sobie przez jednostkę swoich porażek i sukcesów to teoria atrybucji.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 338–343.

30. (2 pkt) Zakres działalności przedsiębiorstwa wraz z posiadanymi aktywami, zwłaszcza majątkiem, oznacza rozumienie przedsiębiorstwa w ujęciu:
- a) podmiotowym
 - b) funkcjonalnym
 - c) **przedmiotowym**
 - d) operacyjnym

Komentarz eksperta: Zakres działalności przedsiębiorstwa wraz z posiadanymi aktywami, zwłaszcza majątkiem, oznacza przedsiębiorstwo w ujęciu przedmiotowym. Wynika to z art. 55 k.c. Przepis ten wymienia najważniejsze składniki przedsiębiorstwa, takie jak np. własność nieruchomości lub ruchomości, prawa wynikające z umów najmu i dzierżawy, wierzytelności, koncesje, licencje, zezwolenia, patenty i inne prawa własności przemysłowej, majątkowe prawa autorskie, tajemnice przedsiębiorstwa, księgi i dokumenty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Źródło: Katner W. J. (red.), *Prawo gospodarcze i handlowe*, wyd. 3, Wolters Kluwer, Warszawa 2020, str. 98.

31. (2 pkt) Ile wynosi jednostkowa marża na pokrycie dla następujących parametrów produktu:
Cena = 10 zł/szt.
Koszt zmienny jednostkowy = 4
Koszty stałe = 150 000 zł
Amortyzacja = 20%
- a) **6**
 - b) 25 000

- c) 250 000
- d) 37 500

Komentarz eksperta: Jednostkowa marża na pokrycie to różnica między ceną i jednostkowym kosztem zmiennym: $10 - 4 = 6$.

32. (2 pkt) Zalecana wartość wskaźnika płynności bieżącej powinna wynosić:
- a) < 0
 - b) $< 0,4; 1,2 >$
 - c) **$< 1,2; 2 >$**
 - d) 30%

Komentarz eksperta: Wskaźnik płynności bieżącej stanowi jeden z podstawowych współczynników stosowanych do określenia płynności finansowej.

wskaźnik płynności bieżącej = $\frac{\text{aktywa bieżące}}{\text{pasywa bieżące}}$

zalecane wartości mieszczą się w przedziale $< 1,2; 2 >$

33. (2 pkt) Standardem społecznej odpowiedzialności odnoszącym się do zarządzania zasobami ludzkimi jest:
- a) AA 1000
 - b) ISO 9001
 - c) ISO 14001
 - d) **SA8000**

Komentarz eksperta: SA8000 (Social Accountability 8000) jest międzynarodową normą określającą odpowiedzialność społeczną organizacji (CSR – Corporate Social Responsibility). Powstała na bazie standardów obejmujących prawa człowieka i prawa pracownicze, takie jak: Powszechna Deklaracja Praw Człowieka ONZ, Konwencja Narodów Zjednoczonych, Konwencja Praw Dziecka i Konwencja Międzynarodowej Organizacji Pracy. Nawiązuje również do norm z zakresu jakości (ISO 9001), środowiska (ISO 14001) i BHP.

34. (2 pkt) Wdrożenie zrównoważonego marketingu wymaga wprowadzenia zmian na poziomie:
- a) oferowanych produktów i usług
 - b) komunikacji z klientami
 - c) zakupu komponentów i półproduktów
 - d) **całego marketingu mix oraz współpracy z dostawcami**

Komentarz eksperta: Marketing odgrywa istotną rolę w operacyjnej realizacji zrównoważonej strategii przedsiębiorstwa. W tym kontekście działania marketingowe powinny mieć charakter zrównoważony i uwzględniać:

- a) odpowiedzialne spojrzenie na sposób zaspokajania potrzeb aktualnych konsumentów, który równocześnie będzie zachowywać lub wręcz zwiększać zdolność do zaspokajania potrzeb szeroko rozumianego społeczeństwa i pragnień jego przyszłych pokoleń

- b) budowanie i zarządzanie relacjami z różnorodnym zestawem interesariuszy, z konsumentami jako kluczową grupą.

Aspekty zrównoważonego rozwoju powinny zostać włączone do fundamentalnych elementów mixu marketingowego 4P oraz współpracy z partnerami biznesowymi w całym łańcuchu wartości, w tym z dostawcami. Z perspektywy zrównoważonego rozwoju produkty i usługi powinny rozwiązywać zarówno problemy klientów, jak i problemy społeczno-środowiskowe. Zrównoważony produkt (usługa) powinien uwzględniać m.in. zagadnienia związane z trwałością zasobów energetycznych i materialnych niezbędnych do jego wytworzenia, z praktykami społecznymi i środowiskowymi podmiotów uczestniczących w kreowaniu wartości, a także sposób dostawy i użytkowania produktu i los produktu po zakończeniu jego cyklu życia.

35. (2 pkt) Działania przedsiębiorstwa polegające na celowym zaniżaniu swoich wyników w obszarze zrównoważonego rozwoju lub ukrywaniu informacji o postępach lub ich braku, w celu uniknięcia kontroli interesariuszy to:

- a) **greenhushing**
- b) greencrowding
- c) greenshifting
- d) greenrinsing

Komentarz eksperta: Greenhushing polega na zatajaniu informacji o podejmowanych inicjatywach wspierających ochronę środowiska, by nie musieć dostarczać interesariuszom dodatkowych informacji o tych inicjatywach.

Greenhushing jest jedną z form greenwashingu, podobnie jak greencrowding (praktyki polegające na poruszaniu się w dużej grupie firm i formowanie zrzeszeń mających ambitny cel ekologiczny, który w rzeczywistości jest wdrażany na niewielką skalę); greenshifting (praktyki komunikacyjne w ramach których przedsiębiorstwo przerzuca na konsumenta odpowiedzialność klimatyczną) i greenrinsing (regularne zmienianie przez przedsiębiorstwo swoich celów ESG, zanim zostaną one osiągnięte).

36. (2 pkt) Greenmail to:

- a) **ogłoszenie zamiaru nabycia pakietu akcji w celu przejęcia przedsiębiorstwa**
- b) specjalny rodzaj poczty elektronicznej, która promuje proekologiczne praktyki i zachęca do oszczędzania energii
- c) forma komunikacji stosowana przez grupy ekologów, którzy dążą do ochrony zielonych obszarów przed degradacją
- d) rodzaj zielonego dymu, który wydobywa się z ziemi i wpływa negatywnie na środowisko naturalne

Komentarz eksperta: Greenmail (inaczej groźba wykupu) to metoda osiągania zysków z przejęć. Ta groźba wykupu polega na ogłoszeniu zamiaru nabycia pakietu akcji w celu przejęcia przedsiębiorstwa. Podmiot, który ogłasza zamiar przejęcia, oczekuje odpowiedniej reakcji ze strony zagrożonego przedsiębiorstwa w formie propozycji odkupienia swoich akcji po wyższej cenie.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 197.

37. (2 pkt) Dokument „Dobre praktyki spółek notowanych na GPW” jest adresowany do spółek wedle zasady:
- adaptuj i stosuj
 - stosuj lub wyjaśnij**
 - wdrażaj lub ulepszaj
 - kształtuj i promuj

Komentarz eksperta: „Dobre praktyki spółek notowanych na GPW”, jako zbiór zasad ładu korporacyjnego oraz reguł postępowania mających wpływ na kształtowanie relacji spółek giełdowych z ich otoczeniem rynkowym, są ważnym elementem budowania pozycji konkurencyjnej tych spółek i w istotny sposób przyczyniają się do umacniania atrakcyjności polskiego rynku kapitałowego. Zasadom dobrych praktyk i regulacjom z nimi związanym podlegają emitenci akcji dopuszczonych do obrotu na rynku regulowanym GPW. Przedsiębiorstwa te wedle zasady „stosuj lub wyjaśnij” są zobligowane do zadeklarowania, czy i które normy z tego zbioru spółka będzie stosować w swej praktyce, a których nie i dlaczego. Ta zasada pozwala rynkowi uzyskać pełną i jednoznaczną informację na temat stosowania zasad ładu korporacyjnego przez spółki giełdowe.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 224 oraz <https://www.gpw.pl/dobre-praktyki2021>

38. (2 pkt) Które z aspektów zrównoważonego rozwoju brane są pod uwagę w trakcie analizy zachowań korporacyjnych pracowników (macierz zachowań korporacyjnych):
- ekologiczny, kulturowy i zdrowotny
 - społeczny, kulturowy i geopolityczny
 - ekonomiczny, geopolityczny i edukacyjny
 - środowiskowy, społeczny i ekonomiczny**

Komentarz eksperta: Zachowania korporacyjne pracowników mogą wspierać lub ograniczać wdrażanie w organizacjach zasad zrównoważonego rozwoju. Badania pozwoliły wyodrębnić 3 typy zachowań, których wpływ/rezultat można ocenić negatywnie lub pozytywnie. Są to:

- zachowania społeczne – wpływają na dobrostan pracowników w pracy, jak i poza nią
- zachowania na rzecz środowiska – przyczyniają się do zmian w środowisku naturalnym (np. zużycie energii, zarządzanie odpadami)
- zachowania ekonomiczne – wiążą się z wynikami finansowymi firmy oraz inwestycjami.

Dzięki temu podejściu powstała klasyfikacja obejmująca 6 typów działań korporacyjnych pracowników na rzecz zrównoważonego rozwoju, która przyjęła formę macierzy zachowań korporacyjnych:

		Aspekt zrównoważonego rozwoju		
		Środowiskowy	Społeczny	Ekonomiczny
Wpływ zachowań/działań	Pozytywny (wzmacniający)	środowiskowy- -pozytywny	społeczny- -pozytywny	ekonomiczny- -pozytywny
	Negatywny (wyrządzający szkodę)	środowiskowy- -negatywny	społeczny- negatywny	ekonomiczny- -negatywny

Źródło: Wojtczuk-Turek A. (red.), *Zarządzanie kapitałem ludzkim w warunkach zrównoważonego rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022, str. 57–59.

39. (2 pkt) Termin oznaczający bezpieczną przestrzeń działania dla ludzkości jako warunek zapewnienia zrównoważonego rozwoju określa się mianem:
- a) granic ludzkiej ekspansji
 - b) planetarnych granic rozwoju**
 - c) granic globalnej równowagi
 - d) granic zrównoważonej egzystencji

Komentarz eksperta: Termin planetarne granice rozwoju został zaproponowany w 2009 roku przez grupę naukowców pod przewodnictwem Johana Rockströma ze Stockholm Resilience Centre i Willa Steffena z Australijskiego Uniwersytetu Narodowego. W koncepcji tej wychodzi się z założenia, że działalność człowieka od rewolucji przemysłowej jest czynnikiem globalnej zmiany środowiska planety. Propagatorzy tej koncepcji twierdzą, że przekroczenie jednej lub wielu granic planetarnych może być szkodliwe lub katastrofalne ze względu na ryzyko wywołania nieliniowej, nagłej zmiany środowiska w skali od kontynentalnej do planetarnej. Granice planetarne wyznaczają bezpieczną dla Ziemi strefę. Wyróżniono m.in. granice takie jak: zmiany biogeochemiczne, utrata bioróżnorodności, zakwaszenie oceanów, zubożenie warstwy ozonowej.

Źródło: Kamiński R., *Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw jako przedmiot raportowania niefinansowego*, PWE, Warszawa 2022, str. 32–33.

40. (2 pkt) PRI to organizacja tworząca oraz propagująca ramy i standardy sprawozdawcze informacji dotyczących zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw. Jej pełna nazwa to:
- a) Principles for Responsible Investment**
 - b) Proactive Research Institute
 - c) Primary Reports for Institutions
 - d) Planned Report in Investing

Komentarz eksperta: Principles for Responsible Investment (PRI) to wiodący na świecie propagator odpowiedzialnego inwestowania. Zachęca inwestorów do odpowiedzialnego inwestowania w celu zwiększania zysków i lepszego zarządzania ryzykiem. PRI propaguje sześć podstawowych zasad odpowiedzialnego inwestowania:

- 1) włączanie zagadnień ESG do analizy inwestycji
- 2) włączanie kwestii ESG do zasad i praktyk właścicielskich
- 3) ujawnianie kwestii ESG przez podmioty, w których dokonywane są inwestycje
- 4) promowanie i wdrażanie zasad odpowiedzialnego inwestowania
- 5) podejmowanie współpracy sygnatariuszy organizacji w celu zwiększenia efektywności we wdrażaniu zasad odpowiedzialnego inwestowania
- 6) ujawnianie sprawozdań z działań i postępów nakierowanych na wdrażanie zasad odpowiedzialnego inwestowania.

Aby zapewnić przestrzeganie tych standardów, wszyscy sygnatariusze są zobowiązani do dostosowania się do wytyczonych ram.

Źródło: Kamiński R., *Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw jako przedmiot raportowania niefinansowego*, PWE, Warszawa 2022, str. 117.

41. (2 pkt) Caux Round Table for Moral Capitalism to sieć liderów biznesu, którzy sformułowali 7 podstawowych zasad związanych z odpowiedzialnymi praktykami biznesowymi. Która zasada z niżej wymienionych nie jest do nich zaliczana?
- przestrzegaj zasad i konwencji
 - szanuj środowisko
 - unikaj propagowania globalizacji**
 - szanuj wszystkich interesariuszy, nie tylko akcjonariuszy

Komentarz eksperta: Caux Round Table for Moral Capitalism to międzynarodowa sieć doświadczonych liderów biznesu współpracujących z politykami w celu opracowania narzędzi zarządzania praktyką przedsiębiorstw, które są odpowiedzialne społecznie. Odwołują się oni do dwóch ideałów etycznych: japońskiego ideału *kyosei* nakazującego żyć i pracować dla dobra wspólnego oraz europejskiej idei godności człowieka, która uznaje nienaruszalność i wartość każdej osoby za cel sam w sobie, a nie tylko środek do realizacji celów innych podmiotów.

U podstaw tego podejścia leży 7 zasad:

- Szanuj wszystkich interesariuszy, nie tylko akcjonariuszy.
- Przyczyniaj się do rozwoju gospodarczego i społecznego.
- Buduj zaufanie, dając więcej niż nakazuje prawo.
- Przestrzegaj zasad i konwencji.
- Wspieraj odpowiedzialną globalizację.
- Szanuj środowisko.
- Unikaj nielegalnych działań.

Zasady te silnie podkreślają rolę i kluczowe znaczenie pracowników w procesie zarządzania oraz ich wkład w wyniki osiągnięte przez przedsiębiorstwo.

Źródło: Kamiński R., *Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw jako przedmiot raportowania niefinansowego*, PWE, Warszawa 2022, str. 81.

42. (2 pkt) Który z poniższych elementów zalicza się do dziewiątki zdrowia organizacyjnego wg Kellera i Price'a?
- odpowiedzialność**
 - dywersyfikacja
 - wydajność
 - ciągłość

Komentarz eksperta: W 2011 roku Keller oraz Price przedstawili koncepcję zdrowia organizacyjnego zawierającą 3 kluczowe atrybuty, którymi są: dostosowanie wewnętrzne, realizacja oraz zdolność do odnowy. Wg autorów te atrybuty składają się w sumie z 9 elementów, które łączą się na różne sposoby, aby je wspierać. Są to: **odpowiedzialność**, kierunek, koordynacja i kontrola, innowacyjne nastawienie, motywacja, klimat i kultura, możliwości, orientacja zewnętrzna oraz przywództwo. Wymienione elementy opierają się na 37 praktykach zarządzania, a opis tych praktyk sprawia, że zdrowie organizacyjne staje się obserwowalne a przede wszystkim wykonalne.

Źródło: Wojtczuk-Turek A. (red.), *Zarządzanie kapitałem ludzkim w warunkach zrównoważonego rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022, str. 97–98.

43. (2 pkt) Reprezentantami polskich tradycji etyki życia gospodarczego w XIX w. (epoka pozytywizmu) byli:
- a) **Bolesław Prus, Aleksander Świętochowski, Adolf Dygasiński**
 - b) Stanisław Orzechowski, Andrzej Frycz Modrzewski, Marcin Śmiglecki
 - c) Adam Zdzisław Heydel, Władysław Zawadzki, Adam Krzyżanowski
 - d) Leopold Caro, ks. Jan Piwowarczyk, o. Jacek Woroniecki

Komentarz eksperta: W XIX w. etyka życia gospodarczego najbardziej rozwinęła się w epoce pozytywizmu. Jej reprezentanci podkreślali związek etyki z działalnością gospodarczą. Kreowali wzory osobowe, przypisując im określone walory zawodowo-prakseologiczne, wartości i cnoty moralne. Tworzyli również profesjonalne kodeksy etyczne adresowane do poszczególnych zawodów twierdząc, że stanowią warunek konieczny powodzenia w każdym rodzaju działalności gospodarczej. Postulowali wprowadzenie szerokiej edukacji ekonomicznej, w ramach której etyka życia gospodarczego miała odgrywać bardzo istotną rolę. Pozytywiści byli reprezentowani m.in. przez Bolesława Prusa, Aleksandra Świętochowskiego, Adolfa Dygasińskiego, Elizę Orzeszkową, Juliana Ochorowicza. W pozytywizmie dominowały dwa naczelnne zadania: budowy podstaw ekonomicznych gospodarki narodowej oraz przebudowy świadomości społeczeństwa polskiego w duchu ideałów nowej epoki.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 381–382.

44. (2 pkt) Test Słoneczny w kontekście procesu decyzyjnego to:
- a) gotowość decydenta do ukrywania elementów procesu decyzyjnego
 - b) **gotowość decydenta do otwartego przedstawienia wszystkich elementów procesu decyzyjnego oraz argumentów na rzecz przyjętego rozwiązania**
 - c) gotowość decydenta do poddania się presji otoczenia w procesie podejmowania decyzji
 - d) gotowość decydenta do szybkiego podjęcia decyzji bez analizy wszystkich elementów

Komentarz eksperta: Jednym z przykładów modelu decyzyjnego jest tzw. Test Słoneczny opracowany przez wybitnego badacza etyki biznesu i zarządzania profesora Wojciecha Gasparskiego z Centrum Rozwoju Etyki w Hongkongu. Test Słoneczny odnosi się do gotowości decydenta do otwartego przedstawienia wszystkich elementów procesu decyzyjnego oraz argumentów na rzecz przyjętego rozwiązania, bez obaw o konsekwencje. Jest to koncepcja, która promuje uczciwość, transparentność i odpowiedzialność w podejmowaniu decyzji, co jest kluczowe dla etycznego i skutecznego zarządzania. Profesor Gasparski podkreślał znaczenie tego testu jako ważnego narzędzia w budowaniu zaufania w organizacji oraz promowaniu uczciwych praktyk zarządczych.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 461; Gasparski, W. *Decyzje i etyka w lobbingu i biznesie*. Wydaw. Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003.

45. (2 pkt) Które z poniższych działań stały się kluczowe dla trzeciej fali konsumeryzmu, zwanej także naderyzmem?
- powstanie w Anglii w 1844 roku pierwszej spółdzielni (jako reakcja na rosnące ceny żywności i niskie zarobki)
 - wydanie przez Ralpa Nadera w 1965 roku publikacji „Unsafe at any speed” skupiającej się na bezpieczeństwie samochodów**
 - założenie przez Fredericka J. Schlicka w 1928 roku organizacji Consumer Research (CR) testującej produkty i dostarczającej rzetelnych informacji konsumentom
 - początki zielonego konsumeryzmu w latach 70. XX wieku, związane z troską o środowisko naturalne i rosnącym popytem na ekologiczne produkty

Komentarz eksperta: Trzecia fala konsumeryzmu, nazywana naderyzmem, charakteryzowała się działaniami na rzecz poprawy bezpieczeństwa konsumentów, zwłaszcza w kontekście motoryzacyjnym. Publikacja Ralpa Nadera „Unsafe at any speed” odegrała kluczową rolę w tym ruchu, uświadamiając społeczeństwu zagrożenia wynikające z praktyk stosowanych przez producentów samochodów. To dzięki staraniom Nadera zmieniono standardy bezpieczeństwa, co przyczyniło się do ochrony życia i zdrowia konsumentów.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 265-266; Neale A. (2015). Zrównoważona konsumpcja. Źródła koncepcji i jej zastosowanie. *Prace Geograficzne*, 141, 141–158.

46. (2 pkt) Jakie są wymiary sprawiedliwości organizacyjnej?
- sprawiedliwość dystrybucyjna, sprawiedliwość proceduralna, sprawiedliwość interakcyjna i sprawiedliwość informacyjna**
 - sprawiedliwość materialna, sprawiedliwość formalna, sprawiedliwość interpersonalna i sprawiedliwość komunikacyjna
 - sprawiedliwość równościowa, sprawiedliwość partycypacyjna, sprawiedliwość korekcyjna i sprawiedliwość motywacyjna
 - sprawiedliwość strukturalna, sprawiedliwość procesowa, sprawiedliwość interpersonalna i sprawiedliwość kompensacyjna

Komentarz eksperta: Poczucie sprawiedliwości organizacyjnej jest wynikiem subiektywnej oceny etycznego zachowania zarówno jednostek w organizacji, jak i całej organizacji. Ta ocena wpływa na postawy i zachowania pracowników. Badacze wyróżniają cztery wymiary sprawiedliwości organizacyjnej: sprawiedliwość dystrybucyjną, proceduralną, interakcyjną i informacyjną. Sprawiedliwość dystrybucyjna dotyczy rozdziału dóbr w organizacji, sprawiedliwość proceduralna odnosi się do sposobu podejmowania decyzji dotyczących tych dóbr, sprawiedliwość informacyjna dotyczy sposobu informowania o tych decyzjach, a sprawiedliwość interakcyjna związana jest z ocenami traktowania pracowników w organizacji, szczególnie przez ich przełożonych.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 562.

47. (2 pkt) Whistleblowing to:
- proces zgłaszania nieprawidłowości w organizacji w celu osiągnięcia korzyści osobistych
 - procedura stosowana przez firmy do ukrywania nadużyć
 - alarmowanie o nieprawidłowościach w instytucji lub firmie w celu wywołania pozytywnych zmian lub zapobieżeniu szkodom**
 - trend spotykany wyłącznie w krajach anglosaskich

Komentarz eksperta: Whistleblowing jest procesem, w którym pracownik lub osoba związana z organizacją ujawnia nieprawidłowości lub nadużycia popełnione wewnątrz firmy lub instytucji. Poprzez whistleblowing osoba ta informuje o nieprawidłowościach, które mogą dotyczyć np. działalności nielegalnej, niemoralnej, nieetycznej lub sprzecznej z zasadami i procedurami organizacyjnymi. Jest to istotne narzędzie zarządzania ryzykiem, które może przyczynić się do poprawy funkcjonowania organizacji oraz społeczeństwa jako całości. Whistleblowing pomaga w eliminacji korupcji, oszustw, nadużyć władzy oraz innych form nieetycznych czy nielegalnych działań.

Źródło: Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023, str. 565.

48. (2 pkt) Jakie podejście do zarządzania przedsiębiorstwem uwzględnia koncepcja 3E?
- oparte na generowaniu zysków krótkoterminowych i długoterminowych
 - oparte na kreatywności i innowacyjności
 - uwzględniające zarówno generowanie zysków, jak i przestrzeganie norm etycznych**
 - podejście oparte wyłącznie na przestrzeganiu norm etycznych

Komentarz eksperta: Koncepcja 3E, czyli zasada zakładająca harmonię między efektywnością, ekonomicznością a etycznym postępowaniem, stanowi fundament zarządzania biznesem z uwagi na jej holistyczne podejście do funkcjonowania przedsiębiorstwa. Na koncepcję 3E składają się:

- Efektywność, czyli zdolność przedsiębiorstwa do osiągania założonych celów przy optymalnym wykorzystaniu zasobów. Skupia się na zapewnieniu, że działania organizacji są skuteczne i przynoszą pożądane rezultaty.
- Ekonomiczność, czyli osiąganie celów biznesowych w sposób opłacalny i zrównoważony finansowo. Wskazuje na konieczność racjonalnego gospodarowania zasobami i minimalizowania kosztów, przy jednoczesnym zachowaniu jakości działania.
- Etyczność, czyli podejmowanie działań zgodnych z normami moralnymi i etycznymi oraz dbanie o dobro społeczności, pracowników i środowiska.

Źródło: Olejniczak, K. (2014). Reguła 3E jako podstawa zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem. *Studia Ekonomiczne*, 180(2), 208–216.

49. (2 pkt) Zgodnie z wykorzystywanym w marketingu modelem AIDA ostatnim etapem skutecznej reklamy powinno być:
- zwrócenie uwagi odbiorcy
 - zainteresowanie odbiorcy oferowanym produktem i jego właściwościami
 - wzbudzenie u odbiorcy chęci zakupu
 - skłonienie do działania**

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

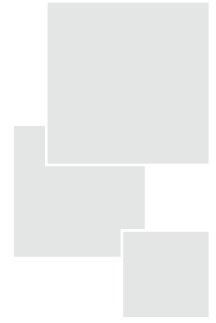
- A – Attention (uwaga) – przyciągnięcie uwagi klienta do produktu,
- I – Interest (zainteresowanie) – zainteresowanie klienta właściwościami produktu,
- D – Desire (pożądanie) – przekonanie klienta, że produkt jest mu potrzebny i może zaspokoić jego potrzeby,
- A – Action (działanie) – właściwe przekonanie klienta do zakupu tego właśnie produktu.

50. (2 pkt) Do technik podejmowania decyzji przydatnych na etapie projektowania rozwiązań zalicza się m.in.:
- a) arkusze identyfikacji problemu
 - b) arkusze danych
 - c) **analogie Gordona**
 - d) diagram Pareta

Komentarz eksperta: Do technik podejmowania decyzji przydatnych na etapie projektowania rozwiązań zalicza się analogie Gordona, burze mózgów, analizę morfologiczną oraz wywiad zogniskowany. Natomiast techniki takie jak arkusze identyfikacji problemu, diagram ryby Ishikawy, arkusze danych oraz diagram Pareta to techniki przydatne na etapie rozpoznania problemu.

Źródło: Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź 2020, str. 245.

Część IV



Działania towarzyszące XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości



Kilka słów od Organizatorów

W ramach Olimpiady Przedsiębiorczości, poza głównym nurtem zawodów, realizowane są działania towarzyszące, tj. projekty edukacji ekonomicznej skierowane do uczniów szkół z małych miejscowości (do 50 tys. mieszkańców): *Innowatorium. Tydzień przedsiębiorczości*, *Praktyk Biznesu*, *Sukces w finansach osobistych* oraz *Diamenty Przedsiębiorczości* (dla uczestników warsztatów/spotkań realizowanych w ramach projektów *Innowatorium. Tydzień Przedsiębiorczości* oraz *Praktyk Biznesu* lub zawodnicy Olimpiady z grona laureatów, finalistów i uczestników eliminacji centralnych).

Innowatorium. Tydzień Przedsiębiorczości



Założenia programowe i organizacyjne

Idea

15-godzinne warsztaty z obszaru przedsiębiorczości, biznesu i zarządzania, finansów, marketingu adresowane do uczniów szkół ponadpodstawowych z ośrodków miejskich liczących do 50 tys. mieszkańców, będące działaniem towarzyszącym XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości, realizowanym w roku szkolnym 2023/2024.

Cele

- Zainspirowanie młodych ludzi do samodzielnego pogłębiania wiedzy z biznesu i zarządzania.
- Rozbudzenie i wzmocnienie postawy proaktywnej i proprzedsiębiorczej.
- Wyrównanie szans w dostępie do oferty wysokiej jakości warsztatów aktywizujących prowadzonych przez przedstawicieli środowiska akademickiego.
- Promocja wiedzy, umiejętności i postaw rozwijanych u zawodników Olimpiady Przedsiębiorczości.
- Zainteresowanie młodzieży studiowaniem na kierunkach ekonomicznych.

Adresaci

Uczniowie publicznych szkół ponadpodstawowych zlokalizowanych w miejscowościach poniżej 50 tys. mieszkańców.

Program

Program składa się z 5 stałych bloków tematycznych:

- Strategie przedsiębiorstw – w tegorocznej edycji: „Wybór strategii rozwoju przedsiębiorstwa w świecie VUCA”, dr Anita Perska,
- Nowoczesny marketing – w tegorocznej edycji: „Działalność marketingowa w erze cyfrowej”, dr hab. Sylwester Białowas,
- Zarządzanie kapitałem ludzkim – w tegorocznej edycji: „Predyspozycje, osobowość i ich rola w przedsiębiorstwie”, dr Sebastian Narojczyk,
- Miękkie elementy zarządzania – w tegorocznej edycji: „Rola komunikacji w zespole”, dr Paulina Śmiałek-Liszczyńska,
- Finanse przedsiębiorstw – w tegorocznej edycji: „Finansowe wyzwania w nowoczesnym przedsiębiorstwie”, dr Bartosz Marcinkowski.

Miejsce

Spotkania online za pośrednictwem aplikacji MS Teams

Termin

Cztery edycje realizowane w okresie marzec – maj 2024.

Organizacja

- Cztery edycje *Innowatorium* realizowane zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem MS Teams; w jednej szkole realizowana jest jedna edycja programu.
- Program jednej edycji obejmuje 15 godzin, po 3 godziny zegarowe dla każdego bloku tematycznego.
- Program każdego bloku realizowany jest metodą klasy odwróconej, czyli zajęcia w czasie rzeczywistym poprzedzone są asynchroniczną pracą własną uczniów nad zadaniem/poleceniem przekazanym przez prowadzących.
- Realizacja 15-godzinnego programu może być dowolnie rozbita na kolejne dni.
- Zajęcia prowadzone są metodami aktywizującymi.
- Nauczyciele otrzymują pakiet materiałów edukacyjnych do przeprowadzenia zajęć będących kontynuacją warsztatów online.
- Warsztaty prowadzone są w grupach liczących 45–50 uczniów.
- Uczniom towarzyszy opiekun z każdej szkoły, który odpowiada za udział w warsztatach.
- Opiekunowie grup zachęceni są do aktywnego udziału w warsztatach.
- Organizator (FPiAKE) zapewnia materiały warsztatowe (dydaktyczne).
- Uczestnicy za aktywne uczestnictwo otrzymują nagrody książkowe.
- Szkoły biorące udział w warsztatach otrzymują pakiet publikacji z zakresu literatury podstawowej Olimpiady Przedsiębiorczości.
- Uczestnicy oraz szkoły po ukończeniu warsztatu otrzymują certyfikaty.
- Udział w warsztatach jest bezpłatny.
- Zajęcia poddawane są ewaluacji.

Rekrutacja szkół do projektu

Rekrutacja do udziału w działaniu *Innowatorium. Tydzień Przedsiębiorczości* odbywa się w dwóch formach:

- 1) indywidualne zgłoszenia szkoły lub kilku szkół spełniających kryteria rekrutacyjne;
- 2) dobór celowy prowadzony przez Organizatora w odniesieniu do kryteriów rekrutacyjnych.

Kryteria rekrutacyjne:

1. Zapewnienie opiekuna grup szkolnych.
2. Zgłoszenie co najmniej 50 uczniów.
3. Szkoła/y znajdująca/e się w miejscowościach liczących do 50 tys. mieszkańców.
4. Udział każdego ucznia w co najmniej 4 z 5 bloków warsztatowych.
5. Wsparcie organizacyjne.

Przyjmuje się kryterium pomocnicze:

- kryterium większego oddziaływania – udział kilku szkół z terenu jednego powiatu, z zastrzeżeniem kryterium 1.

Organizator przyjmuje kryterium geograficzne jako kryterium wiodące. Do udziału zapraszane są przede wszystkim szkoły z województw o najniższym odsetku zgłoszeń w kolejnych edycjach Olimpiady oraz szkoły z województw nieobjętych działaniami projektowymi.

Zrealizowane edycje

W latach 2008–2024 *Innowatorium. Tydzień Przedsiębiorczości* zrealizowano w następujących miejscowościach:

Rok szkolny	Nr edycji	Powiat	Województwo	Data	Miejscowość
2008/2009	1	wyszkowski	mazowieckie	16–20 marca 2009 r.	Wyszków
	2	sokólski	podlaskie	18–22 maja 2009 r.	Sokółka
	3	działdowski	warmińsko-mazurskie	25–29 maja 2009 r.	Działdowo
2009/2010	4	tarnobrzegi	podkarpackie	16–20 listopada 2009 r.	Nowa Dęba
	5	rycki	lubelskie	23–27 listopada 2009 r.	Ryki
	6	nidzicki	warmińsko-mazurskie	17–21 maja 2010 r.	Nidzica
	7	bielski	podlaskie	24–28 maja 2010 r.	Bielsk Podlaski
2010/2011	8	sierpecki	mazowieckie	15–19 listopada 2010 r.	Sierpc
	9	łęczycki	łódzkie	22–26 listopada 2010 r.	Łęczyca
	10	konecki	świętokrzyskie	21–25 marca 2011 r.	Końskie
	11	kolski	wielkopolskie	16–20 maja 2011 r.	Koło
	12	dąbrowski	małopolskie	23–27 maja 2011 r.	Dąbrowa Tarnowska
2011/2012	13	jarociński	wielkopolskie	21–25 listopada 2011 r.	Jarocin
	14	milicki	dolnośląskie	20–24 lutego 2012 r.	Milicz
	15	oleski	dolnośląskie	23–27 kwietnia 2012 r.	Praszka
	16	częstochowski	śląskie	14–18 maja 2012 r.	Lelów
2012/2013	17	opoczyński	łódzkie	3–7 grudnia 2012 r.	Opoczno
	18	łowicki	łódzkie	15–19 kwietnia 2013 r.	Łowicz
	19	garwoliński	mazowieckie	20–24 maja 2013 r.	Garwolin
	20	lubański	dolnośląskie	20–24 maja 2013 r.	Lubań
2013/2014	21	przysuski	mazowieckie	18–22 listopada 2013 r.	Przysucha
	22	łukowski	lubelskie	24–28 marca 2014 r.	Łuków
	23	ostrowski	mazowieckie	19–23 maja 2014 r.	Ostrów Mazowiecka
	24	makowski	mazowieckie	26–30 maja 2014 r.	Maków Mazowiecki
2014/2015	25	grajewski	podlaskie	24–28 listopada 2014 r.	Grajewo
	26	grójecki	mazowieckie	20–24 kwietnia 2015 r.	Grójec
	27	siemiatycki	podlaskie	18–22 maja 2015 r.	Siemiatycze
	28	radzyński	lubelskie	25–29 maja 2015 r.	Radzyń Podlaski

Rok szkolny	Nr edycji	Powiat	Województwo	Data	Miejscowość
2015/2016	29	suski	małopolskie	25–29 kwietnia 2016 r.	Jordanów
	30	włoszczowski	świętokrzyskie	6–20 maja 2016 r.	Włoszczowa
	31	pszczyński	śląskie	6–10 czerwca 2016 r.	Pszczyna
	32	nowotomyski	wielkopolskie	6–10 czerwca 2016 r.	Nowy Tomyśl
2016/2017	33	lipski	mazowieckie	8–12 maja 2017 r.	Lipsko
	34	strzelecki	opolskie	15–19 maja 2017 r.	Strzelce Opolskie
	35	żniński	kujawsko-pomorskie	22–26 maja 2017 r.	Żnin
	36	nysa	opolskie	5–9 czerwca 2017 r.	Nysa
2017/2018	37	czarnkowsko-trzcianecki	wielkopolskie	21–25 maja 2018 r.	Czarnków
	38	czarnkowsko-trzcianecki	wielkopolskie	4–8 czerwca 2018 r.	Czarnków
	39	świebodziński	lubuskie	11–15 czerwca 2018 r.	Świebodzin
	40	kartuski	pomorskie	11–15 czerwca 2018 r.	Kartuzy
2018/2019	41	ślubicki	lubuskie	10–14 grudnia 2018 r.	Ślubice
	42	lubaczowski	podkarpackie	10–14 grudnia 2018 r.	Lubaczów
	43	nowodworski	mazowieckie	10–14 czerwca 2019 r.	Nowy Dwór Mazowiecki
2019/2020	44	biłgorajski	lubelskie	25–29 maja 2020 r.	Biłgoraj
	45	lubartowski	lubelskie	1–5 czerwca 2020 r.	Lubartów
	46	lidzbarski	warmińsko-mazurskie	8–12 czerwca 2020 r.	Lidzbark Warmiński
	47	hrubieszowski	lubelskie	15–19 czerwca 2020 r.	Hrubieszów
2020/2021	48	puławski	lubelskie	7–11 czerwca 2021 r.	Puławy
	49	buski	świętokrzyskie	10–11 oraz 17 czerwca 2021 r.	Busko-Zdrój
	50	wieluński	łódzkie	14–15 oraz 17 czerwca 2021 r.	Wieluń
	51	opoczyński	łódzkie	15–18 czerwca 2021 r.	Opoczno
2021/2022	52	miński	mazowieckie	30 maja – 1 czerwca 2022 r.	Mińsk Mazowiecki
	53	m.st. Warszawa	mazowieckie	6–10 czerwca 2022 r.	Warszawa
	54	giżycki	warmińsko-mazurskie	10, 20–21 czerwca 2022 r.	Giżycko
	55	węgorzewski	warmińsko-mazurskie	7, 9, 13 czerwca 2022 r.	Węgorzewo
2022/2023	56	wieluński	łódzkie	13–16 czerwca 2023 r.	Wieluń

Rok szkolny	Nr edycji	Powiat	Województwo	Data	Miejscowość
2023/2024	57	wolsztyński	wielkopolskie	15–17 kwietnia 2024	Wolsztyn
	58	ślawieński	zachodniopomorskie	22–26 kwietnia 2024	Ślawno
	59	kartuski	pomorskie	13–17 maja 2024	Kartuzy
	60	ropczycko- sędziszewski	podkarpackie	20–25 maja 2024	Ropczyce

W ramach tegorocznych edycji *Innowatorium* warsztaty odbyły się w powiatach: wolsztyńskim (wielkopolskie), ślawieńskim (zachodniopomorskie), kartuskim (pomorskie), ropczycko-sędziszewskim (podkarpackie). W warsztatach łącznie udział wzięło 226 uczniów z 4 szkół.

Projekt będzie kontynuowany w ramach XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości.

Praktyk Biznesu



Założenia programowe i organizacyjne

Idea

45-minutowe spotkania online z zakresu prowadzenia działalności gospodarczej adresowane do uczniów szkół ponadpodstawowych z ośrodków miejskich liczących do 50 tys. mieszkańców, będące działaniem towarzyszącym XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości, realizowanym w roku szkolnym 2023/2024.

Cele

- Zainspirowanie oraz motywowanie uczniów planujących w przyszłości prowadzenie własnej firmy.
- Rozbudzenie i wzmocnienie postawy proaktywnej i proprzedsiębiorczej.
- Promowanie samozatrudnienia oraz idei startupu.
- Promocja Olimpiady Przedsiębiorczości.

Adresaci

Uczniowie publicznych szkół ponadpodstawowych z ośrodków miejskich liczących do 50 tys. mieszkańców.

Program

Program spotkań dotyczy praktycznych aspektów prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Miejsce

Spotkania online za pośrednictwem aplikacji MS Teams.

Termin

15 spotkań realizowanych w okresie maj – czerwiec 2024 r.

Organizacja

- 15 spotkań realizowanych online (w jednej szkole realizowane jest jedno spotkanie).
- 45-minutowe spotkania prowadzone są w szkołach zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem MS Teams w ramach lekcji podstawy przedsiębiorczości, biznes i zarządzanie lub godziny wychowawczej.
- Spotkania organizowane są w grupach liczących minimum 30 uczniów.
- Uczniom towarzyszy opiekun (nauczyciel/wychowawca), który odpowiada za ich uczestnictwo.

- Udział w spotkaniach jest bezpłatny.
- Zajęcia poddawane są ewaluacji.

Rekrutacja szkół do projektu

Rekrutacja do projektu *Praktyk Biznesu* odbywa się w trzech formach:

- 1) indywidualne zgłoszenia szkoły spełniającej kryteria rekrutacyjne;
- 2) Formularz zgłoszeniowy *Praktyk Biznesu* (aktywny do 30 kwietnia 2024 r.);
- 3) dobór celowy prowadzony przez Organizatora w odniesieniu do kryteriów rekrutacyjnych.

Kryteria rekrutacyjne

1. Zapewnienie opiekuna grupy.
2. Szkoła znajdująca się w miejscowości liczącej do 50 tys. mieszkańców.
3. Udział co najmniej 30 uczniów.
4. Wsparcie organizacyjne.

Organizator przyjmuje kryterium geograficzne jako kryterium wiodące. Do udziału zapraszone są przede wszystkim szkoły z województw o najniższym odsetku zgłoszeń w kolejnych edycjach Olimpiady oraz szkoły z województw nieobjętych działaniami projektowymi.

W roku 2024 odbyło się 15 spotkań w 15 szkołach, których zestawienie prezentuje poniższa tabela.

Lp.	Szkoła	Zgłoszona liczba uczestników
1.	Zespół Szkół Technicznych w Kłodzku	30
2.	Powiatowe Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Pucku	30
3.	Zespół Szkół nr 1 w Działdowie	30
4.	Liceum Ogólnokształcące im. Powstańców Wielkopolskich w Środzie Wielkopolskiej	30
5.	Zespół Szkół Centrum Edukacji Zawodowej i Ustawicznej im. Mikołaja Kopernika w Rawie Mazowieckiej	50
6.	Zespół Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego w Rudnej	30
7.	Zespół Szkół Techniczno-Zawodowych im. Macieja Rataja w Tomaszowie Lubelskim	30
8.	Zespół Szkół nr 2 im. Ludwika Skowry w Przysusze (technikum)	32
9.	I Liceum Ogólnokształcące im. Seweryna Goszczyńskiego w Nowym Targu	30
10.	I Liceum Ogólnokształcące im. ks. Stanisława Staszica w Hrubieszowie	35
11.	I Liceum Ogólnokształcące im. H. Sienkiewicza w Łańcucie	30
12.	Liceum Ogólnokształcące im. Powstańców Śląskich w Radzionkowie	140
13.	Zespół Szkół Zawodowych nr 2 w Rykach (technikum ekonomiczne)	32
14.	I Liceum Ogólnokształcące im. M. Skłodowskiej-Curie w Sokółowie Podlaskim	30
15.	I Liceum Ogólnokształcące im. T. Kościuszki w Busku-Zdroju	30

Projekt będzie kontynuowany w ramach XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości.



Sukces w finansach osobistych

Idea

45-minutowe warsztaty z zakresu planowania finansów w życiu osobistym w kontekście postaw proprzedsiębiorczych dla uczniów szkół ponadpodstawowych z ośrodków miejskich liczących do 50 tys. mieszkańców, będące działaniem towarzyszącym XIX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości, realizowanym w roku szkolnym 2023/2024.

Cel

Celem warsztatów jest wzmocnienie postaw przedsiębiorczych uczniów oraz kształtowanie prawidłowych nawyków w zakresie zarządzania finansami osobistymi, poprzez:

- motywowanie uczniów do planowania i prowadzenia finansów w życiu osobistym,
- zwiększenie świadomości uczniów znaczenia oraz istoty zarządzania własnymi finansami,
- wsparcie uczniów w podejmowaniu przemyślanych decyzji w zakresie zatrudnienia i finansów w kontekście zawieranych umów,
- zwiększenie świadomości uczniów istnienia potencjalnych zagrożeń w korzystaniu z usług firm prywatnych oraz instytucji finansowych oraz sposobów ich minimalizacji lub uniknięcia.

Adresaci

Uczniowie publicznych szkół ponadpodstawowych z ośrodków miejskich liczących do 50 tys. mieszkańców.

Program

Program warsztatów dotyczy praktycznych aspektów zarządzania finansami w życiu osobistym, w obszarze zarabiania, oszczędzania i inwestowania.

Zagadnienia

- budżet domowy – jak zakładać i prowadzić finanse,
- lokaty, rachunki oszczędnościowe – jak pieniądze mogą na siebie „pracować”, na co zwracać uwagę,
- negocjowanie,
- inflacja – dlaczego należy o niej pamiętać,
- fundusz awaryjny – po co odkładać pieniądze „w razie czego”,
- karty kredytowe, abonamenty, umowy – korzyści i pułapki,
- ubezpieczenia – dlaczego należy czytać umowy,
- codzienne oszczędzanie – jaki w tym cel,
- praca dodatkowa – dlaczego warto dorabiać,
- inwestowanie w siebie – najlepszy rodzaj inwestycji,
- metody oszczędzania pieniędzy.

Miejsce

Spotkania online za pośrednictwem aplikacji MS Teams.

Termin

15 warsztatów realizowanych w okresie maj – czerwiec 2024 r.

Organizacja

- 15 warsztatów realizowanych online; w jednej szkole realizowane są jedno warsztaty.
- 45-minutowe warsztaty realizowane online w czasie lekcji szkolnych organizowane za pośrednictwem MS Teams.
- Warsztaty prowadzone są dla grupy liczącej minimum 30 uczniów.
- Uczniom towarzyszy opiekun (nauczyciel/wychowawca).
- Udział w warsztatach jest bezpłatny.
- Zajęcia poddawane są ewaluacji.

Rekrutacja szkół do projektu

Rekrutacja do udziału w działaniu *Sukces w finansach osobistych* odbywa się w trzech formach:

- 1) indywidualne zgłoszenia szkoły lub kilku szkół spełniających kryteria rekrutacyjne;
- 2) Formularz zgłoszeniowy *Sukces w finansach osobistych* (aktywny do 6 maja 2024 r.);
- 3) dobór celowy prowadzony przez Organizatora w odniesieniu do kryteriów rekrutacyjnych.

Kryteria rekrutacyjne

1. Zapewnienie opiekuna grupy.
2. Szkoła znajdująca się w miejscowości liczącej do 50 tys. mieszkańców. Preferowane szkoły z mniejszych ośrodków.
3. Udział co najmniej 30 uczniów.
4. Wsparcie organizacyjne.

Organizator przyjmuje kryterium geograficzne jako kryterium wiodące. Do udziału zapraszone są przede wszystkim szkoły z województw o najniższym odsetku zgłoszeń w kolejnych edycjach Olimpiady oraz szkoły z województw nieobjętych działaniami projektowymi.

W roku 2024 odbyła się edycja VI. Wzięło w niej udział 15 szkół.

Lp.	Nazwa szkoły	Zgłoszona liczba uczestników
1.	Powiatowy Zespół Szkół Ponadpodstawowych im. J. Sivińskiego w Legionowie	35
2.	Zespół Szkół Zawodowych i Ogólnokształcących im. I Brygady Pancerniej im. Bohaterów Westerplatte w Kartuzach	38
3.	Liceum Ogólnokształcące im. Powstańców Śląskich w Radzionkowie	150
4.	Liceum Ogólnokształcące im. Powstańców Wielkopolskich w Środzie Wielkopolskiej	30
5.	Zespół Szkół nr 2 im. Ludwika Skowry w Przysusze	32
6.	Zespół Szkół nr 1 w Działdowie	30
7.	II LO im. Stefana Żeromskiego w Tomaszowie Mazowieckim	33
8.	Zespół Szkół im. ks. dra Jana Zwierza w Ropczycach	62
9.	Zespół Szkół Technicznych w Kłodzku	30-35
10.	Zespół Szkół Zawodowych nr 2 w Rykach (technikum ekonomiczne)	32
11.	Zespół Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego w Rudnej	30
12.	Liceum Ogólnokształcące nr 1 w Suchej Beskidzkiej	30
13.	I Liceum Ogólnokształcące im. Tadeusza Kościuszki w Busku-Zdroju	30
14.	Zespół Szkół nr 4 w Warszawie	20
15.	I Liceum Ogólnokształcące im. Henryka Sienkiewicza w Kędzierzynie-Koźlu	30

Projekt będzie kontynuowany w ramach XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości.

Diamenty Przedsiębiorczości



Założenia programowe i organizacyjne

Idea

3-godzinne konsultacje z doradcą zawodowym poświęcone planowaniu ścieżki edukacyjno-zawodowej dla uczestników warsztatów/spotkań realizowanych w ramach projektów *Innowatorium*. Tydzień Przedsiębiorczości oraz Praktyk Biznesu.

Adresaci

Uczniowie publicznych szkół ponadpodstawowych będący uczestnikami projektów *Innowatorium*. Tydzień Przedsiębiorczości oraz Praktyk Biznesu lub zawodnicy Olimpiady z grona laureatów, finalistów i uczestników eliminacji centralnych.

Cele

Celem indywidualnych konsultacji doradczych jest wsparcie ucznia w świadomym i samodzielnym planowaniu kariery oraz podejmowaniu decyzji edukacyjnych i zawodowych.

Metody

Wybrane metody pracy stosowane w czasie spotkania:

- rozmowa doradcza
- techniki plastyczne
- techniki psychometryczne, np. Q-SORT
- kwestionariusze, checklisty
- portfolio.

Efekty: indywidualne portfolio kariery, czyli spersonalizowana forma dokumentowania efektów pracy wypracowanych przez ucznia w czasie spotkania. Celem tej metody pracy jest wzmocnienie refleksyjności ucznia na temat jego własnych zasobów i uczynienie z tej refleksji procesu, który może być monitorowany zarówno przez ucznia, jak i doradcę szkolnego, wychowawcę czy rodzica.

Obszary pracy podczas konsultacji

Pomoc w wyrażeniu potrzeb i oczekiwań, zawarcie umowy i sprecyzowanie oczekiwań wobec spotkania i jego efektów.

Poznanie samego siebie, m.in. swojego systemu wartości, zainteresowań, motywacji, osiągnięć, gotowości do zmiany, wspólne poszukiwanie zasobów pomocnych w realizacji założonego celu lub rozwiązywania problemu.

Eksploracja otoczenia, m.in. rozpoznanie uwarunkowań środowiskowych, znalezienie źródeł informacji, odkrywanie w otoczeniu sprzymierzeńców i źródeł wsparcia.

Omówienie informacji dotyczących zawodów, grup zawodowych, systemu kształcenia, możliwości podnoszenia kwalifikacji, źródeł samodzielnego zdobywania i przetwarzania informacji.

Ustalenie preferencji i priorytetów, przygotowanie planu działania, podsumowanie spotkania.

Termin

10 konsultacji z doradcą zawodowym realizowanych w lipcu 2024 roku.

Organizacja

Indywidualne 3-godzinne konsultacje online.

Spotkanie prowadzi dyplomowany doradca zawodowy.

Udział w spotkaniu jest bezpłatny.

Projekt będzie kontynuowany w ramach XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości.

Część V



Wstęp do XX edycji



Założenia programowe XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości

Hasło przewodnie XX edycji Olimpiady

Hasło przewodnie XX edycji brzmi „Transformacja cyfrowa przedsiębiorstwa” i wiąże się z nim – podobnie jak we wcześniejszych edycjach – trzy podtematy: sztuczna inteligencja i nowe technologie cyfrowe, digitalizacja procesów i działalności operacyjnej oraz nowe modele biznesu w generowaniu wartości rynkowej.

Pierwszy ze wskazanych obszarów tematycznych koncentruje się na charakterystyce nowych technologii w ujęciu ich funkcjonalności, możliwości zastosowania i trendów rozwojowych. Drugi obszar – digitalizacja procesów i działalności operacyjnej – wiąże się z procesem doskonalenia organizacyjnego oraz efektywnością działalności prowadzonej przez przedsiębiorstwo wynikającą z wdrażania narzędzi i rozwiązań opartych na najnowszych technologiach. W trzecim obszarze uwaga skupia się na kreowaniu nowych rynków oraz tworzeniu innowacyjnych produktów i usług z wykorzystaniem technologii cyfrowych. Zarówno doskonalenie organizacyjne, jak i generowanie nowej wartości rynkowej stanowią kluczowe wyzwania procesu transformacji cyfrowej w kontekście budowy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.

Literatura zalecana podczas przygotowań do XX edycji Olimpiady

Spis polecanych lektur do XX edycji Olimpiady zawiera podręczniki i publikacje z dziedzin bezpośrednio związanych z przedsiębiorczością, biznesem i zarządzaniem. Spis publikacji poświęconych bieżącemu hasłu zmiennemu został rozszerzony w bloku II „Literatura bloku (hasła) zmiennego”. Zachęca się ponadto do lektury czasopism wyszczególnionych w bloku III, do śledzenia bieżących wydarzeń gospodarczych, a także do zapoznania się z aktami prawnymi wymienionymi w bloku IV. Ponadto zawodnika przygotowującego się do zawodów obowiązują treści podręczników dopuszczonych do nauczania przedmiotów biznes i zarządzanie oraz podstawy przedsiębiorczości.

I. Literatura bloku podstawowego:

1. Banaszczak-Soroka U., *Rynki finansowe. Organizacja, instytucje, uczestnicy*, wyd. 3, C.H. Beck, Warszawa 2019.
2. Beksiak J., *Ekonomia. Kurs podstawowy*, wyd. 2, C.H.Beck, Warszawa 2014.
3. Borowski K., *Metody inwestowania na rynkach finansowych*, Difin, Warszawa 2018.
4. Cabała P., Wawak S. (red.), *Zarządzanie projektami. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2022.
5. Dorosz A., *Finanse osobiste*, PWE, Warszawa 2023.
6. Garbarski L., Krzyżanowska M. (red.), *Marketing. Sztuka konkurowania i współpracy*, Poltext, 2023
7. Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2024.
8. Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, wyd. 5 zmienione, PWE, Warszawa 2017.
9. Gołębiowski G. (red.), *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2020.
10. Jabłonowska L., Winch S., Wachowiak P., *Sztuka prezentacji. Teoria i praktyka*, Difin, Warszawa 2019.

11. Juchnowicz M., Kinowska H. (red.), *Zarządzanie kapitałem ludzkim w warunkach niepewności. Wyzwania i implikacje*, PWE, Warszawa 2023.
12. Kałucki K., *Negocjacje*, Difin, Warszawa 2022.
13. Kamiński R., *Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw jako przedmiot raportowania niefinansowego*, PWE, Warszawa 2022.
14. Katner W. J. (red.), *Prawo gospodarcze i handlowe*, wyd. 3, Wolters Kluwer, Warszawa 2020.
15. Koźmiński A. K., Jemieliński D., Latusek-Jurczak D., Pikos A., *Zarządzanie. Nowe otwarcie*, Poltex, Warszawa 2023.
16. Oblój K., *Praktyka strategii firmy. Jak zarządzać przeszłością, radzić sobie z teraźniejszością i tworzyć przyszłość*, Poltext, Warszawa 2017.
17. Ostrowska D., Niedźwiecka E., *Podstawy finansów przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2015.
18. Romanowska M., *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, wyd. 3, PWE, Warszawa 2017.
19. Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, wyd. 4, PWE, Warszawa 2016.
20. Szymańska K. (red.), *Kompendium technik i metod zarządzania. Teoria i ćwiczenia*, Wolters Kluwer, Warszawa 2019.
21. Trocki M. (red.), *Nowoczesne zarządzanie projektami*, PWE, Warszawa 2013.
22. Tuczko J., *Zrozumieć finanse. Inteligencja finansowa w zarządzaniu portfelem prywatnym i biznesem*, Difin, Warszawa 2013.
23. Waśkowski Z. (red.), *Marketing. Podręcznik akademicki*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2022.
24. Waśniewski K., Opolski K., *Biznesplan. Jak go budować i analizować*, wyd. 6, CeDeWu, 2020.
25. Zakrzewska-Bielawska A. (red.), *Podstawy zarządzania. Teoria i ćwiczenia*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Łódź, 2020.
26. Zawadzka A.M., *Psychologia zarządzania w organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014.
27. Moduły dydaktyczne na platformie e-learningowej Olimpiady Przedsiębiorczości.

II. Literatura bloku (hasła) zmiennego:

1. Bartczak K., *Modele biznesu oparte na cyfrowych platformach technologicznych*, Difin, Warszawa 2023 (PDF do pobrania: https://ksiegarnia.difin.pl/upl/modele-biznesu-oparte-na-cyfrowych-platformach-technologicznych_ebook-nowy.pdf).
2. Ćwiertniak R., *Sztuczna inteligencja w organizacji. Innowacje biznesowe w praktyce*, Onepress, Gliwice 2024.
3. Davenport T. H., Mittal N., *Sztuczna inteligencja w biznesie. Jak zdobyć rynkową przewagę dzięki AI*, MT Biznes, Warszawa 2023.
4. Doligalski T., *Modele biznesu w Internecie. Teoria i studia przypadków polskich firm*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.
5. Doligalski T., Goliński M. (red.), *Platformy cyfrowe. Model biznesu, zastosowania, użytkownicy*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2024.
6. Gregor B., Kaczorowska-Spychalska D. (red.), *Technologie cyfrowe w biznesie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
7. Gzik T., *Zarządzanie procesami biznesowymi z wykorzystaniem chmury obliczeniowej*, Difin, Warszawa 2023.
8. Lakhani K. R., Iansiti M., *Competing in the Age of AI: How machine intelligence changes the rules of business*, Harvard Business Review, styczeń-luty 2020, <https://hbr.org/2020/01/competing-in-the-age-of-ai>
9. Lakhani K. R., Iansiti M., *Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World*, Harvard Business Review Press, Boston 2024.
10. Laskowska-Rutkowska A. (red.), *Cyfryzacja w zarządzaniu*, CeDeWu, Warszawa 2020.
11. Maciąg R., *Transformacja cyfrowa. Opowieść o wiedzy* (ebook), Wydawnictwo UNIVERSITAS, Kraków 2020.

12. Nowicka K. (red.), *Biznes cyfrowy. Perspektywa innowacji cyfrowych*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2019.
13. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>
14. Schwab K., *Czwarta rewolucja przemysłowa*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2018.
15. Suleyman M., Bhaskar M., *Nadchodząca fala. Sztuczna inteligencja, władza i najważniejszy dylemat ludzkości w XXI wieku*, Wydawnictwo Szczeliny, Kraków 2024.
16. Śledziwska-Kołodziejaska K., Włoch R., *Gospodarka cyfrowa: Jak nowe technologie zmieniają świat*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2020 (PDF do pobrania: https://wuw.pl/data/include/cms/Gospodarka_cyfrowa_Sledziwska_Katarzyna_Wloch_Renata_red_2020.pdf).

III. Czasopisma:

1. „Personel i Zarządzanie”
2. „Przegląd Organizacji”
3. „Organizacja i Kierowanie”
4. „e-mentor”
5. „Forbes”
6. „Media Marketing Polska”
7. „Magazyn MIT Sloan Management Review Polska”
8. „Businessman.pl”
9. „My Company”

oraz prasa codzienna, omawiająca bieżące wydarzenia gospodarcze.

IV. Akty prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, w tym:

1. Kodeks spółek handlowych.
2. Kodeks pracy.
3. Kodeks cywilny.
4. Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej.

V. Roczniki statystyczne GUS.

Terminarz zawodów XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości

2 września 2024	Rozpoczęcie procedur powoływania Komisji Szkolnych w szkołach
30 września 2024	Rozpoczęcie zgłaszania szkół i uczniów do udziału w XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości poprzez elektroniczny formularz dostępny w Panelu Komisji Szkolnych na stronie internetowej Olimpiady Przedsiębiorczości: www.olimpiada.edu.pl
31 października 2024	Zakończenie zgłaszania szkół i uczniów do udziału w XX edycji poprzez elektroniczny formularz dostępny w Panelu Komisji Szkolnych na stronie internetowej Olimpiady Przedsiębiorczości: www.olimpiada.edu.pl
7 listopada 2024	Ostateczny termin przesyłania przez Komisje Szkolne do Komitetu Głównego papierowych zgłoszeń (wygenerowanych z Panelu Komisji Szkolnych, wydrukowanych, podpisanych, opieczetowanych). Nie dotyczy wariantu elektronicznego wysłania Zgłoszenia szkoły, tj. poprzez załączenie skanu w Panelu Komisji Szkolnych
18 listopada 2024	Rozpoczęcie dystrybucji przez Komitety Okręgowe do szkół testów i arkuszy odpowiedzi
29 listopada 2024	Zakończenie dystrybucji przez Komitety Okręgowe do szkół testów i arkuszy odpowiedzi
6 grudnia 2024	Ostateczny termin potwierdzania przez Komisje Szkolne w Panelu Komisji Szkolnych otrzymania przesyłek zawierających testy i arkusze odpowiedzi
12 grudnia 2024	Eliminacje szkolne (godz. 9.00)
12 grudnia 2024	Publikacja klucza do testu na stronie Olimpiady (godz. 12.00).
12 grudnia 2024	Uruchomienie w Panelu Komisji Szkolnych elektronicznego „Protokołu Komisji Szkolnej z przeprowadzenia eliminacji szkolnych”
13 grudnia 2024	Ostateczny termin wypełnienia i zapisania przez Komisje Szkolne w formie elektronicznej „Protokołu Komisji Szkolnej z przeprowadzenia eliminacji szkolnych”
20 grudnia 2024	Ostateczny termin przesyłania przez Komisje Szkolne do Komitetu Głównego w formie papierowej: arkuszy odpowiedzi, „Protokołu Komisji Szkolnej z przeprowadzenia eliminacji szkolnych”
31 stycznia 2025	Ogłoszenie wyników eliminacji szkolnych
6 marca 2025	Eliminacje okręgowe
10 marca 2025	Ogłoszenie wyników eliminacji okręgowych
10 kwietnia 2025	Eliminacje centralne
10 kwietnia 2025	Ogłoszenie wyników eliminacji centralnych
czerwiec 2025	Gala XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości

Serdecznie zapraszamy do wzięcia udziału w XX edycji Olimpiady Przedsiębiorczości i życzymy wszystkim powodzenia!

Organizatorzy Olimpiady:



Partnerzy Główni:



NARODOWY
BANK POLSKI



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Projekt wspiera:



Ministerstwo
Edukacji Narodowej

FUNDACJA
EDUKACYJNA
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI **fep**