

OLIMPIADA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

eliminacje centralne, edycja XVI

Imię i nazwisko	
Data urodzenia	
Nazwa szkoły	
Adres szkoły	

Organizatorzy Olimpiady:

**Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu**

Partnerzy Strategiczni:

**Narodowy Bank Polski
Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności**

Projekt wspiera:

Ministerstwo Edukacji Narodowej

Partnerzy Organizacyjni:

**Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości
Wydawnictwo Difin
Plagiat.pl
Studenckie Forum Business Centre Club**

Klub Patronów Olimpiady:

**Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej
Krajowa Izba Gospodarcza**

Patroni Medialni:

**Głos Nauczycielski
Perspektywy.pl**

Szanowni Zawodnicy XVI edycji Olimpiady Przedsiębiorczości, cieszymy się, że zdecydowaliście się na start w Olimpiadzie. Mamy nadzieję, że udział w zawodach pozwoli Wam poszerzyć wiedzę z zakresu przedsiębiorczości oraz że przyniesie Wam i Waszym opiekunom merytorycznym dużo satysfakcji

Życzymy powodzenia! Organizatorzy Olimpiady

Instrukcja rozwiązywania testu

Eliminacje centralne Olimpiady Przedsiębiorczości odbywają się 1 czerwca 2021 r., rozpoczęcie o godz. 10.10. Na rozwiązanie testu przeznaczona jest 60 minut. Odliczanie czasu rozpoczyna się od momentu zakończenia czytania instrukcji. Zawody odbywają się w warunkach kontrolowanej samodzielności. Komisja Centralna może zdyskwalifikować zawodnika na skutek stwierdzenia niesamodzielności odpowiedzi lub niespełnienia warunków formalnych określonych w Regulaminie Olimpiady Przedsiębiorczości i niniejszej instrukcji. Podczas zawodów zabronione jest w szczególności:

- posiadanie i używanie jakichkolwiek pomocy (kalkulatora, urządzeń z wbudowaną pamięcią, urządzeń z dostępem do internetu, tablic matematycznych, włączonego telefonu, słowników, podręczników i innych);
- odpisywanie czy porozumiewanie się pomiędzy zawodnikami;
- zmienianie miejsca podczas pisania testu lub zamienianie testu lub arkusza odpowiedzi z innymi osobami;
- rozwiązywanie testu ołówkiem. Test składa się z 29 pytań, w tym 20 pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru (10 łatwiejszych i 10 trudniejszych) oraz 9 pytań otwartych i problemowych.

Za udzielenie prawidłowej odpowiedzi na pytanie zamknięte z puli pytań łatwiejszych zawodnik otrzymuje 1 pkt. Za udzielenie prawidłowej odpowiedzi na pytanie zamknięte z puli pytań trudniejszych zawodnik otrzymuje 2 pkt. Za udzielenie prawidłowej odpowiedzi na pytanie otwarte/problemowe zawodnik otrzymuje do 5 pkt. Maksymalnie za test można uzyskać 75 pkt. Nie przyznaje się punktów ujemnych. Za udzielenie błędnej odpowiedzi lub nie udzielenie odpowiedzi przyznaje się 0 pkt. Odpowiedzi na pytania zamknięte udzielane są na załączonym do testu arkuszu odpowiedzi, poprzez zaznaczenie jednej najlepszej odpowiedzi (od a do d) lub poprzez zaznaczenie pola „nie udzielam odpowiedzi” (e). Odpowiedzi nieprzeniesione do arkusza odpowiedzi nie będą oceniane. Proszę używać niebieskiego lub czarnego długopisu lub pióra. Instrukcja wypełniania arkusza odpowiedzi została umieszczona na arkuszu odpowiedzi (prawy margines). Proszę o uważne jej przeczytanie i wypełnianie arkusza zgodnie z opisanymi wyżej zasadami. Odpowiedzi na pytania otwarte i problemowe udzielane są na formularzu testu. Każdy zawodnik otrzymuje 1 arkusz brudnopisu. Treści zawarte na arkuszu brudnopisu nie będą podlegały ocenie.

Test

Pytania zamknięte

1. (1 pkt) Zastosowanie zasady Pareto w segmentacji klientów pozwoli:
 - a) wskazać klientów, których obsługa jest opłacalna w sensie Pareto
 - b) wskazać klientów, którzy mogą mieć problemy z terminowym regulowaniem płatności
 - c) wskazać najważniejszego klienta firmy
 - d) **wskazać ok. 20% najważniejszych klientów, dzięki którym firma uzyskuje ok. 80% przychodów**

Zasada Pareto mówi, że 20% najważniejszych czynników pozwala generować aż 80% całkowitego rezultatu. Menedżerowie nie zawsze uświadamiają sobie tę relację i często koncentrują się na działaniach, które nawet przy dużym wzroście nie doprowadzą do znaczącego wzrostu efektywności. Oczywiście nie zawsze w praktyce relacje kształtują się idealnie w podziale 20/80. Ale analiza bardzo wielu zjawisk pozwala np. pokazać, że 25% najbardziej trudnych klientów generuje 85% czasu na obsługę reklamacji, zaś 19% najważniejszych klientów generuje 75% przychodów.

2. (1 pkt) Reguła decyzyjna, która polega na wyborze rozwiązania najlepszego pod względem sumy ważonych wartości kryteriów to reguła:
 - a) dominacji
 - b) eliminacji
 - c) maksymalizacji
 - d) **sumowania użyteczności**

Decydenci mogą stosować różne reguły decyzyjne.

- Reguła dominacji polega na znalezieniu takiego wariantu, który jest lepszy od pozostałych pod względem przynajmniej jednego kryterium, a nie gorszy pod względem pozostałych.
- Reguła koniunkcji polega na wyborze rozwiązania, które spełnia minimalne wymagania decydenta.
- Reguła dysjunkcyjna polega na tym, że decydent wybiera wariant, w którym przynajmniej jedna spośród ocenianych przez niego cech osiągnęła lub przekroczyła próg krytyczny.

- Reguła leksykograficzna polega na tym, że decydent najpierw porządkuje kryteria według ich ważności, następnie wybiera ten wariant, który jest lepszy z punktu widzenia najważniejszego dla niego kryterium.
- Reguła eliminacji polega na tym, że decydent odrzuca wszystkie te warianty, które na skalach ocen dla określonych cech nie osiągnęły progu krytycznego.
- Reguła maksymalizacji polega na szukaniu wariantu lepszego od pozostałych pod względem liczby kryteriów, które spełnia w większym stopniu.
- Reguła sumowania użyteczności polega na wyborze rozwiązania najlepszego pod względem sumy ważonych wartości kryteriów.

3. (1 pkt) Lokata, której oprocentowanie zwiększa się wraz z upływem czasu przechowywania depozytu, to:

- lokata o zmiennym oprocentowaniu
- lokata progresywna**
- lokata rentierska
- lokata strukturyzowana

Lokata, której oprocentowanie w kolejnych okresach zwiększa się, to lokata progresywna. Najczęściej w początkowych okresach oprocentowanie jest bardzo niskie i z czasem rośnie, tak aby osiągnąć wysoką wartość w ostatnim okresie. Średnie oprocentowanie nie jest wysokie, ale marketingowo podkreślane oprocentowanie ostatniego okresu pozwala przyciągnąć mniej świadomych klientów.

4. (1 pkt) Najskuteczniejszą metodą selekcji pracowników spośród poniżej wymienionych jest:

- analiza dokumentów aplikacyjnych
- assessment center**
- autoprezentacja kandydata
- wywiad ustrukturyzowany

Assesment center to kompleksowa metoda oceny kompetencji kandydatów na dane stanowisko pracy, w której kilku kandydatów ocenia się jednocześnie (aby umożliwić interakcję między nimi). Grupa uczestników, najczęściej około sześciu osób, jest obserwowana przez zespół osób oceniających. Kompetencje kandydatów mierzone są dwu- lub trzykrotnie, a każdy obserwator dokonuje indywidualnej oceny uczestnika na podstawie której ustalane jest wspólne stanowisko. Po przeprowadzeniu tego typu oceny obserwatorzy dysponują dużą liczbą różnorodnych danych o każdym kandydacie, co pozwala na podjęcie bardziej świadomej, a tym samym trafniejszej decyzji o wyborze właściwego kandydata. Spośród wymienionych metod selekcji assesment center jest metodą najskuteczniejszą (choć najdroższą i najbardziej czasochłonną).

5. (1 pkt) Spółką osobową nie jest:

- spółka akcyjna**
- spółka jawna
- spółka komandytowo-akcyjna
- spółka partnerska

Do spółek osobowych zaliczamy spółkę jawną, spółkę partnerską, spółkę komandytową i spółkę komandytowo-akcyjną. Spółka akcyjna jest spółką kapitałową.

6. (1 pkt) Bank centralny prowadzi ekspansywną politykę pieniężną, jeśli:
- obniża stopę rezerw obowiązkowych**
 - podnosi stopę redyskontową
 - sprzedaje papiery wartościowe
 - zamraża stopy procentowe RPP

Ekspansywna polityka pieniężna to polityka zwiększająca podaż pieniądza. Z podanych odpowiedzi jedynie obniżenie rezerw obowiązkowych doprowadzi do zwiększenia jego podaży. Odpowiedzi b) i c) zmniejszą podaż, a odpowiedź d) nie zmieni wielkości podaży pieniądza na rynku.

7. (1 pkt) W holdingu finansowym:
- spółki córki konkurują ze sobą
 - spółki córki nie prowadzą żadnej działalności gospodarczej
 - spółki córki prowadzą działalność uzupełniającą w stosunku do spółki matki
 - spółki córki prowadzą działalność w różnych sektorach**

Holding finansowy to grupa kapitałowa, w której spółka matka nie prowadzi działalności operacyjnej, ale również nie koordynuje strategii wszystkich spółek – jej aktywność ogranicza się do wsparcia finansowego. Spółki córki traktowane są jak inwestycje w portfelu, pomiędzy którymi występują bardzo słabe powiązania.

8. (1 pkt) Wskaźnik fluktuacji kadr to:
- liczba pracowników, którzy odeszli z przedsiębiorstwa do stanu zatrudnienia na koniec badanego okresu**
 - liczba pracowników, którzy zostali zwolnieni ze względu na słabe wyniki do stanu zatrudnienia na koniec badanego okresu
 - liczba wakatów do ogólnej liczby stanowisk (na koniec badanego okresu)
 - liczba wszystkich aplikacji od kandydatów do pracy, które napłynęły w badanym okresie do liczby przeprowadzanych w tym czasie rekrutacji

Płynność pracownicza (fluktuacja kadr) to zjawisko odchodzenia pracowników z przedsiębiorstwa z własnej inicjatywy. Do mierzenia rozmiaru tego zjawiska wykorzystuje się wskaźnik fluktuacji kadr (wskaźnik płynności kadr). Jest to stosunek liczby pracowników, którzy odeszli z przedsiębiorstwa z własnej woli do ogółu zatrudnionych na koniec badanego okresu. Wzrost wartości tego wskaźnika jest zawsze dla menedżerów sygnałem alarmowym (tym bardziej że najczęściej z własnej woli odchodzą w pierwszej kolejności pracownicy najlepsi, którzy nie będą mieli problemów ze znalezieniem pracy u konkurencji).

9. (1 pkt) Wskaż, która z tendencji nie jest tendencją charakterystyczną dla współczesnych przedsiębiorstw:
- projektowanie smukłych struktur organizacyjnych**
 - skracanie cyklu życia oferowanych produktów

- c) stawianie w większym stopniu na współpracę niż konkurencję
 - d) uwzględnianie w zarządzaniu w większym zakresie problemów ekologii
-
- a) Smukłe struktury słabiej sprawdzają się w zmiennym otoczeniu niż struktury płaskie, które umożliwiają większą elastyczność działania.
 - b) Jest to jeden ze sposobów oddziaływania marketingowego – krótszy cykl życia produktu i wypuszczane na rynek kolejne generacje mają zachęcać użytkowników do zakupu nowszego rozwiązania, bo nawet jeżeli dotychczasowe spełnia ich potrzeby, to będzie uchodziło za przestarzałe.
 - c) Współczesne przedsiębiorstwa chcąc skutecznie konkurować, muszą wchodzić w związki kooperacyjne z innymi przedsiębiorstwami, w tym ze swoimi konkurentami – tworząc np. sieci powiązań, alianse strategiczne i klastry.
 - d) Problemy ekologii w coraz większym zakresie uwzględniane są w zarządzaniu. Związane jest to nie tylko z regulacjami prawnymi w tym zakresie, ale również oczekiwaniami coraz bardziej świadomych ekologicznie konsumentów.

10. (1 pkt) Wskaż zdanie nieprawdziwe dotyczące zielonych obligacji:

- a) **emitentem zielonych obligacji mogą być wyłącznie jednostki samorządu terytorialnego**
- b) środki pozyskane z emisji zielonych obligacji przeznaczane są na cele środowiskowe
- c) zielone obligacje mogą być emitowane w emisji prywatnej albo w emisji publicznej
- d) zielone obligacje są dłużnym instrumentem finansowym

Zielone obligacje (obligacje zrównoważone, green bonds) to instrumenty finansowania projektów mających wpływ na środowisko.

- a) Emitentem zielonych obligacji mogą być również państwa i przedsiębiorstwa prywatne.
- b) To jest główny cel emisji zielonych obligacji.
- c) Tak jak każde obligacje – różnicą jest jedynie cel emisji.
- d) Tak jak każde obligacje – różnicą jest jedynie cel emisji.

11. (2 pkt) Jeżeli w 2021 r. w porównaniu do 2020 r. koszt kredytu bankowego wzrośnie o 2 punkty procentowe, to średni ważony koszt kapitału przedsiębiorstwa (WACC) będzie:

- a) nie można tego stwierdzić
- b) **w 2020 r. mniejszy niż w 2021 r.**
- c) w 2020 r. taki sam jak w 2021 r.
- d) w 2020 r. większy niż w 2021 r.

Średni ważony koszt kapitału (WACC) wyraża przeciętny koszt użycia różnych rodzajów kapitału do finansowania działalności przedsiębiorstwa proporcjonalnie do wartości tego kapitału.

Przy obliczeniu WACC uwzględnia się takie źródła kapitału jak: akcje zwykłe, akcje preferowane, kredyty i pożyczki, obligacje i inne rodzaje emitowanych papierów wartościowych oraz koszty ich pozyskania.

WACC uzyskuje się z przemnożenia poszczególnych składników kapitału przez ich koszty, co formalnie można zapisać następująco:

$$WACC = \frac{E}{V} \times k_E + \frac{D}{V} \times k_D \times (1 - T)$$

gdzie:

WACC – średni ważony koszt kapitału w %,

k_E – koszt kapitału własnego w %,

k_D – koszt kapitału obcego w %,

E – rynkowa wartość kapitału własnego,

D – rynkowa wartość długu,

V – rynkowa wartość przedsiębiorstwa,

E/V – udział procentowy finansowania przedsiębiorstwa przez kapitał własny,

D/V – udział finansowania przedsiębiorstwa długiem,

T – stopa podatku dochodowego.

12. (2 pkt) Dopasuj nazwiska przedsiębiorców do powiązanych z nimi biznesów:

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| I Krzysztof Pawiński | A Bakoma |
| II Dariusz Miłek | B Dino |
| III Rafał Brzoska | C Boryszew |
| IV Paweł Marchewka | D CCC Polkowice |
| V Roman Karkosik | E Techland |
| VI Jerzy Starak | F Inpost |
| VII Tomasz Biernacki | G Maspex |
| VIII Zbigniew Komorowski | H Polpharma |
- a) I-C, II-D, III-H, IV-E, V-A, VI-G, VII-F, VIII-B
b) I-D, II-E, III-H, IV-F, V-G, VI-A, VII-C, VIII-B
c) I-E, II-C, III-D, IV-H, V-A, VI-G, VII-B, VIII-E
d) **I-G, II-D, III-F, IV-E, V-C, VI-H, VII-B, VIII-A**

Lista przedstawia przedsiębiorców z listy najbogatszych Polaków wraz z powiązanymi z nimi podmiotami gospodarczymi. Z racji aktywności medialnej każda osoba zainteresowana przedsiębiorczością wielokrotnie z powyższymi nazwiskami i nazwami firm musiała się zetknąć.

13. (2 pkt) Poniższa tabela przedstawia dane dotyczące popytu na bilety na spektakl. Pojemność sali wynosi 500 miejsc.

P (zł)	Q (szt.)
13	900
16	700
19	500
21	300

Cena równowagi wynosi:

- a) 13 zł
- b) 16 zł
- c) **19 zł**
- d) 21 zł

Cena równowagi to cena przy której podaż zrównuje się z popytem. W pytaniu podaż jest stała (liczba miejsc na widowni) i wynosi 500. Dla wielkości popytu = 500 cena wynosi 19 zł.

14. (2 pkt) Jakościowym kryterium oceny efektywności relacji inwestorskich jest:

- a) koszt kapitału
- b) kurs akcji
- c) struktura akcjonariatu
- d) **zaufanie inwestorów**

Efektywnie prowadzone relacje inwestorskie przekładają się między innymi na koszt kapitału, kurs akcji czy strukturę akcjonariatu, wartość obrotów. Wszystkie te obszary mają charakter ilościowy i łatwo jest je zmierzyć. Dobrze prowadzone relacje inwestorskie wpływają również na zwiększone zaufanie inwestorów do spółki. Zaufanie jest kryterium jakościowym i trudniej jest je obiektywnie zmierzyć. Inne kryteria jakościowe relacji inwestorskich to zadowolenie akcjonariuszy i sygnały zwrotne od inwestorów.

15. (2 pkt) Który z podmiotów nie należy do kategorii multiplikatorów jako grupy adresatów relacji inwestorskich:

- a) analitycy
- b) doradcy inwestycyjni
- c) **inwestorzy indywidualni**
- d) maklerzy

Multiplikatorzy to grupa niebędąca bezpośrednio inwestorami (lub potencjalnymi inwestorami), ale istotna dla społeczności finansowej. Do multiplikatorów zalicza się analityków, doradców, maklerów, media, ekspertów finansowych, agencje ratingowe i rewidentów (audytorów sprawozdań).

16. (2 pkt) Model w zarządzaniu ekologicznym, który opiera się na stosowaniu opłat i kar wynikających z użytkowania środowiska przyrodniczego (zgodnie z zasadą polityki ekologicznej „zanieczyszczający płaci”) to model:

- a) internalizacji efektów
- b) **klasyczny**
- c) optymalizacyjny

d) podatkowy

Opłaty za korzystanie ze środowiska przyrodniczego i kary za jego zanieczyszczanie to klasyczny model w zarządzaniu ekologicznym.

17. (2 pkt) Przyjęta we wrześniu 2015 roku podczas Zgromadzenia Ogólnego ONZ w Nowym Jorku Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030 zawiera:

- a) **17 celów zrównoważonego rozwoju i 169 zadań**
- b) 193 wyzwania
- c) 3 cele i 30 obszarów szczegółowych
- d) 5 celów i 25 zadań

Zgodnie z Agendą 2030 współczesny wysiłek modernizacyjny powinien koncentrować się na wyeliminowaniu ubóstwa we wszystkich jego przejawach przy równoczesnej realizacji szeregu celów gospodarczych, społecznych i środowiskowych. Nowe cele zrównoważonego rozwoju uzgodniono w ramach trwających blisko trzy lata wielostronnych negocjacji z udziałem rządów państw, sektora prywatnego, środowiska naukowego i społeczeństwa obywatelskiego. Do tego zadania powołano Otwartą Grupę Roboczą, która zdefiniowała 17 celów zrównoważonego rozwoju oraz powiązanych z nimi 169 zadań, które oddają trzy wymiary zrównoważonego rozwoju – gospodarczy, społeczny i środowiskowy. Założeniem jest, że działania na rzecz osiągnięcia celów wymagają aktywności i osiągnięcia postępów równocześnie na tych trzech płaszczyznach i w sposób zintegrowany.

18. (2 pkt) Wartość europejskiego planu odbudowy (Program Next Generation UE - NGEU) to:

- a) **390 mld euro dotacji i 360 mld euro pożyczek**
- b) 70 mld euro dotacji i 560 mld euro pożyczek
- c) 23 mld euro dotacji i 34 mld euro pożyczek
- d) 77 bln euro dotacji i pożyczek

Next Generation EU to Instrument na rzecz Odbudowy i Zwiększania Odporności za pomocą którego Komisja Europejska pozyskuje środki finansowe poprzez zaciąganie pożyczek na rynkach kapitałowych (emitując obligacje w imieniu UE) w celu realizacji ambitnych reform i inwestycji, które sprawią, że gospodarka i społeczeństwa będą bardziej zrównoważone, odporne i przygotowane na transformację ekologiczną i cyfrową, zgodnie z priorytetami UE. Wartość wsparcia to 750 mld euro (z czego 52% to dotacje, a 48% pożyczki).

19. (2 pkt) Obowiązująca od 2021 roku zachęta inwestycyjna, zgodnie z którą firma, która inwestuje wypracowany zysk i nie wypłaca dywidendy wspólnikom nie zapłaci podatku dochodowego to rozwiązanie umownie nazywane:

- a) akceleratorem innowacji
- b) **estońskim CITem**
- c) podatkiem Gowina
- d) podatkiem uproszczonym

Rozwiązanie zwane umownie estońskim CITem upraszcza sprawy rozliczeń podatkowych. W ramach tego rozwiązania nie ma konieczności:

- prowadzenia rachunkowości podatkowej
- ustalania podatkowych kosztów uzyskania przychodów
- obliczania podatkowych odpisów amortyzacyjnych

Zaliczki na podatek CIT nie są płacone co miesiąc – podatek odprowadza się w momencie wypłaty zysku ze spółki (dywidendy).

Korzyścią jest możliwość swobodnego określenia momentu, w którym nastąpi opodatkowanie.

20. (2 pkt) Ostatnim etapem zarządzania interesariuszami jest:

- a) identyfikacja interesariuszy
- b) ocena interesariuszy
- c) przewidywanie zachowań interesariuszy
- d) **współdziałanie z interesariuszami projektu**

Ramowy proces zarządzania interesariuszami powinien rozpocząć się od rozpoznania interesariuszy (a), następnie analizy i zrozumienia wymagań interesariuszy (b), określenia strategii zarządzania interesariuszami (c), a zakończyć wdrożeniem poprzez współpracę z interesariuszami (d).

Pytania otwarte i problemowe

21. (5 pkt) Wymień 5 przykładowych działań w ramach marketingu mix dla restauracji oferującej jedzenie na wynos (każdy element marketingu mix można wykorzystać tylko jeden raz).

Punktowane były wszystkie rozwiązania, które odnosiły się do poszerzonej koncepcji marketingu mix dla usług (7P):

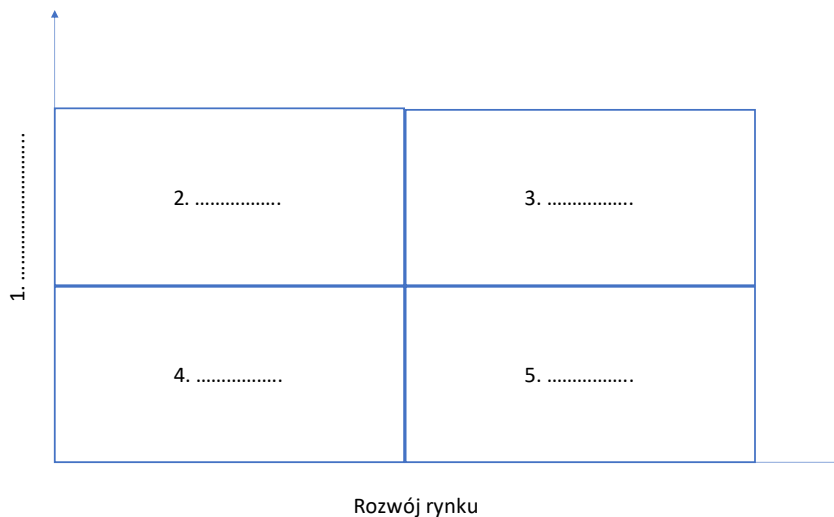
- produkt (product)
- cena (price)
- miejsce (place)
- promocja (promotion)
- ludzie (people)
- proces (proces)
- świadectwo materialne (phisical evidence)

22. (5 pkt) Wymień 5 wybranych celów zrównoważonego rozwoju ONZ w ramach Agendy 2030.

Cele zrównoważonego rozwoju Agendy 2030 przedstawione są na poniższym piktogramie:



23. (5 pkt) Uzupełnij rodzaje strategii w modelu H. I. Ansoffa (4 strategię plus jedna z osi).



Poprawne rozwiązanie to:

1. Rozwój produktu
2. Strategia rozwoju produktu

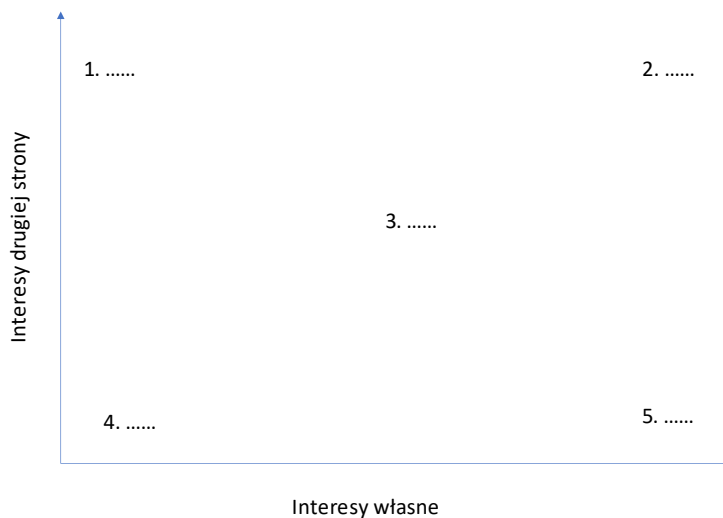
3. Dywersyfikacja
4. Penetracja
5. Strategia rozwoju rynku

24. (5 pkt) Wymień 5 możliwych źródeł przewag konkurencyjnych dla producenta rowerów elektrycznych.

Przykładowe rozwiązanie:

1. Wysoka jakość produktów
2. Niska cena
3. Wysoki poziom usług serwisowych
4. Wiedza i doświadczenie branżowe
5. Innowacje technologiczne

25. (5 pkt) Wypełnij klasyfikację stylów rozwiązania sytuacji konfliktowej zgodnie ze zmiennymi.



Rozwiązanie:

1. Przystosowanie
2. Kooperacja
3. Kompromis
4. Rezygnacja
5. Konkurencja

26. (5 pkt) Wymień 5 KCS dla szkoły języka angielskiego.

Przykładowe rozwiązanie:

1. Wysoka jakość nauczania i zadowolenie uczniów.
2. Dobra lokalizacja i łatwy dostęp do szkoły.
3. Zatrudnienie wykwalifikowanych i doświadczonych nauczycieli.
4. Dostosowanie programu nauczania do potrzeb uczniów.
5. Dobra promocja szkoły i jej usług.

27. (5 pkt) Wymień 5 zagrożeń z makrootoczenia dla producenta napojów gazowanych w Polsce.

Przykładowe rozwiązanie:

1. Wprowadzenie regulacji dotyczących opakowań zwrotnych.
2. Wprowadzenie ograniczenia reklamy słodzonych napojów gazowanych.
3. Większa dbałość o dietę i świadomość społeczna niewłaściwych nawyków żywieniowych.
4. Wprowadzenie podatku od napojów zawierających cukier.
5. Wzrost kosztów energii.

28. (5 pkt) Przedsiębiorstwo produkuje 5 jednostek produktu. Ponosi ono koszty stałe (FC) w wysokości 100 zł. Przeciętny koszt całkowity (ATC) przy wielkości produkcji równej 5 wynosi 60 zł.

Przy wielkości produkcji równej 5 oblicz:

- a) przeciętny koszt stały (AFC)
- b) przeciętny koszt zmienny (AVC)
- c) koszty zmienne (VC)
- d) koszty całkowite (TC)
- e) zysk całkowity przy cenie = 100 zł

a) $AFC = FC / Q = 100/5 = \mathbf{20}$

b) $AVC = VC / Q$ $ATC = TC / Q \rightarrow TC = ATC \times Q$ $TC = 5 \times 60 = 300$ $TC = VC + FC$ $VC = TC - FC = 300 - 100 = 200$ $AVC = VC / Q = 200 / 5 = \mathbf{40}$

c) VC obliczone w dyspozycji b. $VC = \mathbf{200}$

d) TC obliczone w dyspozycji b. $TC = \mathbf{300}$

e) zysk przy $Q = 5$ to $TR - TC = 5 \times 100 - 5 \times 40 - 100 = \mathbf{200}$

29. (5 pkt) Przedsiębiorstwo produkujące 1 rodzaj produktu w ostatnim miesiącu sprzedało 1000 sztuk produktu i osiągnęło następujące wyniki finansowe:

Przychody ze sprzedaży	38 000
Koszty stałe	16 000
Koszty zmienne	10 000

Stopa podatku dochodowego wynosi 20%.

Oblicz wielkość produkcji, przy której przedsiębiorstwo osiągnie 20 000 zł wyniku netto.

Rozwiązanie:

X – szukana wielkość

Cena = przychody / wielkość sprzedaży = 38 000 / 1000 = 38 zł / szt.

Jednostkowe koszty zmienne = koszty zmienne / wielkość sprzedaży = 10 000 / 1000 = 10 zł

$$(38x - 10x - 16\,000)(1 - 20\%) = 20\,000 \text{ zł}$$

$$28x - 16\,000 = 25\,000$$

$$28x = 41\,000$$

$$X = 1464,24$$

Odp. Przy sprzedaży 1465 sztuk przedsiębiorstwo osiągnie zakładany zysk netto.
