

14



# PIEKARZ

**Podjęmowanie  
działalności gospodarczej**



MINISTERSTWO EDUKACJI  
NARODOWEJ



**Iwona Kowalczyk**

**Podejmowanie działalności gospodarczej 741[02].Z4.01**

**Poradnik dla ucznia**

**Wydawca**  
**Instytut Technologii Eksploatacji – Państwowy Instytut Badawczy**  
**Radom 2007**

Recenzenci:

dr inż. Janina Potiopa

mgr inż. Iwona Domachowska

Opracowanie redakcyjne:

mgr inż. Danuta Bajor

Konsultacja:

mgr Małgorzata Sienna

Poradnik stanowi obudowę dydaktyczną programu jednostki modułowej 741[02].Z4.01 „Podejmowanie działalności gospodarczej”, zawartego w modułowym programie nauczania dla zawodu piekarz.

Wydawca

Instytut Technologii Eksploatacji – Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2007

---

„Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego”

# SPIS TREŚCI

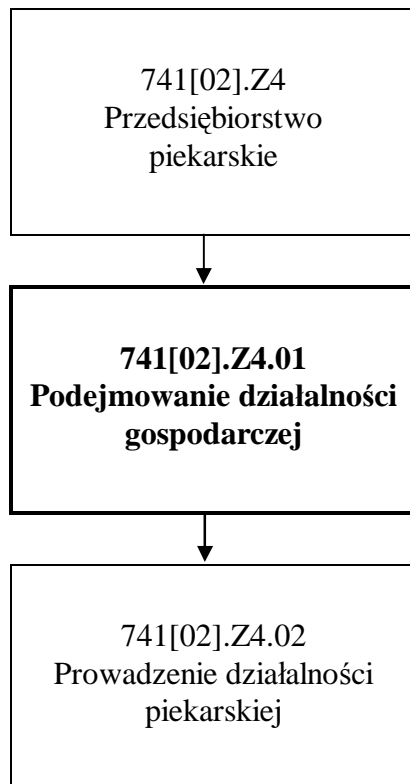
|   |    |
|---|----|
| <b>1. Wprowadzenie</b>                                | 3  |
| <b>2. Wymagania wstępne</b>                           | 5  |
| <b>3. Cele kształcenia</b>                            | 6  |
| <b>4. Materiał nauczania</b>                          | 7  |
| <b>4.1. Istota funkcjonowania gospodarki rynkowej</b> | 7  |
| 4.1.1. Materiał nauczania                             | 7  |
| 4.1.2. Pytania sprawdzające                           | 13 |
| 4.1.3. Ćwiczenia                                      | 13 |
| 4.1.4. Sprawdzian postępów                            | 17 |
| <b>4.2. Działalność marketingowa przedsiębiorstwa</b> | 18 |
| 4.2.1. Materiał nauczania                             | 18 |
| 4.2.2. Pytania sprawdzające                           | 22 |
| 4.2.3. Ćwiczenia                                      | 22 |
| 4.2.4. Sprawdzian postępów                            | 25 |
| <b>4.3. Pomysł na działalność gospodarczą</b>         | 26 |
| 4.3.1. Materiał nauczania                             | 26 |
| 4.3.2. Pytania sprawdzające                           | 31 |
| 4.3.3. Ćwiczenia                                      | 32 |
| 4.3.4. Sprawdzian postępów                            | 37 |
| <b>5. Sprawdzian osiągnięć</b>                        | 38 |
| <b>6. Literatura</b>                                  | 43 |

# 1. WPROWADZENIE

Poradnik ten będzie Ci pomocny w przyswajaniu wiedzy i umiejętności z zakresu podejmowania działalności gospodarczej.

W poradniku znajdziesz:

- wymagania wstępne – wykaz umiejętności jakie powinieneś mieć już ukształtowane, abyś bez problemów mógł korzystać z poradnika,
- cele kształcenia – wykaz umiejętności, jakie ukształtujesz podczas pracy z poradnikiem,
- materiał nauczania – wiadomości teoretyczne niezbędne do osiągnięcia założonych celów kształcenia i opracowania umiejętności zawartych w jednostce modułowej,
- zestaw pytań – abyś sprawdził, czy opanowałeś określone treści,
- ćwiczenia – pomogą Ci zweryfikować wiadomości teoretyczne oraz ukształtować umiejętności praktyczne,
- sprawdzian postępów,
- sprawdzian osiągnięć – przykładowy zestaw pytań,
- literaturę uzupełniającą.



Schemat układu jednostek modułowych

## 2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Przystępując do realizacji programu nauczania jednostki modułowej, powinieneś umieć:

- korzystać z różnych źródeł informacji,
- posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu przedsiębiorczości, takimi jak: potrzeby, człowiek przedsiębiorczy, rynek, popyt, podaż, dobra i usługi,
- podejmować decyzje w sytuacjach trudnych i ryzykownych,
- dokonywać prezentacji własnego stanowiska, stosując różne środki komunikacji werbalnej i niewerbalnej,
- współpracować w grupie.

### 3. CELE KSZTAŁCENIA

W wyniku realizacji programu jednostki modułowej, powinieneś umieć:

- zinterpretować podstawowe pojęcia mikro i makroekonomiczne,
- zdefiniować pojęcia: prawa popytu i podaży, cena równowagi rynkowej, gospodarka rynkowa, spółka, przedsiębiorstwo, biznesplan, marketing, badanie marketingowe, instrumenty marketingowe,
- określić relację pomiędzy ceną, popytem i podażą,
- wyjaśnić działanie mechanizmu rynkowego,
- porównać rynki pod względem zasięgu, przedmiotu wymiany, sposobu sprzedaży, branży, liczby dostawców, stopnia zaspokajania potrzeb,
- sklasyfikować podmioty gospodarcze w zależności od formy własności oraz formy organizacyjno-prawnej,
- scharakteryzować rodzaje podmiotów gospodarczych,
- określić rodzaje działalności gospodarczej,
- opracować prosty biznesplan,
- dobrać odpowiednią formę organizacyjną przedsiębiorstwa do planowanej działalności gospodarczej,
- wskazać najkorzystniejsze sposoby finansowania działalności gospodarczej,
- opracować schemat postępowania dotyczącego rejestracji działalności gospodarczej,
- zarejestrować działalność gospodarczą,
- scharakteryzować rodzaje badań marketingowych,
- określić znaczenie poszczególnych elementów marketingu w przedsiębiorstwie.



## 4. MATERIAŁ NAUCZANIA

### 4.1. Istota funkcjonowania gospodarki rynkowej

#### 4.1.1. Materiał nauczania

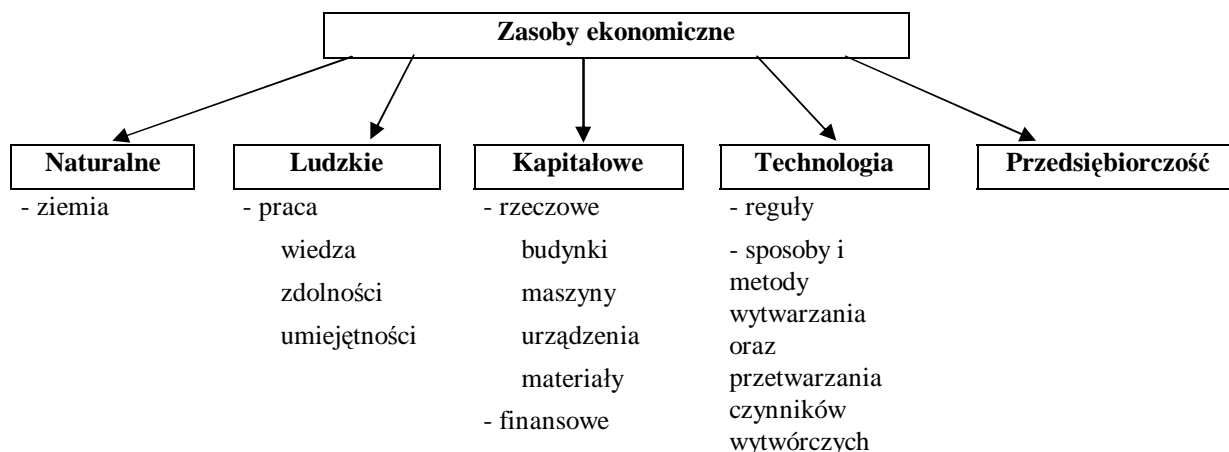
Produkcja to zorganizowana działalność podejmowana w celu wytworzenia produktów zaspokajających potrzeby ludzi. Do prawidłowego przebiegu produkcji niezbędne jest występowanie czynników produkcji, zwanych też czynnikami wytwórczymi. Rozróżnia się podstawowe czynniki produkcji: ziemię, kapitał, pracę, przedsiębiorczość.

Ziemia, jako czynnik wytwórczy, oznacza nie tylko grunt, lecz także: bogactwa naturalne znajdujące się pod powierzchnią ziemi oraz lasy, rzeki, morza.

Kapitał, to suma zainwestowanych środków finansowych. Dysponowanie kapitałem umożliwia nabycie przedmiotów pracy i środków pracy. Przedmioty pracy – to zasoby naturalne oraz surowce i materiały, które są przetwarzane przez człowieka w procesie produkcji. Środki pracy – to maszyny, urządzenia i narzędzia, które w procesie produkcji pomagają człowiekowi w przetwarzaniu przedmiotów pracy.

Praca, czyli działalność ludzi, w wyniku której wytwarzają oni produkty zaspokajające potrzeby innych i za którą otrzymują wynagrodzenie.

Przedsiębiorczość – jest czynnikiem produkcji łączącym wszystkie pozostałe czynniki wytwórcze. Samo posiadanie ziemi czy kapitału nie przesądza jeszcze o podjęciu produkcji. Ważny jest czynnik organizujący i zarządzający pozostałymi czynnikami wytwórczymi. Przedsiębiorczość to wykonywanie różnorodnych czynności, które musi podjąć przedsiębiorca, zanim rozpocznie proces produkcyjny. Najważniejsze z nich to: posiadanie pomysłu na produkcję, podjęcie ryzyka działalności, zarządzanie, organizowanie procesu produkcyjnego.



Rys. 1. Zasoby ekonomiczne [opracowanie własne]

Zasoby ekonomiczne obejmują wszystko to, co jest wymagane i wykorzystywane do produkcji dóbr i usług.

Dobra to przedmioty materialne (np. chleb, samochód) i wartości niematerialne (np. wiedza) mogące zaspokoić potrzeby ludzkie.

Usługi to zespół zorganizowanych czynności, w wyniku których powstają wartości użytkowe bezpośrednio lub pośrednio zaspokajające ludzkie potrzeby.

### Gospodarka centralnie planowana i gospodarka rynkowa

Gospodarka centralnie planowana – system gospodarczy charakteryzujący się tym, iż dominującą formą własności jest własność państwowa, a wszelkie decyzje dotyczące wykorzystania posiadanych zasobów są podejmowane przez administrację państwową.

Gospodarka rynkowa – prywatna własność środków produkcji, działalność gospodarcza regulowana przez samoczynnie działający mechanizm rynkowy. Alokacja zasobów w gospodarce rynkowej zależy od tego, jakie będzie zapotrzebowanie na produkty, ile osób zechce je kupić po określonych cenach i jakie będą koszty wytwarzania.

Rynek – porozumienie umożliwiające kupującemu i sprzedającemu dokonanie transakcji w taki sposób, że ceny mogą być ustalone, a wymiana dokonana.

| Ze względu na zasięg   | Ze względu na przedmiot wymiany  | Ze względu na sposób sprzedaży  | Ze względu na liczbę dostawców   |
|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokalny</li> <li>- Ogólnokrajowy</li> <li>- Międzynarodowy</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktów (dóbr i usług konsumpcyjnych)</li> <li>- Czynników produkcji (pracy, dóbr produkcyjnych, ziemi)</li> <li>- Finansowy (pieniężny, kapitałowy, walutowy)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Detaliczny</li> <li>- Hurtowy</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Monopol</li> <li>- Oligopol</li> <li>- Wolna konkurencja</li> <li>- Konkurencja niedoskonała</li> </ul> |

Rys. 2. Różne klasyfikacje rynków [8, s. 85]

Rynek lokalny – relacje pomiędzy dostawcą a odbiorcą obejmują zasięgiem daną miejscowość.

Rynek ogólnokrajowy – jeżeli relacje pomiędzy dostawcą, a odbiorcą obejmują szerszy zasięg np. kilka województw lub całego kraju.

Rynek międzynarodowy – w przypadku prowadzenia transakcji handlowych z krajami sąsiadującymi i nie tylko np. rynek europejski.

Rynek produktów – ze względu na przeznaczenie produktów na rynku dóbr i usług dzielimy je na:

- konsumpcyjne – przeznaczone do zaspokojenia potrzeb indywidualnych odbiorców od razu po wyprodukowaniu. Kupującymi są głównie gospodarstwa domowe, sprzedającymi natomiast różnego rodzaju przedsiębiorstwa.

Rynek pracy – dotyczy zasobów ludzkich; na tym rynku dochodzi do kontaktów między pracodawcami i pracownikami. Na rynku pracy towarem jest praca.

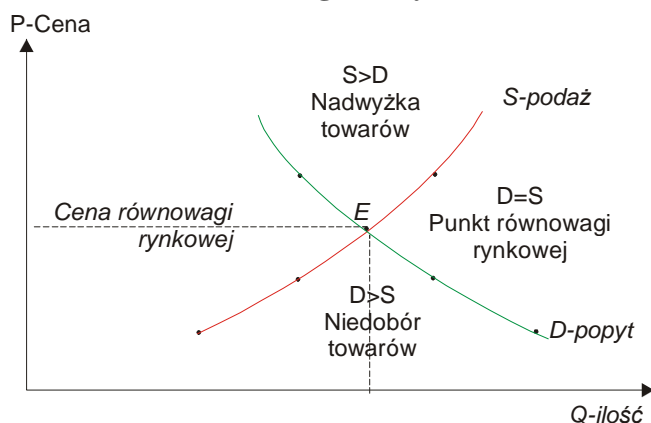
Rynek dóbr produkcyjnych – to rynek, na którym kupuje się i sprzedaje maszyny, surowce i materiały wykorzystywane później w produkcji innych dóbr i usług.

Rynek ziemi – na tym rynku oferuje się ziemię.

Rynek finansowy – to rynek walut, papierów wartościowych, kredytów. Transakcje zawierane są między podmiotami dysponującymi nadwyżkami kapitału pieniężnego a podmiotami odczuwającymi jego niedobór.



## Równowaga na rynku



Rys. 5. Równowaga na rynku [opracowanie własne]

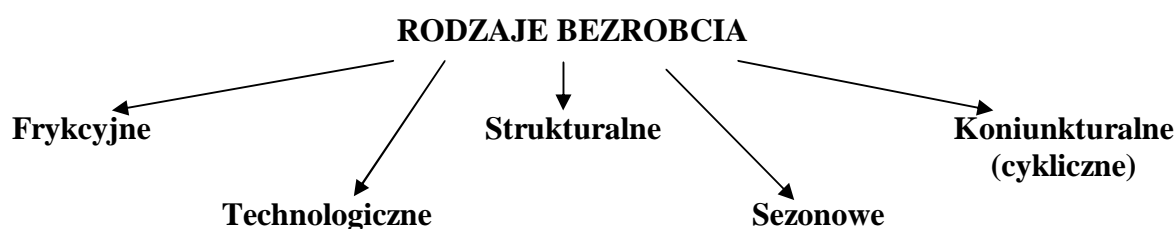
Cena równowagi – jest to cena, przy której wielkość popytu odpowiada dokładnie wielkości podaży.

Nadwyżka – jest to taki stan na rynku, w którym wielkość podaży jest większa od wielkości popytu, a następuje ona na ogół przy zbyt wysokiej cenie.

Niedobór – jest to taki stan na rynku, w którym wielkość popytu jest większa od wielkości podaży, a występuje na ogół przy zbyt niskiej cenie.

Bezrobocie – stan w gospodarce, gdy liczba osób poszukujących pracy jest większa niż liczba miejsc pracy. Miarą bezrobocia jest stopa bezrobocia, którą oblicza się jako stosunek liczby osób, które poszukują pracy do całej wielkości siły roboczej. Stopę bezrobocia najczęściej wyraża się w procentach.

Bezrobotni – osoby w wieku produkcyjnym (kobiety 18–60 lat, mężczyźni 18–65 lat), które mogą i chcą pracować za daną stawkę płacy, ale nie mogą znaleźć pracy.



Rys. 6. Rodzaje bezrobocia [opracowanie własne]

Bezrobocie frykcyjne, na poziomie 3-5%, które nie narusza równowagi na rynku pracy. Jest konsekwencją zjawisk migracyjnych ludności. Formalności związane z zatrudnieniem, koniecznością przekwalifikowania się oraz znalezienia pracy w nowym miejscu zamieszkania powodują czasowe pozostawanie bez pracy.

Bezrobocie technologiczne, wynikające z postępu technicznego i technologicznego, który powoduje ogólny spadek popytu na pracę.

Bezrobocie strukturalne, będące konsekwencją niedopasowania struktury podaży i popytu na pracowników, pod względem ich kwalifikacji, zawodu lub regionu.

Bezrobocie sezonowe, będące efektem sezonowości niektórych prac.

Bezrobocie koniunkturalne, wynikające ze złej koniunktury w gospodarce.

Rynek pracy – to relacje zachodzące między poszukującymi pracy (podaż pracy), a pracodawcami, oferującymi miejsca pracy (popyt na pracę). Rynek pracy funkcjonuje na podobnej zasadzie, jak rynek dóbr i usług konsumpcyjnych. Spotyka się na nim podaż towaru z popytem, w wyniku czego kształtuje się cena. W wyniku zetknięcia się podaży pracy z popytem na nią, kształtuje się cena pracy, czyli płaca.

Podaż pracy to liczba osób, które chcą w danym okresie pracować za określoną stawkę płacy. Popyt na pracę to wielkość zgłaszanego przez pracodawców zapotrzebowania na pracę, przy danej stawce płacy.

Podmioty na rynku pracy to:

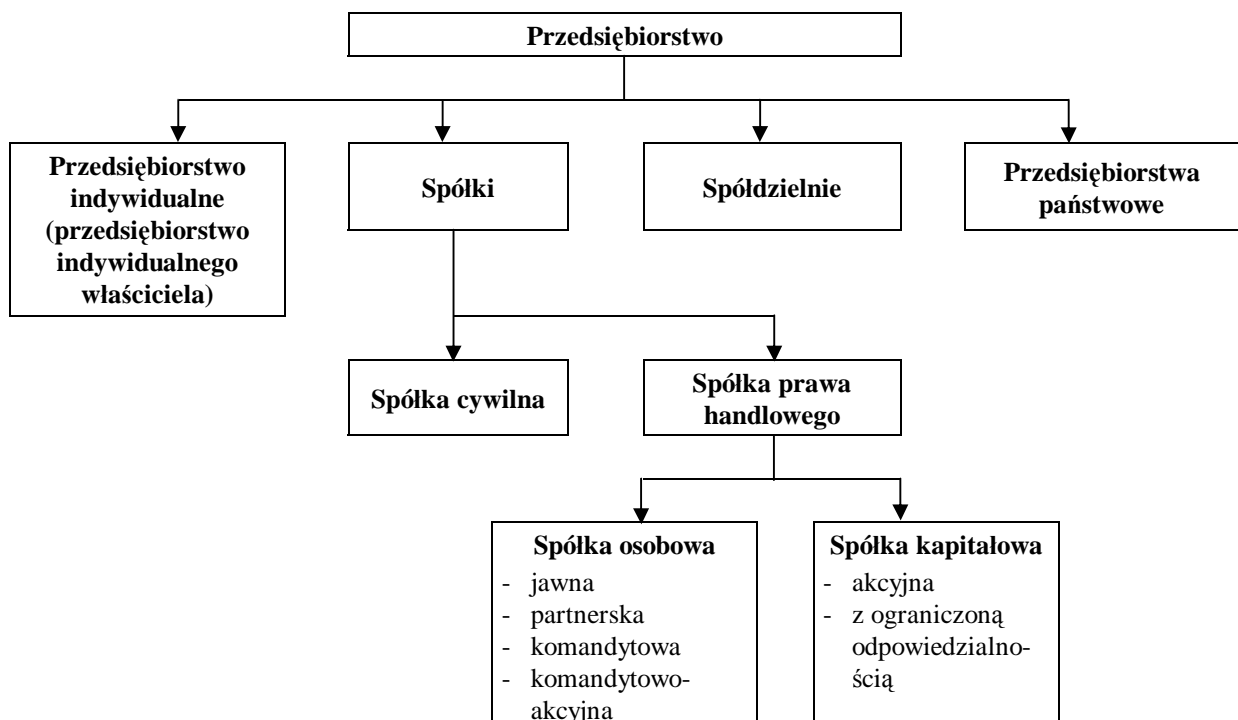
- Pracodawcy, czyli fizyczne, firmy i instytucje, które zatrudniają pracowników.
- Pracobiorcy, czyli osoby, które wykonują pracę na rzecz pracodawców na podstawie zawartej z nimi umowy.
- Samozatrudnieni, czyli prowadzący własną firmę i nie zatrudniający pracowników.
- Bezrobotni, czyli osoby, które chcą i mogą pracować, ale nie znajdują zatrudnienia.

Przedsiębiorstwo jest wyodrębnioną organizacyjnie, ekonomicznie i prawnie jednostką prowadzącą działalność gospodarczą (produkcyjną, usługową, handlową) w celu wypracowania zysku.

Formy własności

Ze względu na formę własności rozróżniamy:

- przedsiębiorstwa państwowe – własność publiczna,
- przedsiębiorstwa komunalne – własność publiczna (własność gminy),
- przedsiębiorstwa prywatne – własność prywatna,
- spółdzielnie – własność prywatna.



Rys. 7. Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw [2, s. 110]

Przedsiębiorstwa produkcyjne – to takie przedsiębiorstwa, których działalność jest skierowana na wydobywanie i przetwarzanie dóbr przyrody w celu ich dostosowania do potrzeb ludzkich.

Przedsiębiorstwa usługowe świadczą usługi dla ludności, tzn. dostarczają korzyści, które nie są związane z wytwarzaniem nowych dóbr materialnych.

Przedsiębiorstwa handlowe prowadzą działalność związaną z przemieszczaniem towarów na drodze producent – konsument.

Przedsiębiorstwo państwowe – podmiot gospodarki, w którym dominującą pozycję zajmuje skarb państwa.

Spółdzielnia – dobrowolne zrzeszenie, które w interesie swoich członków prowadzi działalność gospodarczą np. mieszkaniowe, spożywców, rolnicze, produkcyjne.

Spółka – podmiot gospodarki działający na podstawie umowy, na mocy której wspólnicy zobowiązują się do prowadzenia działalności gospodarczej. Głównym celem ich działalności jest zysk.

Spółki osobowe, których działalność polega przede wszystkim na bezpośredniej pracy wspólników, ponoszących jednocześnie pełną odpowiedzialność majątkową za zobowiązania spółki (jawna, partnerska, komandytowa, komandytowo-akcyjna).

Spółki kapitałowe, w których wspólnicy odpowiadają za zobowiązania spółki jedynie do wartości wniesionego kapitału (akcyjne, z ograniczoną odpowiedzialnością).

Przedsiębiorstwo jednoosobowe to przedsiębiorstwo należące do jednego właściciela będącego osobą fizyczną – niezależnie od liczby pracowników, których w nim zatrudnia. Właściciel całkowicie odpowiada za sprawy wewnętrzne i zewnętrzne swojej firmy. Zaletą działalności na własny rachunek jest duża swoboda działania, prosta procedura założenia firmy.

Spółka cywilna (s.c.) powstaje w drodze umowy zawieranej pomiędzy wspólnikami. Zobowiązuje wspólników do osiągnięcia wspólnego celu gospodarczego. Majątek spółki cywilnej składa się z wkładów wnoszonych przez poszczególnych wspólników w postaci kapitału, środków trwałych. Spółka cywilna nie posiada osobowości prawnej. Podmiotami prawa są wspólnicy, odpowiadający za zobowiązania spółki w sposób solidarny zarówno majątkiem spółki, jak i majątkiem indywidualnym. W przypadku, gdy przez dwa kolejne lata przychody przekraczają równowartość 400 tys. Euro, spółka musi być wpisana do rejestru przedsiębiorstw i tym samym przestaje być spółką cywilną, a zaczyna być spółką jawną.

**Tabela 1.** Porównanie spółek osobowych i kapitałowych [5, s. 86]

| Spółki osobowe   | Spółki kapitałowe   |
|--|---|
| - brak osobowości prawnej  | - posiadają osobowość prawną                              |
| - majątek jest współwłasnością wspólników                          | - majątek stanowi wartość spółki                          |
| - wysokość wniesionych udziałów jest dowolna, zależy od wspólników | - minimalna wysokość kapitału jest określona w przepisach |
| - sprawy spółki prowadzą bezpośrednio wspólnicy                    | - sprawy spółki prowadzą określone organy                 |
| - odpowiedzialność za zobowiązania ponoszą wspólnicy               | - odpowiedzialność wobec wierzycieli ponosi spółka        |
| - stały skład wspólników   | - skład osobowy jest płynny                               |

## 4.1.2. Pytania sprawdzające

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. Jakie znasz zasoby ekonomiczne?
2. Jakie są elementy rynku?
3. Jaka jest różnica między systemem gospodarki centralnie planowanej, a gospodarką rynkową?
4. Jakie znasz rodzaje rynku ze względu na zasięg i przedmiot wymiany?
5. Jak brzmi prawo popytu?
6. Jakie znasz podmioty występujące na rynku pracy?
7. Jakie znasz rodzaje przedsiębiorstw ze względu na formę własności?
8. Co charakteryzuje działalność przedsiębiorstwa jednoosobowego?

## 4.1.3. Ćwiczenia

### Ćwiczenie 1

Przyporządkuj podane przykłady jednemu z trzech rodzajów rynków. Wypełnij tabelę do ćwiczenia.

**Tabela do ćwiczenia 1.** Porównanie trzech rodzajów rynków [opracowanie własne]

| Rynek dóbr i usług | Rynek detaliczny | Rynek pracy |
|--------------------|------------------|-------------|
|                    |                  |             |

Przykłady:

- 1) urząd pracy,
- 2) towarzystwo ubezpieczeniowe,
- 3) sklep spożywczy,
- 4) Internet,
- 5) dom towarowy,
- 6) zakład fryzjerski,
- 7) supermarket,
- 8) restauracja,
- 9) bank,
- 10) fundusz emerytalny.

### Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) określić pojęcie rynku,
- 2) wymienić rodzaje rynku ze względu na podmiot wymiany i sposób sprzedaży,
- 3) dokonać analizy podanych przykładów,
- 4) przyporządkować podane przykłady do odpowiedniego rodzaju rynku,

Uwaga: Niektóre z wymienionych przykładów mogą wystąpić w tabeli więcej niż jeden raz.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.

### Ćwiczenie 2

W produkcji chleba zaangażowane zostały m.in. następujące czynniki: woda, mąka, urządzenia do wypieku, receptura, piekarz. Wypełnij tabelę do ćwiczenia, wpisując wymienione czynniki wytwórcze do odpowiedniej grupy zasobów ekonomicznych.

**Tabela do ćwiczenia 2.** Czynniki wytwórcze [opracowanie własne]

| Zasoby ekonomiczne (czynniki wytwórcze) | Przykłady |
|---|-----------|
| Ziemia                                  |           |
| Kapitał                                 |           |
| Zasoby ludzkie                          |           |
| Technologia                             |           |

### Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) dokonać analizy treści ćwiczenia,
- 2) rozróżnić podstawowe rodzaje zasobów ekonomicznych,
- 3) wypełnić tabelę przyporządkowując podane wyniki wytwórcze do odpowiedniej grupy zasobów ekonomicznych.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.



### Ćwiczenie 3

Oznacz odpowiednio cechy gospodarki centralnie planowanej i gospodarki rynkowej. Wstaw znak X do odpowiedniej kolumny w tabeli do ćwiczenia.

Tabela do ćwiczenia 3. Cechy gospodarki [opracowanie własne]

| <b>Cechy gospodarki</b>                                     | <b>Gospodarka centralnie planowana</b> | <b>Gospodarka rynkowa</b> |
|---|--|---------------------------|
| Regulowanie cen towarów i usług przez państwo               |  |                           |
| Zależność cen towarów i usług od mechanizmu popytu i podaży |  |                           |
| Przewaga własności prywatnej przedsiębiorstw                |  |                           |
| Państwo zarządza przedsiębiorstwami                         |  |                           |
| Brak oficjalnego bezrobocia                                 |  |                           |

#### Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) rozróżnić cechy systemów gospodarki centralnie planowanej i gospodarki rynkowej,
- 2) wypełnić tabelę do ćwiczenia.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.

#### Ćwiczenie 4

Podane przykłady przedsiębiorstw zaklasyfikuj do odpowiedniej formy własności. Wstaw znak X do odpowiedniej kolumny tabeli.

Tabela do ćwiczenia 4. Formy własności [opracowanie własne]

| Przykłady                        | Forma własności prywatna | Forma własności publiczna |
|----------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Prywatne liceum ogólnokształcące |                          |                           |
| Muzeum malarstwa                 |                          |                           |
| Zakład remontowo-budowlany       |                          |                           |
| Hipermarket                      |                          |                           |
| Komunikacja miejska              |                          |                           |
| Polskie Linie Lotnicze           |                          |                           |
| Spalarnia śmieci                 |                          |                           |
| Kopalnia węgla kamiennego        |                          |                           |
| Kawiarenka internetowa           |                          |                           |

#### Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) rozróżnić kryteria podziału przedsiębiorstw,
- 2) rozróżnić formy własności,
- 3) dokonać analizy przykładów podanych w tabeli,
- 4) wypełnić tabelę do ćwiczenia przyporządkowując podane przykłady odpowiedniej formie własności.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.

#### 4.1.4. Sprawdzian postępów

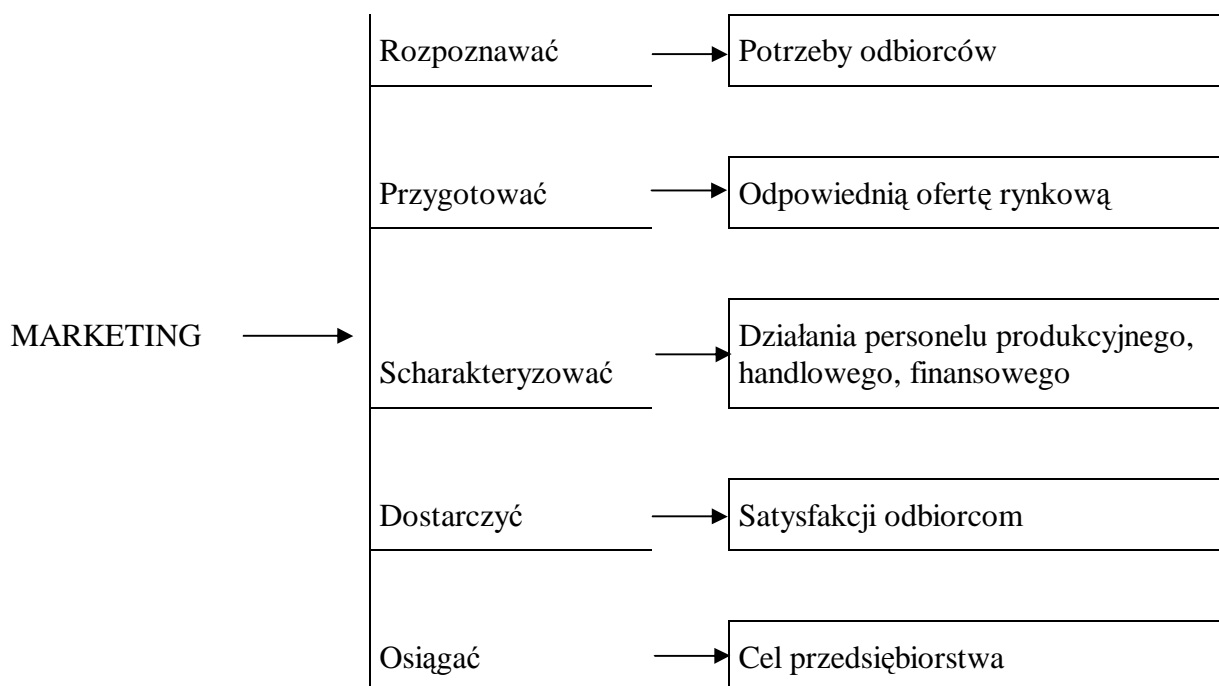
Czy potrafisz:

|   | Tak                      | Nie                      |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1) wymienić podstawowe elementy rynku?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) wymienić zasoby ekonomiczne?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) zdefiniować prawo popytu i podaży?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) rozróżnić system gospodarki rynkowej od gospodarki centralnie planowanej?    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5) wymienić rodzaje rynku ze względu na podmiot wymiany?                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6) identyfikować podmioty gospodarcze ze względu na formę organizacyjno-prawną? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7) wymienić rodzaje bezrobocia?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8) rozróżnić podmioty występujące na rynku pracy?                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9) scharakteryzować istotę działania spółek osobowych?                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10) scharakteryzować istotę działania firmy jednoosobowej?                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 4.2. Działalność marketingowa przedsiębiorstwa

### 4.2.1. Materiał nauczania

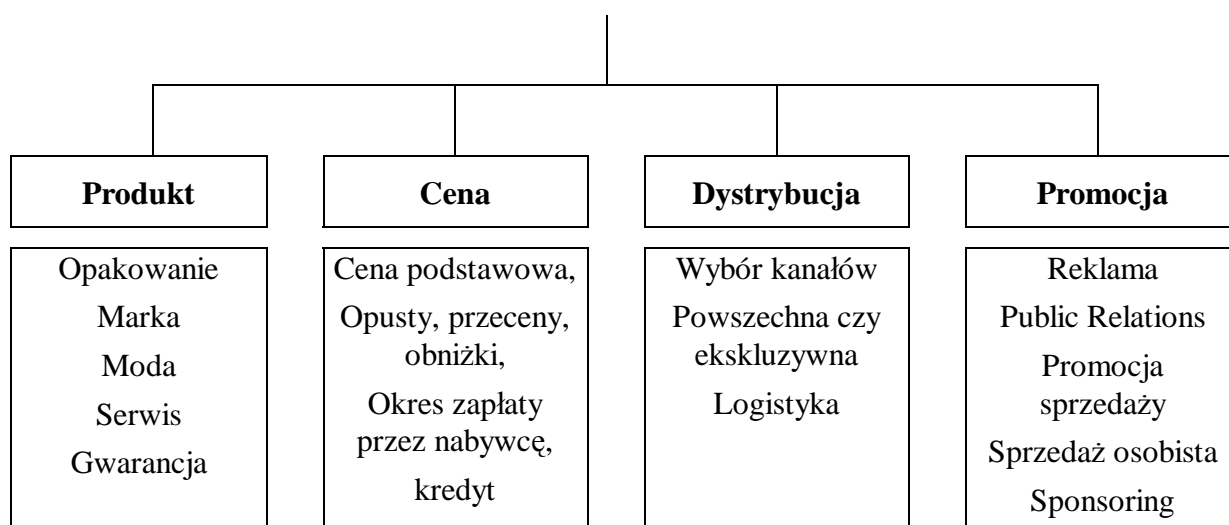
Marketing – to działalność, która polega na rozpoznawaniu kształtowaniu i zaspokajaniu potrzeb odbiorców, co z jednej strony daje korzyści samym odbiorcom, z drugiej jednak zapewnia korzyści ekonomiczne firmie: zyski, rozwój.



Rys. 8. Marketing [opracowanie własne]

Marketing MIX – to kompozycja instrumentów marketingowych starannie dobranych dla osiągnięcia celów firmy na wybranym rynku docelowym.

## MARKETING MIX



**Rys. 9.** Instrumenty marketingowe [opracowanie własne]

Produkt – najważniejszy element marketingu-mix, rozumiany jako wyrób lub usługa oferowana klientom przez firmę. Powinien on odpowiadać potrzebom i pragnieniom odbiorców.

Cena – jest to ilość pieniędzy, jaką musi wydać nabywca w związku z zakupem określonego produktu. Przedsiębiorstwo nie może ustalić jednej ceny, która będzie obowiązywała przez cały czas istnienia produktu na rynku, lecz powinno dokonywać zmian cen w związku ze zmianami, jakie zachodzą w otoczeniu przedsiębiorstwa. Rozróżnia się trzy sposoby ustalania cen:

- na podstawie kosztów,
- na podstawie popytu,
- na podstawie cen takich samych lub podobnych produktów u konkurentów.

Dystrybucja – jest to przemieszczanie produktu z miejsca jego wytworzenia do ostatecznego nabywcy. Przedsiębiorstwa tworząc system dystrybucji muszą zdecydować, czy będą korzystać z pośredników, czy sprzedawać produkt bezpośrednio ostatecznemu nabywcy.

Promocja – podstawowym jej zadaniem jest poinformowanie klientów o oferowanych produktach i przekonanie, że właśnie te produkty zaspokoją najlepiej ich oczekiwania. W procesie komunikowania się z rynkiem przedsiębiorstwa wykorzystują przede wszystkim: reklamę, promocję sprzedaży, sprzedaż osobistą, public relations.

Reklama to rozpowszechnianie płatnych komunikatów o wyrobach i usługach firmy. Komunikaty w formie obrazu, dźwięku lub połączenia obu metod przekazu są kierowane do odbiorcy za pośrednictwem radia, prasy, telewizji, plasz i plakatów, poczty.

Sprzedaż osobista odbywa się podczas bezpośrednich kontaktów sprzedawcy z nabywcą na różnych szczeblach.

Promocja sprzedaży obejmuje krótkookresowe bodźce mające na celu aktywizację sprzedaży, takie jak rozdawanie i rozsyłanie bezpłatnych próbek produktów, premie, rabaty, konkursy, pokazy i degustacje produktów.

Public relations to kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy i produktu poprzez kontakty z otoczeniem firmy. Niepłatne formy informacji o firmie lub produkcie zalicza się do public relations, płatne – do reklamy.

---

„Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego”

Segmentacja rynku – to podział rynku według określonego kryterium na jednorodne grupy konsumentów, które wyznaczają dla firmy obszar działania. Każdy z segmentów wymaga specyficznie ukształtowanego produktu i specyficznych działań marketingowych.

Rynek docelowy – jednorodna grupa nabywców, których przedsiębiorstwo chce pozyskać, segment rynku, dla którego firma przygotowuje swoją ofertę.

Badania marketingowe – to zespół czynności zbierania i przetwarzania informacji o rynku, konsumpcji, potrzebach i mechanizmach kierujących postępowaniem ludzi, działaniach konkurencji i efektach podjętych decyzji.

Metody badań marketingowych – wywiad, badania ankietowe, obserwacje, badania panelowe, badania eksperymentalne i testy. Najpopularniejszymi metodami badań marketingowych są badania prowadzone w formie wywiadu i badania ankietowe.

Badania ankietowe – polegają na tym, że wszyscy respondenci uczestniczący w badaniu otrzymują taki sam kwestionariusz ankietowy (tzn. ankietę z takimi samymi pytaniami) ich zadanie polega na udzieleniu odpowiedzi na zamieszczone pytania.

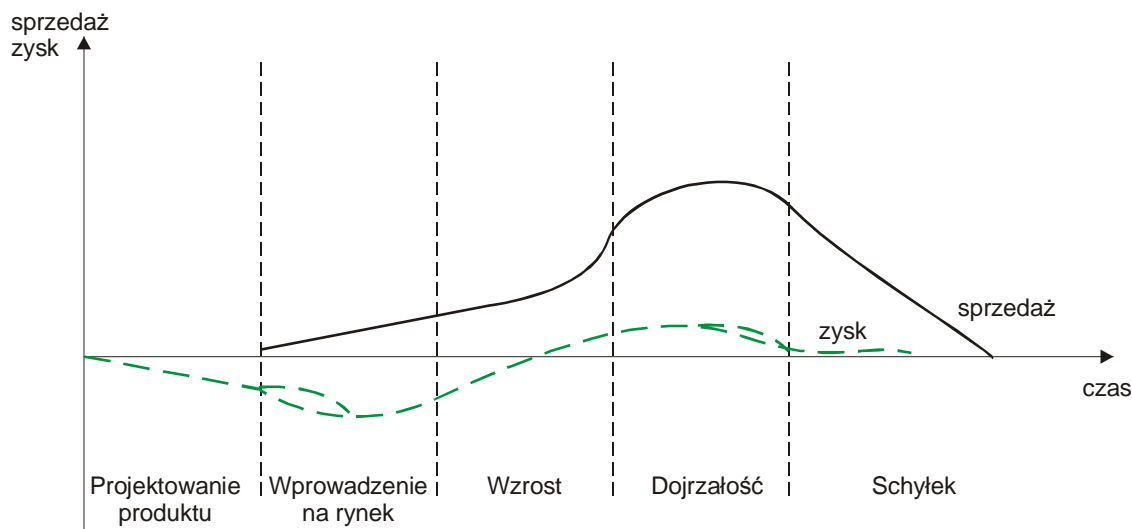
Wywiad – polega na przeprowadzeniu rozmowy przez badacza z osobą badaną (respondentem). Rozmowa ta może mieć różną formę: od bardzo swobodnej do ściśle uporządkowanej, wg wcześniej przygotowanych tematów.

### **Zasady budowy kwestionariusza badań**

Kwestionariusz jest podstawowym narzędziem badań marketingowych. Kwestionariusz jest to zbiór odpowiednio przygotowanych i uporządkowanych pytań, które powinny ułatwić rozwiązanie określonego problemu.

Przy sporządzaniu kwestionariusza ankiety należy przestrzegać następujących zasad:

- ankieta nie powinna zawierać zbyt wielu pytań, wystarczy 10-15 pytań,
- pytania powinny zawierać warianty odpowiedzi – ułatwia to udzielanie odpowiedzi i skraca czas, jaki respondent przeznacz na wypełnienie ankiety,
- należy wskazać, jak zaznaczać wybrane odpowiedzi (np. przez postawienie krzyżyka w kratce obok odpowiedzi),
- ostatnie pytanie można skonstruować jako otwarte – bez odpowiedzi do wyboru, ale z miejscem do wpisania opinii lub propozycji respondenta,
- ankietę należy zakończyć tzw. Metryką respondenta, w której powinien podać informacje o sobie, dotyczące np. płci, miejsca zamieszkania, wielkości rodziny.



**Rys. 10.** Typowy przebieg cyklu życia rynkowego produktu [opracowanie własne]

Cykl życia produktów – okres, w którym znajduje on nabywców na rynku. Cykl ten dzieli się na fazy, które w zależności od rodzaju produktów mogą trwać od kilku tygodni do wielu lat. Produkty w swoim cyklu życia na rynku przechodzą przez 5 faz (rys. 10):

- projektowania,
- wprowadzania na rynek,
- wzrostu,
- dojrzałości,
- schyłku.

Faza projektowania produktów – obejmuje okres od powstania idei produktu do jej realizacji i próbnej sprzedaży. Na podstawie idei produktu opracowuje się wiele wariantów pomysłów na nowy produkt. Pomysły podlegają weryfikacji i selekcji pod kątem cech produktu jego kosztów oraz możliwości produkcji i zbytu. Faza ta jest często długa i kosztowna.

Faza wprowadzania produktu na rynek – nowy produkt powinien być wprowadzony we właściwym czasie, w odpowiednim miejscu i w określony sposób. W tej fazie podejmowane są działania w zakresie informowania klientów o pojawiającym się na rynku produkcie. Oznacza to duże wydatki na reklamę, co przy niskiej sprzedaży powoduje zysk lub stratę. Popyt w tej fazie wzrasta bardzo powoli, a wzrost ten uzależniony jest od działań podejmowanych przez producenta w zakresie promocji.

Faza wzrostu – w tej fazie następuje najszybszy wzrost sprzedaży, który powoduje, że koszt jednostkowy spada, a zysk wzrasta. Przedsiębiorstwa koncentrują uwagę na usprawnieniach w zakresie dystrybucji produktu, często też obniżają cenę. Pojawia się coraz silniejsza konkurencja na rynku. Wymaga to wprowadzenia ulepszeń produktu.

Faza dojrzałości produktu – sprzedaż ciągle rośnie, ale tempo tego wzrostu jest coraz wolniejsze. Produkt zdobył rynek masowy. Większość nabywców go kupuje. Wielu producentów stosuje obniżki cen, co ożywia popyt. Również reklama i specjalne akcje promocyjne mogą zdecydowanie ożywić popyt. Producenci wprowadzają kolejne unowocześnienia produktu, a ponadto wynajdują nowe zastosowania produktu, pozyskują

nowych użytkowników, usprawniają opakowania, stosują różne dodatki do produktu, obniżają cenę.

Faza schyłku produktu – spada popyt, sprzedaż systematycznie maleje, zmniejsza się zyskowość. Nabywcami są użytkownicy konserwatywni. Inni nabywcy przestawili się na nowe produkty. W tej fazie ogranicza się produkcję i promocję. Stosuje się też sprzedaż posezonową ze znacznym obniżeniem cen. Prowadzi się do wycofania produktu z rynku.

#### 4.2.2. Pytania sprawdzające

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. Jakie znasz elementy marketingu-mix?
2. Czy potrafisz scharakteryzować podstawowe elementy marketingu-mix: produkt, cenę, dystrybucję i promocję?
3. Co to jest rynek docelowy przedsiębiorstwa?
4. Co to jest segmentacja rynku?
5. Jakie znasz narzędzia promocji?
6. Jak brzmi definicja badań marketingowych?
7. Co charakteryzuje badania ankietowe?

#### 4.2.3. Ćwiczenia

##### Ćwiczenie 1

Uzupełnij tabelę przykładami produktów lub usług, dla których dana forma reklamy będzie najlepsza.

**Tabela do ćwiczenia 1.** Formy reklamy [opracowanie własne]

| <b>Forma reklamy</b>              | <b>Produkt / usługa</b> |
|-----------------------------------|-------------------------|
| Radiowa (stacja lokalna)          |                         |
| Telewizyjna (stacja ogólnopolska) |                         |
| Prasowa                           |                         |
| Billboardy                        |                         |
| Sprzedaż osobista z prezentacją   |                         |
| Sponsorowanie imprez sportowych   |                         |



## Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować formy reklamy pod kątem sprzedaży produktów / usług,
- 2) uzupełnić tabelę odpowiednio dobranymi przykładami produktów / usług do najlepszej formy reklamy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.

## Ćwiczenie 2

Wymień po dwie marki następujących produktów: proszek do prania, kawa, herbata, pasta do zębów, samochód. Uzupełnij tabelę.

**Tabela do ćwiczenia 2.** Marki produktów [opracowanie własne]

| <b>Produkty</b>   | <b>Marki produktów</b> |
|-------------------|------------------------|
| Proszek do prania | -<br>-                 |
| Kawa              | -<br>-                 |
| Herbata           | -<br>-                 |
| Pasta do zębów    | -<br>-                 |
| Samochód          | -<br>-                 |

## Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przedstawić definicję „marki” i „logo”,
- 2) określić marki dla wybranych produktów,
- 3) uzupełnić tabelę, wpisując nazwę marki dla poszczególnych produktów.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.

## Ćwiczenie 3

Uzupełnij tabelę niżej wymienionymi instrumentami marketingowymi.

Instrumenty marketingowe:

Reklama telewizyjna, marka, jakość, serwis, termin płatności, zasięg sprzedaży, dekoracja sklepu, sprzedaż osobista, kredyt, opakowanie, cena katalogowa, nazwa, promocja sprzedaży.

**Tabela do ćwiczenia 3.** Instrumenty marketingu [opracowanie własne]

| Produkt | Cena | Dystrybucja | Promocja |
|---------|------|-------------|----------|
|         |      |             |          |

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować elementy marketingu-mix,
- 2) zakwalifikować podane instrumenty marketingowe do jednej z czterech grup w tabeli.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.

#### **Ćwiczenie 4**

Pracując w zespole 3–4 osobowym przeprowadźcie ankietę na temat branży piekarskiej np.: „Badanie popytu na bułki poznańskie”.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) zaplanować podział i organizację pracy przy poznawaniu i badaniu rynku oraz opracowywaniu wyników.
- 2) wyznaczyć role w grupie w celu efektywnej pracy:
  - osoba najwyższa w grupie będzie liderem. Lider kontroluje, czy grupa pracowała nad wyznaczonym zadaniem i czy każdy uczestnik miał okazję wziąć udział w zadaniu.
  - osoba z najdłuższymi włosami w grupie będzie sekretarzem, sekretarz notuje pomysły, które padły podczas dyskusji w grupie.
  - osoba najniższa w grupie będzie kontrolerem czasu. Kontroler czasu pilnuje, by grupa wykonała zadanie w wyznaczonym czasie.
- 3) przygotować materiały do badań – miniankię.
  - opracować kwestionariusz (ankietę) – 10 pytań.
- 4) przeprowadzić zaplanowane badanie rynku na próbie liczącej ok. 20-30 osób.
- 5) opracować – zinterpretować i podsumować badania w formie raportu.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia,
- arkusz papieru A4.

#### 4.2.4. Sprawdzian postępów

**Czy potrafisz:**

|   | <b>Tak</b>               | <b>Nie</b>               |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1) zdefiniować pojęcie marketingu?                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) wymienić narzędzia / instrumenty marketingowe?           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) scharakteryzować narzędzia marketingowe?                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) wymienić metody badań marketingowych?                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5) rozróżnić wywiad od badania ankietowego?                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6) wymienić formy cyklu życia produktu?                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7) scharakteryzować poszczególne fazy cyklu życia produktu? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8) wymienić sposoby ustalania cen w przedsiębiorstwie?      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 4.3. Pomysł na działalność gospodarczą

### 4.3.1. Materiał nauczania

#### Poszukiwanie pomysłu na własną firmę

W ostatnich latach coraz więcej osób w Polsce decyduje się na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej. Powodem tego jest nie tylko wrodzona przedsiębiorczość tych osób, ale bardzo często także, wobec braku możliwości znalezienia odpowiedniej pracy na rynku pracy, konieczność stworzenia dla siebie własnego miejsca pracy i źródła dochodu.

Dobry pomysł na prowadzenie działalności gospodarczej to czynnik, który leży u podstaw sukcesu w pracy na własny rachunek. Szukając pomysłu na własną firmę powinieneś wziąć pod uwagę następujące uwarunkowania:

- 1) najlepiej prowadzić działalność gospodarczą w branży zgodnej z zainteresowaniem w takiej, na jakiej się znasz
- 2) należy wziąć pod uwagę informacje płynące z rynku i wybrać taką działalność, w której znajdziesz nabywców. Na rynku muszą znajdować się nabywcy twojego produktu. Aby odnieść sukces działalność firmy nie może być oderwana od realiów rynkowych i występującego na nim popytu
- 3) na rynku występuje konkurencja, nie należy zatem wybierać działalności, w której podaż jest większa od popytu, chyba że możesz zaproponować coś, co sprawi, że będziesz bardziej atrakcyjny od konkurentów. Powinieneś rozpoznać i scharakteryzować firmy konkurencyjne – ich ofertę i metody działania.

Rzetelna charakterystyka potencjalnych nabywców oraz konkurencji ułatwi ci dostosowanie do potrzeb klientów produktów, ceny, dystrybucji i promocji – tzw. instrumentów marketingowych. Uzyskasz w ten sposób możliwość stworzenia oferty atrakcyjniejszej od konkurencji.

Planowanie działalności gospodarczej polega na udzieleniu odpowiedzi na pytania:

- Co, komu, w jaki sposób, ile i za jaką cenę będziesz sprzedawać?
- Ile i jakich środków będziesz potrzebować do uruchomienia działalności?
- Jakie będą koszty prowadzenia działalności (zakup materiałów, towarów, opłata czynszu, rachunków itp.)?
- Jaką formę organizacyjno-prawną będzie miała twoja działalność (czy będzie to firma jednoosobowa, spółka cywilna, spółka prawa handlowego)?
- Jakie są silne i słabe strony twojego przedsięwzięcia?
- Jakie szanse i zagrożenia może napotkać twoja firma?

Wybór działalności gospodarczej – należy pamiętać, że działalność produkcyjna wymaga przeważnie znacznych nakładów finansowych, jest obciążona dużym ryzykiem. Najlepiej rozpocząć od działalności usługowej albo handlowej, gdyż są one mniej ryzykowne i mniej kosztowne.

Lokalizacja firmy oznacza umiejscowienie siedziby firmy, jej magazynów, sklepów, agencji czy przedstawicielstwa. Lokalizacja firmy jest niezwykle ważnym czynnikiem z punktu widzenia szans na odniesienie sukcesu. Trafna lokalizacja zapewnia dużo klientów, chybiona sprawia, że firma nie ma po co działać. Lokalizacja firmy zależy od rodzaju działalności.

W przypadku wyboru działalności usługowej i handlowej lokalizacja powinna uwzględniać przede wszystkim natężenie ruchu pieszego lub zmotoryzowanego. Idealnymi miejscami są centra handlowe i usługowe lub centra miast. Przy wyborze działalności produkcyjnej,

ze względu na konieczność wynajęcia (zbudowania) hal produkcyjnych, magazynów, placów dla samochodów należy zwrócić uwagę na: wysokość czynszu za wynajem, możliwość rozbudowy, warunków dojazdu dużych samochodów.

### **Finansowanie przedsięwzięcia**

Rozpoczynając działalność gospodarczą musisz przeanalizować sytuację finansową planowanego przedsięwzięcia. Należy odpowiedzieć sobie na kilka pytań:

- 1) Ile pieniędzy potrzebujesz, aby rozpocząć działalność gospodarczą? Musisz oszacować koszty zakupu maszyn, urządzeń, wyposażenie biura, środków transportu.
- 2) Ile pieniędzy potrzebujesz, aby miejsce, w którym planujesz rozpoczęcie działalności (np. punkt sprzedaży pieczywa) było odpowiednio zaopatrzone w towar?
- 3) Ile środków finansowych potrzebujesz miesięcznie na bieżące działanie firmy? Należy uwzględnić: czynsz oraz bieżące wydatki eksploatacyjne, podatki, wydatki na promocję, płace pracowników.
- 4) Czy pieniądze, które posiadasz pozwolą ci rozpocząć działalność gospodarczą?
- 5) Jeśli masz ich zbyt mało, to jak i skąd je zdobędziesz?

Przede wszystkim powinieneś posiadać własne oszczędności na finansowanie działalności. Jeśli zaś koszty przekraczają Twoje możliwości finansowe, to musisz zastanowić się nad tym, skąd wziąć brakujące pieniądze. Możliwości jest wiele:

- nieoprocentowana pożyczka u rodziców lub krewnych,
- kredyt w banku na działalność gospodarczą,
- kredyty uzyskane w ramach programów wspierania rozwoju małych firm, prowadzonych przez różne instytucje,
- skorzystanie z leasingu, który jest formą użytkowania różnych maszyn i urządzeń na określonych zasadach,
- pozyskanie wspólników w celu połączenia środków kilku osób i założenia spółki.

Możesz skorzystać także z pomocy oferowanej przez:

- Powiatowe Urzędy Pracy – dotacje dla osób bezrobotnych.
- Program Praca dla młodych (pożyczki dla osób bezrobotnych do 25 roku życia, udzielane przez Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK) na podstawie umowy z Ministerstwem Gospodarki i Pracy).
- Fundusze unijne.

**Tabela 2.** Wady i zalety różnych sposobów finansowania działalności gospodarczej [1, s. 76]

| Sposób finansowania                                  | Zalety   | Wady  |
|--|--|---|
| Własne oszczędności                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>– nie jesteś zadłużony</li><li>– wszystkie zyski trafiają do ciebie</li><li>– masz zaufanie przyszłych pożyczkobiorców</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>– ryzykujesz utratę całego majątku</li></ul>  |
| Rodzina i przyjaciele                                | <ul style="list-style-type: none"><li>– jest to stosunkowo łatwo i szybko osiągalne źródło kapitału</li><li>– twoja władza w firmie pozostaje nieograniczona</li><li>– pożyczkę załatwisz bez kłopotliwych formalności</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>– ryzykujesz utratę zaufania rodziny</li><li>– ryzykujesz utratę przyjaciół</li><li>– pomimo nieformalnego charakteru pożyczki możliwe jest, że rodzina będzie ingerować w prowadzenie twojej firmy</li></ul> |
| Wprowadzenie wspólnika                               | <ul style="list-style-type: none"><li>– zdobywasz większy kapitał</li><li>– ryzyko rozłożone jest na więcej osób</li><li>– razem macie większą zdolność do zaciągania pożyczek</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>– zysk musisz podzielić ze wspólnikiem</li><li>– musisz również podzielić się władzą w firmie</li></ul>   |
| Pożyczki z banku i innych organizacji lub instytucji | <ul style="list-style-type: none"><li>– zachowujesz własność firmy</li><li>– spłata rozłożona jest w czasie</li><li>– odsetki obniżają podstawę opodatkowania</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>– ponosisz wysokie koszty</li><li>– musisz udzielać poufnych informacji o firmie</li><li>– musisz dostosować się do ograniczeń narzuconych przez pożyczkodawcę</li></ul>                                      |

Gdy ubiegasz się o pożyczkę na rozpoczęcie twojej działalności gospodarczej, powinieneś przestrzegać pewnych zasad. Niezależnie od tego, kto jest pożyczkodawcą, powinieneś przekonać jego przedstawiciela, że zawarcie umowy z tobą będzie obopólnym interesem. Dlatego musisz dobrze przygotować się do wizyty u pożyczkodawcy. Oto kilka rad:

- zadbaj o swoją prezencję,
- przygotuj sobie listę pytań, które chciałbyś zadać,
- zastanów się jakich pytań możesz się spodziewać od twojego rozmówcy i przygotuj na nie odpowiedzi,
- staraj się pokazać, że jesteś osobą kompetentną, zaprezentuj swoją wiedzę, doświadczenie zawodowe, pochwal się osiągnięciami,
- przygotuj rzetelny biznesplan.

Jeśli uzyskasz pożyczkę, zadbaj o to, aby spłacać ją zawsze terminowo.

Wybór nazwy i logo – to jedna z istotnych decyzji, która może mieć znaczący wpływ na jej pomyślność i rozwój. Najlepiej jest kiedy nazwa sugeruje od razu z jaką firmą mamy do czynienia – na przykład „Piekarnia – Jan Kowalski”.

Dobra nazwa firmy powinna:

- informować o rodzaju prowadzonej działalności,
- wzbudzać zaufanie,
- informować o zakresie oferty,

- sugerować odpowiedni stopień fachowości,
  - wpadać w ucho i być łatwa do zapamiętania,
  - w sposób wyraźny pozytywnie odróżniać firmę od konkurencji.
- Logo firmy powinno być logicznym graficznym uzupełnieniem nazwy firmy.

Biznesplan – to opis planowanego przedsięwzięcia, przedstawiający je realistycznie, w sposób opisowy i za pomocą wskaźników liczbowych. Biznesplan sporządza nie tylko osoba, która zamierza dopiero uruchomić firmę, ale także przedsiębiorca, który chce wykonać kolejny krok w rozwoju firmy: zdobyć nowy rynek, rozszerzyć ofertę firmy, połączyć się z inną firmą.

Biznesplan składa się z następujących rozdziałów:

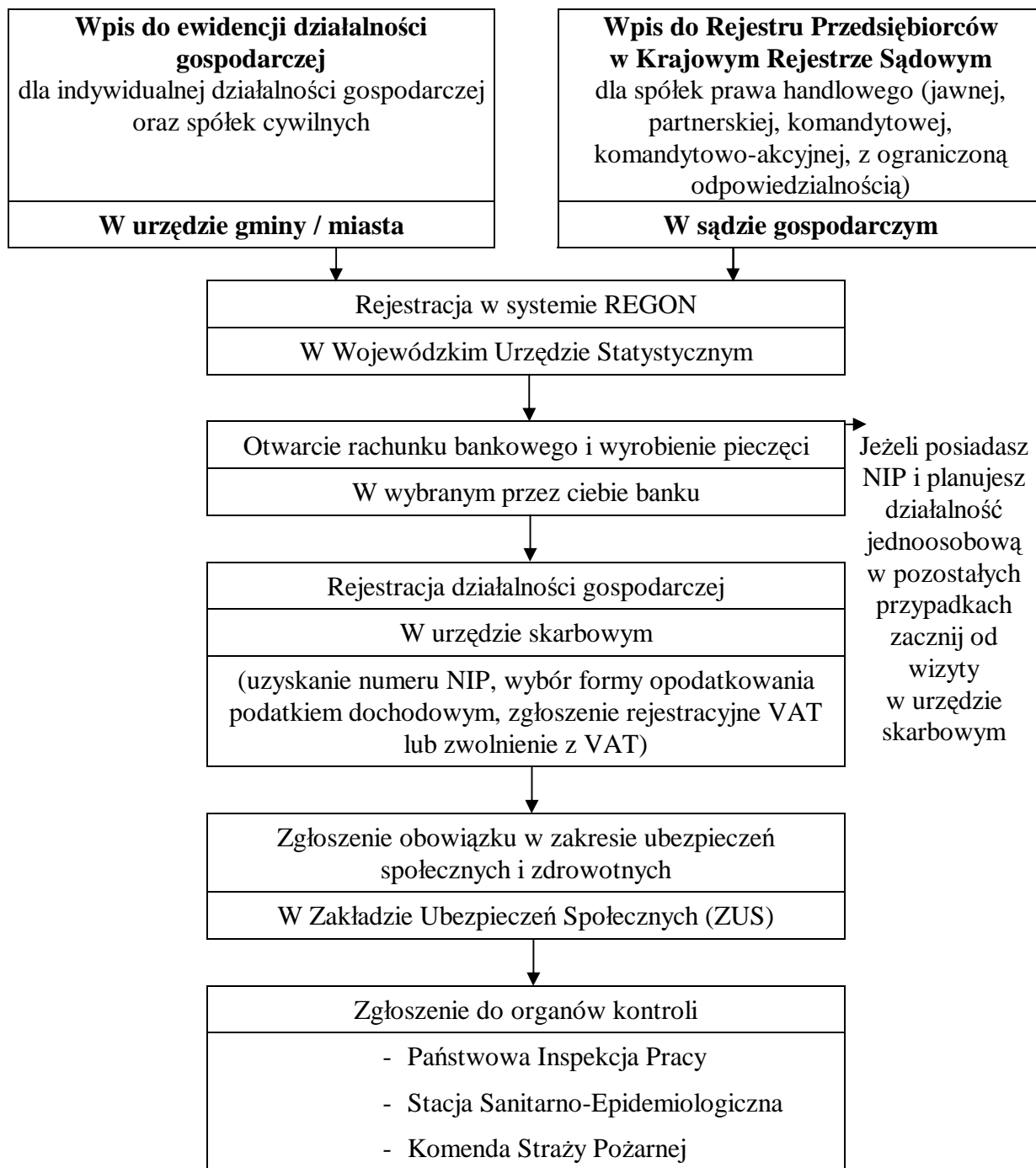
- 1) informacje ogólne,
- 2) opis jego przedsięwzięcia i jego geneza,
- 3) informacje o produkcji,
- 4) informacje o zarządzie firmy i jej pracownikach,
- 5) analiza rynku odbiorców,
- 6) analiza rynku dostawców,
- 7) popyt,
- 8) marketing,
- 9) analiza finansowa przedsięwzięcia,
- 10) harmonogram realizacji przedsięwzięcia,
- 11) załączniki.

### **Wybór formy organizacyjno-prawnej firmy**

Forma organizacyjno-prawna powinna być dostosowana do charakteru własności i zasięgu działania. Małe, samodzielne przedsięwzięcie można prowadzić w najprostszym sposobie: jako jednoosobowy przedsiębiorca, na własny rachunek, na własną odpowiedzialność. Jeśli decyzję o założeniu firmy podjęło kilka osób, należy spisać umowę spółki. Na początek dla małego przedsięwzięcia będzie to spółka cywilna lub jawna, dla większego spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.

### **Rejestracja działalności gospodarczej**

Aby dokonać rejestracji swojej działalności gospodarczej musisz odwiedzić kilka instytucji i wypełnić różne formularze. W zależności od tego, jaką formę organizacyjno-prawną wybrałeś dla swojej firmy, rejestrację zaczynasz od wpisu do ewidencji działalności gospodarczej w urzędzie miasta lub gminy lub od wpisu do Rejestru Przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Dalsze etapy rejestracji są bardzo podobne bez względu na formę organizacyjno-prawną działalności. Poniższy schemat obrazuje kolejne etapy rejestracji działalności gospodarczej.



**Rys. 10.** Procedura rejestracji działalności gospodarczej [3, s. 37]

REGON – 9-cyfrowy numer statystyczny, który otrzymuje od urzędu statystycznego każde przedsiębiorstwo. Rejestr jest powszechnym systemem identyfikacji i kodowania podmiotów gospodarki narodowej koniecznym dla celów statystyki. Brak tego numeru uniemożliwi załatwienie niektórych spraw np.: założenie rachunku bankowego. Numer statystyczny jest nadawany na podstawie złożonego wniosku RG-1.

Otwarcie rachunku bankowego odbywa się poprzez zawarcie umowy z wybranym bankiem. Przy podpisywaniu umowy wymagane są następujące dokumenty: zaświadczenie



o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej lub do Krajowego Rejestru Sądowego, zaświadczenie o nadaniu numeru identyfikacyjnego (NIP) oraz statystycznego (REGON). Przy załatwianiu formalności związanych z rejestracją działalności gospodarczej, w tym przy zakładaniu rachunku bankowego niezbędnym jest dowód osobisty z numerem PESEL.

Rejestracja działalności w urzędzie skarbowym dotyczy:

- 1) uzyskania numeru identyfikacji podatkowej NIP– 10-cyfrowy numer, który otrzymuje każda osoba i przedsiębiorstwo rozliczające się z urzędem skarbowym, ułatwiającym identyfikację podatników. Należy wypełnić formularz NIP- 1.
- 2) zgłoszenia wyboru formy opodatkowania podatkiem dochodowym.
- 3) zgłoszenia rejestracyjnego w zakresie podatku od towarów i usług VAT. Zgłoszenia dokonujemy poprzez złożenie formularza VAT-R.

W urzędzie skarbowym potrzebne są następujące dokumenty:

- 1) zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej,
- 2) zaświadczenie o numerze REGON,
- 3) tytuł prawny do lokalu, w którym będzie siedziba firmy,
- 4) umowę z bankiem,
- 5) dowód osobisty.

Zgłoszenie do ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych – polega na wypełnieniu i złożeniu formularza:

- 1) ZUS ZFA – zgłoszenie płatnika składek,
- 2) ZUS ZUA - zgłoszenie do ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych,

Do zgłoszenia potrzebne jest: zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej i zaświadczenie o numerze NIP i REGON.

Zgłoszenie do organów kontroli należy dokonać w zależności od potrzeb i uwarunkowań.

- 1) Państwowa Inspekcja Pracy – jeśli są zatrudnieni pracownicy.
- 2) Inspekcja Sanitarno-Epidemiologiczna – jeśli prowadzona jest działalność w zakresie żywności i żywienia oraz usług osobistych dla ludności.
- 3) Inspekcja Handlowa – jeśli działalność prowadzona jest w zakresie handlu i gastronomii.
- 4) Wydział Prewencji Straży Pożarnej – jeżeli wymagany jest nadzór i kontrola stanu ochrony przeciwpożarowej.

### **4.3.2. Pytania sprawdzające**

Odpowiadając na pytania, sprawdzisz, czy jesteś przygotowany do wykonania ćwiczeń.

1. Czy potrafisz wskazać przesłanki, jakimi należy się kierować przy wyborze rodzaju działalności gospodarczej?
2. Czy potrafisz wybrać formę organizacyjno-prawną firmy, odpowiednio do charakteru i skali przedsięwzięcia?
3. Jakie znasz źródła finansowania działalności gospodarczej?
4. Czy potrafisz przedstawić strukturę biznesplanu?
5. Jaka jest różnica między nazwą firmy a logo firmy?
6. Jakie znasz zasady dobrej lokalizacji firmy?
7. Jakie znasz instytucje, które należy odwiedzić, aby zarejestrować działalność gospodarczą?

### 4.3.3. Ćwiczenia

#### Ćwiczenie 1

Pracując w zespole 3–4 osobowym opracujcie wstępną charakterystykę firmy (działalności gospodarczej), która będzie stanowiła podstawę realizacji waszego pomysłu.

Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) dobrać się tak, aby stworzyć dobry zespół.
- 2) wyznaczyć role w grupie w celu efektywnej pracy:
  - osoba najwyższa w grupie będzie liderem. Lider kontroluje by grupa pracowała nad wyznaczonym zadaniem, by każdy uczestnik miał okazję wziąć udział w zadaniu,
  - osoba najniższa w grupie będzie sekretarzem. Sekretarz notuje pomysły, które padły podczas dyskusji w grupie,
  - osoba siedząca po lewej stronie lidera będzie kontrolerem czasu. Kontroler czasu pilnuje, by grupa wykonała zadanie w wyznaczonym czasie.
- 3) opracować wspólny pomysł na firmę w formie plakatu. W tym celu powinniście przedstawić informacje na temat:
  - dlaczego taka firma? (Jakie cele chcecie osiągnąć poprzez założenie tej firmy?),
  - rynek (Kto będzie odbiorcą Waszego produktu, czyli kim będą Wasi klienci?),
  - przewaga rynkowa (Jakie są Wasze atuty? Co Wam da przewagę nad konkurentami?),
  - umiejętności (Jakie umiejętności są potrzebne do prowadzenia takiej firmy?),
  - co jest potrzebne aby zacząć? (Jakie działania należy podjąć oraz jakie zasoby są niezbędne np.: maszyny).
- 4) zaproponować nazwę i narysować logo swojej firmy.
- 5) przygotować prezentację pomysłu na forum grupy.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- kartki papieru formatu A3,
- ołówki, kolorowe pisaki,
- arkusz do ćwiczenia,
- poradnik dla ucznia.

#### Ćwiczenie 2

Wyobraź sobie, że postanowiłeś założyć punkt sprzedaży pieczywa. Policz podstawowe koszty uruchomienia firmy. Pomoże ci w tym tabela do ćwiczenia 2.

**Tabela do ćwiczenia 2.** Koszty uruchomienia firmy [9, s. 51]

| Lp. | Rodzaj wydatków  | Wysokość wydatków [zł] |
|-----|--|------------------------|
| 1   | Wynajem lokalu (10-20m <sup>2</sup> ) za 1 miesiąc wraz z prawem kupna nieruchomości |                        |
| 2   | Remont lokalu  |                        |
| 3   | Zakup wyposażenia lokalu   |                        |
| 4   | Początkowy zapas towarów   |                        |
| 5   | Rejestracja działalności   |                        |
| 6   | Reklama – zakup podświetlonego szyldu  |                        |
|     | <b>RAZEM WYDATKI</b>   |                        |

#### Komentarz do tabeli

- Ad. 1. Początkujący przedsiębiorca rzadko dokonuje zakupu lokalu na działalność gospodarczą. Przeważnie wykorzystuje posiadane pomieszczenia lub wynajmuje lokal.
- Ad. 2. Remont lokalu polega na odnowieniu pomieszczenia i przystosowaniu go do nowej funkcji: malowanie lokalu wewnątrz i na zewnątrz (zakup farb, malowanie okien i drzwi, drobne naprawy, pomieszczenia sanitarne, itp.)
- Ad. 3. Wyposażenie lokalu to – lady sklepowe, regały na pieczywo, kosze, kasa fiskalna, krawalnica.
- Ad. 5. Rejestracja działalności – rejestracja działalności w urzędzie miejscowym, załatwienie numeru REGON, rejestracja w urzędzie skarbowym, wyrobienie pieczętki, zakup podatkowej książki przychodów i rozchodów, zakup niezbędnych materiałów biurowych.

#### Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) zdobyć informacje na temat poszczególnych kosztów uruchomienia firmy z: Internetu, instytucji, osób prowadzących już działalność lub znajomych,
- 2) obliczyć, ile pieniędzy potrzeba do uruchomienia punktu sprzedaży pieczywa,
- 3) uzupełnić tabelę do ćwiczenia.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczenia,
- poradnik dla ucznia.

### Ćwiczenie 3

Pracujecie w zespole wspólnie wykonującym projekt firmy. Zaplanujcie źródła finansowania Waszego przedsięwzięcia. Zaplanowanie źródeł finansowania ułatwi Wam tabela do ćwiczenia 3.

**Tabela do ćwiczenia 3.** Źródła finansowania firmy [9, s. 54]

| Określenie źródła                          | Wysokość kwoty [zł] |
|--|---------------------|
| Wkład własny właściciela                   |                     |
| Rodzina i przyjaciele                      |                     |
| Kredyt w banku komercyjnym                 |                     |
| Pożyczki z innych instytucji i organizacji |                     |
| <b>RAZEM</b>                               |                     |

Uwaga: Jeśli bierzecie kredyt w banku komercyjnym na działalność gospodarczą, powinniście wykazać własny wkład wynoszący 20-30% i zabezpieczenie (np. poręczenie osób trzecich).

#### Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować wady i zalety różnych sposobów finansowania działalności gospodarczej,
- 2) zaplanować skąd możecie pozyskać pieniądze na uruchomienie firmy,
- 3) uzupełnić tabelę do ćwiczenia.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia.

#### Ćwiczenie 4

Wyobraź sobie, że zakładasz jednoosobową firmę handlową z siedzibą w swoim miejscu zamieszkania. Aby dokonać rejestracji swojej działalności gospodarczej musisz odwiedzić kilka instytucji i wypełnić różne formularze. W związku z tym, że zakładasz firmę jednoosobową, rejestrację zaczynasz od wpisu do ewidencji działalności gospodarczej w urzędzie miasta.

Wypełnij w tym celu formularz „Zgłoszenie o dokonanie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej” załącznik nr 1.

#### Sposób wykonania ćwiczenia

Aby wykonać ćwiczenie, powinieneś:

- 1) przeanalizować procedurę rejestracyjną działalności gospodarczej,
- 2) przeanalizować formularz „Zgłoszenie o dokonanie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej”,
- 3) wypełnić formularz zgłoszenia. A oto kilka porad:
  - nazwa firmy – najlepiej podać nazwę pełną wraz z wersją skróconą,
  - swoje imię i nazwisko oraz numer ewidencyjny PESEL,

- adres zameldowania, a jeśli zamierzasz stale wykonywać działalność w innym miejscu (np. sklep, zakład) to musisz podać również adres tego lokalu,
- przedmiot wykonywanej działalności gospodarczej, zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) – 4 cyfry, 1 litera i opis, (możesz podać większą liczbę rodzajów działalności niż przewiduje wolne miejsce na wniosku, to co się nie zmieści wpisz w załączniku, nie możesz prowadzić działalności nie zgłoszonej, a każda zmiana we wpisie kosztuje 50 zł),
- datę rozpoczęcia działalności gospodarczej – wpisz faktyczny moment rozpoczęcia, biorąc pod uwagę, że załatwienie wszystkich formalności urzędowych zajmie około 3 tygodni.

Wyposażenie stanowiska pracy:

- arkusz do ćwiczeń,
- poradnik dla ucznia,
- Polska Klasyfikacja Działalności (PKD),
- Załącznik nr 1 „Zgłoszenie o dokonanie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej”.

**Załącznik nr 1 „Zgłoszenie o dokonanie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej”**

..... dnia .....  
(miejscowość)

**ZGŁOSZENIE O DOKONANIE WPISU  
DO EWIDENCJI DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ**

**1. Oznaczenie przedsiębiorcy:** .....  
(imię i nazwisko oraz nazwa, pod którą wykonywana będzie działalność gospodarcza)

PESEL 

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

 Nr tel.: .....

**2. Miejsce zamieszkania i adres przedsiębiorcy:** .....

Adres zakładu głównego: .....

Inne stałe miejsca wykonywania działalności gospodarczej (oddziałów, filii)

- .....

- .....

**3. Określenie przedmiotu działalności gospodarczej** (oznaczyć wg Polskiej Klasyfikacji Działalności)

| Kod PKD  | Opis przedmiotu działalności zgodny z PKD |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|
| <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> |   |  |  |  |  |  |  |
|  |   |  |  |  |  |  |  |
| <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> |   |  |  |  |  |  |  |
|  |   |  |  |  |  |  |  |
| <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> |   |  |  |  |  |  |  |
|  |   |  |  |  |  |  |  |
| <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> |   |  |  |  |  |  |  |
|  |   |  |  |  |  |  |  |
| <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> |   |  |  |  |  |  |  |
|  |   |  |  |  |  |  |  |

X –ciąg dalszy przedmiotu działalności w załączniku

**4. Data rozpoczęcia działalności gospodarczej:** .....

**5. Wykaz załączników:** .....

.....

.....  
(podpis przedsiębiorcy)

#### 4.3.4. Sprawdzian postępów

**Czy potrafisz:**

|  | <b>Tak</b>               | <b>Nie</b>               |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1) wymienić co najmniej trzy cechy planowania działalności gospodarczej?                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) wymienić formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) zdefiniować pojęcie lokalizacja firmy?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) wymienić źródła finansowania przedsięwzięcia?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5) uzupełnić poszczególne rozdziały biznesplanu?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6) scharakteryzować poszczególne rozdziały biznesplanu?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7) rozróżnić nazwę firmy od logo firmy?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8) wymienić procedurę rejestracji działalności gospodarczej?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9) rozróżnić NIP od numeru REGON?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10) wymienić działania, jakie należy wykonać przy rejestracji działalności gospodarczej w urzędzie skarbowym | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 5. SPRAWDZIAN OSIĄGNIĘĆ

### INSTRUKCJA DLA UCZNIĄ

1. Przeczytaj uważnie instrukcję.
2. Podpisz imieniem i nazwiskiem kartę odpowiedzi.
3. Zapoznaj się z zestawem zadań testowych.
4. Test zawiera 20 zadań. Do każdego zadania dołączone są 4 możliwości odpowiedzi. Tylko jedna jest prawidłowa.
5. Udzielaj odpowiedzi na załączonej karcie odpowiedzi, stawiając w odpowiedniej rubryce znak X. W przypadku pomyłki należy błędną odpowiedź zaznaczyć kółkiem, a następnie ponownie zakreślić odpowiedź prawidłową.
6. Pracuj samodzielnie, bo tylko wtedy będziesz miał satysfakcję z wykonanego zadania.
7. Jeśli udzielenie odpowiedzi będzie Ci sprawiało trudność, wtedy odłóż jego rozwiązanie na później i wróć do niego, gdy zostanie Ci wolny czas.
8. Na rozwiązanie testu masz 45 minut.

Powodzenia!

### Materiały dla ucznia:

- instrukcja,
- zestaw zadań testowych,
- karta odpowiedzi.

### ZESTAW ZADAŃ TESTOWYCH

1. Prawo popytu określa
  - a) zależność między popytem a ceną, jeżeli cena danego dobra rośnie, to rośnie popyt na to dobro.
  - b) zależność między popytem a ceną, jeżeli cena danego dobra rośnie, to spada popyt na to dobro.
  - c) zależność między ceną a ilością dóbr i usług, które zostały sprzedane po danej cenie.
  - d) mechanizm rynkowy, który równoważy popyt z podażą.
2. Zasoby ekonomiczne to:
  - a) ziemia, maszyny, wymiana.
  - b) technologia, ziemia, praca.
  - c) praca, technologia, marketing.
  - d) kapitał, praca, marketing.
3. Własność prywatna to
  - a) lampa uliczna.
  - b) pojazd komunikacji miejskiej (tramwaj).
  - c) książka, którą otrzymałeś w prezencie.
  - d) ławka w parku miejskim.



4. Gospodarka centralnie planowana charakteryzuje się następującymi cechami
  - a) dominuje prywatna własność środków produkcji.
  - b) działa mechanizm rynkowy.
  - c) dominuje państwowa własność środków produkcji.
  - d) występuje zarówno własność publiczna jak i prywatna.
  
5. Jeśli idziesz do pobliskiego sklepu, którego właścicielem jest mieszkaniec tej samej miejscowości, to jesteś uczestnikiem
  - a) rynku lokalnego.
  - b) rynku krajowego.
  - c) rynku zagranicznego.
  - d) rynku regionalnego.
  
6. Rynek, na którym dokonuje się proces kupna i sprzedaży siły roboczej, to
  - a) rynek kapitałowy.
  - b) rynek producenta.
  - c) rynek pracy.
  - d) rynek branżowy.
  
7. Cena równowagi rynkowej jest ceną, przy której następuje
  - a) przewaga popytu nad podażą.
  - b) zrównanie popytu z podażą.
  - c) przewaga podaży nad popytem.
  - d) ograniczenie produkcji przez producentów.
  
8. Do jakiego rodzaju działalności zaliczamy prowadzenie działalności piekarskiej?
  - a) do działalności przemysłowej.
  - b) do działalności budowlanej.
  - c) do działalności handlowej.
  - d) do działalności usługowej.
  
9. Na podstawie kodeksu spółek handlowych działa
  - a) spółka cywilna.
  - b) spółka jawna.
  - c) przedsiębiorstwo jednoosobowe osoby fizycznej.
  - d) spółdzielnia.
  
10. Podmiot gospodarki działający na podstawie umowy, na mocy której wspólnicy zobowiązują się do prowadzenia działalności gospodarczej to
  - a) przedsiębiorstwo państwowe.
  - b) spółka.
  - c) przedsiębiorstwo jednoosobowe osoby fizycznej.
  - d) spółdzielnia.

11. Który z poniższych czynników nie jest zaliczony do kompozycji elementów marketingu-mix?
  - a) produkt.
  - b) cena.
  - c) nabywca.
  - d) promocja.
  
12. Badania marketingowe, które polegają na tym, że wszyscy respondenci uczestniczący w badaniu otrzymują taki sam kwestionariusz, ich zadaniem jest udzielenie odpowiedzi na zamieszczone pytania, to
  - a) wywiad.
  - b) badania ankietowe.
  - c) obserwacja.
  - d) badania eksperymentalne.
  
13. Faza cyklu życia produktu, w której następuje najszybszy wzrost sprzedaży, który powoduje, że koszt jednostkowy spada, a zysk wzrasta, to mamy do czynienia z fazą
  - a) wzrostu.
  - b) wprowadzenia.
  - c) dojrzałości.
  - d) schyłku.
  
14. W miejscowości górskiej zostało uruchomione schronisko górskie. Do jakiego segmentu rynku została skierowana ta oferta?
  - a) do konsumentów o zadowalającej i dobrej kondycji materialnej.
  - b) do konsumentów młodych preferujących sportowy styl życia.
  - c) do konsumentów w średnim wieku i starszych, preferujących styl „spokojny”.
  - d) do konsumentów mieszkających w górach.
  
15. System działań prowadzących do udostępnienia produktu klientowi w dogodnym dla niego miejscu i czasie, realizowany zazwyczaj przez handlowców, określa
  - a) promocja.
  - b) dystrybucja.
  - c) kanał dystrybucyjny.
  - d) marketing.
  
16. W biznesplanie charakterystykę klientów firmy, charakterystykę konkurencji, zaplanowanie narzędzi marketingowych: produktu, ceny, promocji, dystrybucji, określa
  - a) plan marketingowy.
  - b) plan finansowy.
  - c) streszczenie.
  - d) bilans.

17. Właściciel firmy AGD Serwis w Łodzi świadczy usługi w zakresie naprawy pralek i lodówek. Żona przedsiębiorcy dyżuruje w domu przy telefonie w godz. od 8.00 – 20.00, przyjmuje zlecenia napraw. Przedsiębiorca w następnym dniu dociera do klienta. Forma organizacyjno-prawna opisanej działalności gospodarczej to
- spółka cywilna.
  - przedsiębiorstwo indywidualnego właściciela.
  - spółka jawna.
  - spółdzielnia.
18. Przedsiębiorca postanowił uruchomić indywidualną działalność gospodarczą, w związku z tym firmę powinien zarejestrować
- w urzędzie powiatowym.
  - w urzędzie miasta / gminy.
  - w sądzie gospodarczym.
  - w starostwie.
19. Każda firma musi posiadać swój dziewięciocyfrowy, niepowtarzalny numer statystyczny jest to
- numer identyfikacji podatkowej NIP.
  - REGON.
  - Numer ewidencji PESEL.
  - Numer dowodu tożsamości.
20. Rejestracja działalności gospodarczej w urzędzie skarbowym dotyczy
- uzyskania stałego cyfrowego identyfikatora w systemie NIP.
  - uzyskania numeru statystycznego REGON.
  - uzyskania numeru ewidencyjnego PESEL.
  - uzyskania numeru rachunku bankowego.

# KARTA ODPOWIEDZI

Imię i nazwisko.....

## Podejmowanie działalności gospodarczej

Zakreśl poprawną odpowiedź.

| Nr zadania    | Odpowiedź |   |   |   | Punkty |
|---------------|-----------|---|---|---|--------|
| 1.            | a         | b | c | d |        |
| 2.            | a         | b | c | d |        |
| 3.            | a         | b | c | d |        |
| 4.            | a         | b | c | d |        |
| 5.            | a         | b | c | d |        |
| 6.            | a         | b | c | d |        |
| 7.            | a         | b | c | d |        |
| 8.            | a         | b | c | d |        |
| 9.            | a         | b | c | d |        |
| 10.           | a         | b | c | d |        |
| 11.           | a         | b | c | d |        |
| 12.           | a         | b | c | d |        |
| 13.           | a         | b | c | d |        |
| 14.           | a         | b | c | d |        |
| 15.           | a         | b | c | d |        |
| 16.           | a         | b | c | d |        |
| 17.           | a         | b | c | d |        |
| 18.           | a         | b | c | d |        |
| 19.           | a         | b | c | d |        |
| 20.           | a         | b | c | d |        |
| <b>Razem:</b> |           |   |   |   |        |

## 6. LITERATURA

1. Flis I., Makiewicz M.: Własna firma. Wydawnictwo Park Sp. z o.o., Bielsko Biała 2004
2. Gregorczyk S., Romanowska M., Sopińska A., Wachowiak P.: Przedsiębiorczość bez tajemnic. WSIP, Warszawa 2002
3. Kolan B.: Sukces na rynku pracy. Centralna Komisja Egzaminacyjna, Warszawa 2005
4. Makiela Z., Rachwał T.: Podstawy przedsiębiorczości. Nowa Era, Warszawa 2005
5. Mikina A., Sienna M.: Przedsiębiorczość dla szkół zasadniczych. WSIP, Warszawa 2002
6. Musiałkiewicz J.: Marketing. Ekonomik s.c., Warszawa 2001
7. Sepkowska Z.: Wprowadzenie do mikroekonomii. WSIP, Warszawa 1999
8. Żurkowski F.: Podstawy przedsiębiorczości. MAC Edukacja S.A., Kielce 2002
9. Żurkowski F.: Przedsiębiorczość – Poszukiwanie pomysłu na firmę i jej uruchomienie. WSIP, Warszawa 1999