



**Gimnazjalna
Olimpiada
Przedsiębiorczości**

**GIMNAZJALNA
OLIMPIADA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
[F]**

TEST Z KLUCZEM ODPOWIEDZI I KOMENTARZAMI

edycja II
eliminacje centralne

12 maja 2016 r.

Organizator:
Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

Patronat honorowy:
Ministerstwo Edukacji Narodowej

Instrukcja rozwiązywania testu

Na rozwiązanie testu przeznaczona jest 30 minut. Odliczanie czasu rozpoczyna się od momentu zakończenia czytania instrukcji.

Test obejmuje 20 zadań, które składają się z czterech podpunktów. Należy określić, czy stwierdzenia zawarte w każdym podpunkcie zadania są prawdziwe (P), czy fałszywe (F), zaznaczając odpowiednią opcję przy wybranej odpowiedzi.

Za każdy poprawnie rozwiązany podpunkt uczestnik otrzymuje 0,01 punktu. Uczestnik otrzymuje dodatkowo 1 punkt za poprawne rozwiązanie wszystkich podpunktów zadania. Maksymalnie można uzyskać 20,8 pkt.

Powodzenia!

Test

1. Do dłużnych źródeł finansowania przedsiębiorstwa zaliczamy:
 - a. leasing **(P)**
 - b. kredyt obrotowy **(P)**
 - c. kredyt inwestycyjny **(P)**
 - d. emisję obligacji **(P)**

Komentarz:

Dłużne źródła finansowania wyróżniają się tym, iż ich wykorzystanie prowadzi do powstania zobowiązania finansowego przedsiębiorstwa u obcego podmiotu. Takie warunki spełniają zarówno leasing, kredyty obrotowe i inwestycyjne, jak i obligacje.

2. Do kapitałowych źródeł finansowania przedsiębiorstwa zaliczamy:
 - a. emisję akcji **(P)**
 - b. emisję obligacji **(F)**
 - c. wpłaty wspólników **(P)**
 - d. reinwestycję zysków **(P)**

Komentarz:

Wykorzystanie kapitałowych źródeł finansowania przedsiębiorstwa prowadzi do powiększenia wielkości kapitału własnego przedsiębiorstwa, a nie prowadzi do powstania zobowiązań finansowych wobec podmiotów zewnętrznych. W praktyce bardzo często kapitałowe formy finansowania prowadzą do zmian właścicielskich (np. pojawienia się nowego wspólnika lub zmian w proporcji wartości udziałów dotychczasowych właścicieli). Przykładem takiego źródła jest emisja akcji – pozyskane w ten sposób środki są do dyspozycji przedsiębiorstwa i dopisywane są do kapitałów własnych, a nabywcy akcji stają się współwłaścicielami przedsiębiorstwa. Do kapitału własnego doliczane są również wpłaty wspólników oraz zyski zatrzymane w przedsiębiorstwie celem reinwestycji.

3. W bilansie znajdziemy informację o:
 - a. aktywach trwałych **(P)**
 - b. aktywach obrotowych **(P)**
 - c. zapasach **(P)**
 - d. przychodach **(F)**

Komentarz:

Bilans zbiera informacje o majątku (aktywa) i źródłach finansowania (pasywa) przedsiębiorstwa. W ramach aktywów wyróżnia się trwałe i obrotowe (ich częścią są zapasy). Przychody są wykazywane w rachunku zysków i strat, a nie w bilansie.

4. Posiadane przez przedsiębiorstwo nieruchomości są w bilansie składnikiem:
- a. aktywów (P)
 - b. aktywów trwałych (P)
 - c. majątku (P)
 - d. zapasów (F)

Komentarz:

Nieruchomości jako majątek, który nie jest bezpośrednio zużywany w trakcie procesu wytwórczego zaliczany jest do aktywów trwałych. Tym samym jest też aktywem oraz składnikiem majątku. Nie jest zaś częścią zapasów, które zaliczane są do aktywów obrotowych.

5. Kapitały własne przedsiębiorstwa są w bilansie składnikiem:
- a. majątku (F)
 - b. aktywów (F)
 - c. aktywów trwałych (F)
 - d. zobowiązań (F)

Komentarz:

Kapitały własne są w bilansie składnikiem pasywów obok zobowiązań – nie są zatem ani majątkiem, ani aktywami, ani aktywami trwałymi.

6. Pasywa przedsiębiorstwa:
- a. reprezentują jego źródła finansowania (P)
 - b. reprezentują jego majątek (F)
 - c. są pozycją rachunku zysków i strat (F)
 - d. są pozycją bilansu (P)

Komentarz:

Pasywa reprezentują w bilansie źródła finansowania przedsiębiorstwa. Są w nich prezentowane składniki kapitału własnego oraz zobowiązań.

7. Przedsiębiorstwo osiąga zysk, gdy:
- a. przychody przewyższają koszty (P)
 - b. wartość zapasów spada (F)
 - c. wartość zapasów rośnie (F)
 - d. wartość zadłużenia spada (F)

Komentarz:

Zysk to dodatnia różnica między przychodami a kosztami. Zmiany wartości zapasów i zadłużenia nie muszą mieć wpływu na zyski.

8. Dla kawiarni kosztem stałym będzie:

- a. koszt kawy wykorzystanej przy przygotowaniu naparu dla klientów (F)
- b. koszt kubków wykorzystanych przy realizacji zamówień na wynos (F)
- c. koszt energii elektrycznej wykorzystanej do parzenia kawy (F)
- d. koszt wody wykorzystanej do parzenia kawy (F)

Komentarz:

Koszty stałe pozostają na tym samym poziomie bez względu na wielkość produkcji lub sprzedanych towarów lub usług. Wszystkie wymienione kategorie kosztów są bezpośrednio związane z zaparzeniem kawy, więc rosną, gdy ilość sprzedanych przez kawiarnię kaw rośnie.

9. Inflacja:

- a. przyczynia się do zmniejszenia wartości pieniądza w czasie (P)
- b. przyczynia się do zwiększenia wartości pieniądza w czasie (F)
- c. jest zjawiskiem wzrostu cen w gospodarce (P)
- d. jest zjawiskiem wzrostu cen produktów pierwszej potrzeby (F)

Komentarz:

Inflacja jest zjawiskiem wzrostu średnich cen w gospodarce. Oznacza to, że wartość pieniądza w warunkach inflacji maleje (za tę samą kwotę jesteśmy w stanie kupić z czasem coraz mniej).

10. W skład sprawozdania finansowego wchodzi:

- a. bilans (P)
- b. rachunek zysków i strat (P)
- c. rachunek przepływów pieniężnych (P)
- d. rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy (F)

Komentarz:

Istnieją trzy podstawowe dokumenty wchodzące w skład sprawozdania finansowego: bilans, rachunek zysków i strat oraz rachunek przepływów pieniężnych.

Polecenie do pytań 11-20:

Przeczytaj opis przedsiębiorstwa LearnPL i zapoznaj się z tabelami prezentującymi jego finanse w ostatnich 16 miesiącach. Odpowiedz na pytania 11-20, bazując na informacjach podanych w tekście i tabelach.

LearnPL jest platformą e-learningową, która udostępnia materiały edukacyjne w języku polskim. Większość kursów ma charakter poradnikowy – prezentuje techniki radzenia sobie z problemami życia codziennego lub przygotowania się do ważnych wyzwań osobistych i zawodowych. Dostęp do materiałów jest płatny w ramach opłat za całe kursy.

W przedsiębiorstwie pracuje pięć osób. Właścicielka (która jednocześnie pełni funkcję prezesa) Weronika organizuje i kontroluje działania czterech pracowników:

- dwóch informatyków – Arka i Bartka, którzy odpowiadają za utrzymanie infrastruktury serwerów zewnętrznych oraz za utrzymanie platformy www i jej rozwój;
- specjalisty ds. marketingu – Kasi, która odpowiada za kontakt z mediami oraz planowanie kampanii promocyjnych;

- specjaliści ds. obsługi klienta – Krzysztofa, który poza kontaktem z uczestnikami kursów e-learningowych zajmuje się sprawami administracyjnymi (obsługa korespondencji, administrowanie biurem).

Ponadto LearnPL współpracuje z niezależnymi autorami, którzy opracowują scenariusze kursów, oraz technikami, którzy zajmują się przygotowaniem, nagrywaniem oraz obróbką materiałów wideo. Grono autorów współpracujących ciągle się powiększa ze względu na to, że LearnPL często wprowadza nowości do swojej platformy. Grono techników jest stałe – składa się z czterech osób. LearnPL dobiera autorów i zleca im opracowanie kursów według swoich pomysłów. Następnie materiał jest przygotowywany przez techników. Obie grupy współpracowników zaangażowane w realizację są rozliczane na podstawie umów o dzieło, które dotyczą przygotowania konkretnych kursów. Ze względu na ilość realizowanych nagrań Weronika rozważa jednak możliwość zatrudnienia dwóch techników wideo.

Do tej pory właścicielka samodzielnie zajmowała się przygotowaniem pomysłów na nowe kursy i sama poszukiwała autorów, którzy mogliby je zrealizować. W ostatnim czasie w wyniku przypadkowej rozmowy z Krzysztofem powstał kurs dotyczący gotowania. Krzysztof lubi spędzać wolny czas w kuchni i traktuje to jako swoje hobby. Zasugerował, że kurs dotyczący podstawowych technik gotowania mógłby okazać się popularny.

Po początkowych oporach Weronika zdecydowała się na wprowadzenie takiego kursu do oferty. I to był strzał w dziesiątkę. Pół roku po wprowadzeniu kurs „Gotowanie od zera” był najpopularniejszym programem na platformie. Krzysztof ma też inne pomysły inspirowane zainteresowaniami swoich znajomych i przygotował profesjonalne prezentacje tych koncepcji. Weronika chętnie się z nimi zapozna, ale na razie jest zbyt zajęta planowaniem kolejnych kursów, które opracowała w międzyczasie. Z tego względu już trzykrotnie przekładała terminy spotkania, na których Krzysztof miałby zaprezentować swoje pomysły.

W efekcie prowadzonych prac w najbliższym czasie przedsiębiorstwo przymierza się do wprowadzenia nowych kursów e-learningowych. Przed podjęciem decyzji o rozpoczęciu produkcji kursów zebrano informacje o kosztach ich przygotowania. Dodatkowo przeprowadzono badania, na podstawie których ustalono optymalne ceny sprzedaży dostępu do każdego kursu oraz prognozowane wartości sprzedaży. Szczegóły zaprezentowano w tabeli.

	Kurs „Gotowanie dla zaawansowanych”	Kurs „Szydełkowanie”	Kurs „Ogródek na balkonie”	Kurs „Spodziewam się dziecka”
Koszty				
Przygotowanie scenariusza	3000 zł	2000 zł	3000 zł	5000 zł
Opracowanie techniczne materiałów interaktywnych	5000 zł	5000 zł	5000 zł	5000 zł
Wynagrodzenie prowadzącego w materiałach video	5000 zł	1000 zł	1000 zł	4000 zł
Obróbka materiału wideo	2000 zł	2000 zł	2000 zł	2000 zł
Inne koszty materiału wideo	2000 zł	100 zł	500 zł	600 zł
Koszty sprzedaży	5 zł/szt.	5 zł/szt	5 zł/szt	5 zł/szt

jednostki kursu				
Cena				
Przewidywana cena sprzedaży dostępu do kursu	149 zł	99 zł	99 zł	199 zł
Przewidywana sprzedaż				
1. rok po wprowadzeniu	110 szt.	50 szt.	70 szt.	60 szt.
2. rok po wprowadzeniu	180 szt.	60 szt.	110 szt.	70 szt.
3. rok po wprowadzeniu	130 szt.	70 szt.	120 szt.	90 szt.
4. rok po wprowadzeniu	80 szt.	80 szt.	130 szt.	100 szt.
5. rok po wprowadzeniu	0	90 szt.	130 szt.	50 szt.
6. rok po wprowadzeniu	0	100 szt.	140 szt.	0

Kasia pracuje nad realizacją działań promocyjnych wyznaczonych przez Weronikę. Jednym z działań jest zapoznanie klientów wcześniejszych kursów z nową ofertą. Aby zachęcić ich do korzystania z nowych materiałów, stworzono program, w ramach którego uczestnicy uzyskują zniżki na kolejne kursy: za drugi kurs płać 90% ceny, za trzeci 75%, a za czwarty i każdy kolejny 55%. Promocji służą również aktywności na portalach społecznościowych. W ich ramach przygotowywane są konkursy dla potencjalnych klientów, a także udostępniane są kody promocyjne. Inną formą promocyjną są reklamy w wyszukiwarkach internetowych, które opierają się na tzw. hasłach kluczowych.

11. Na podstawie powyższych danych można stwierdzić, że przedsiębiorstwu opłaca się wprowadzić do oferty kurs:

- a. „Gotowanie dla zaawansowanych” (P)
- b. „Szydełkowanie” (P)
- c. „Ogródek na balkonie” (P)
- d. „Spodziewam się dziecka” (P)

Komentarz:

Z podanych w tabeli danych wynika, iż w perspektywie 6 lat kursy osiągną następującą wysokość sprzedaży:

- 500 szt. kursu „Gotowanie dla zaawansowanych”
- 450 szt. kursu „Szydełkowanie”
- 700 szt. kursu „Ogródek na balkonie”
- 370 szt. kursu „Spodziewam się dziecka”

Koszty stałe dla każdego kursu obejmują: przygotowanie scenariusza, opracowanie techniczne materiałów interaktywnych, wynagrodzenie prowadzącego w materiałach video, obróbka materiału wideo i inne koszty materiału wideo. Łącznie dla poszczególnych kursów:

- „Gotowanie dla zaawansowanych” - 17 000 zł
- „Szydełkowanie” – 10 100 zł
- „Ogródek na balkonie” – 11 500 zł
- „Spodziewam się dziecka” – 16 600 zł

Koszt sprzedaży jednego kursu (jedyne koszty zmienne) dla każdego kursu wynosi 5 zł za jednostkę. Uwzględniając go oraz ceny można wyliczyć zyski dla każdego kursu

- „Gotowanie dla zaawansowanych”: 500 szt. \times (149 zł – 5 zł) - 17 000 zł = 55 000 zł
- „Szydełkowanie”: 450 szt. \times (99 zł – 5 zł) - 10 100 zł = 32 200 zł
- „Ogródek na balkonie”: 700 szt. \times (99 zł – 5 zł) - 11 500 zł = 54 300 zł
- „Spodziewam się dziecka”: 370 szt. \times (199 zł – 5 zł) - 16 600 zł = 55 180 zł

Oznacza to, że wszystkie kursy są opłacalne dla przedsiębiorstwa.

12. Ilościowy próg rentowności:

- a. jest najniższy dla kursu „Gotowanie dla zaawansowanych” (F)
- b. jest najniższy dla kursu „Szydełkowanie” (F)
- c. jest najwyższy dla kursu „Ogródek na balkonie” (P)
- d. jest najwyższy dla kursu „Spodziewam się dziecka” (F)

Komentarz:

Ilościowy próg rentowności to taka liczba sprzedanych kursów, która pozwoli pokryć koszty, a od której dany produkt zaczyna przynosić zyski. Dla poszczególnych kursów wynosi on:

- „Gotowanie dla zaawansowanych”: $17\,000\text{ zł} / (149\text{ zł} - 5\text{ zł}) = 118,06\text{ szt.}$
- „Szydełkowanie”: $10\,100\text{ zł} / (99\text{ zł} - 5\text{ zł}) = 107,45\text{ szt.}$
- „Ogródek na balkonie”: $11\,500\text{ zł} / (99\text{ zł} - 5\text{ zł}) = 122,34\text{ szt.}$
- „Spodziewam się dziecka”: $16\,600\text{ zł} / (199\text{ zł} - 5\text{ zł}) = 85,57\text{ szt.}$

13. Wartościowy próg rentowności w przypadku dwóch kursów przekracza 17 000 zł. Wśród tych kursów jest:

- a. „Gotowanie dla zaawansowanych” (P)
- b. „Szydełkowanie” (F)
- c. „Ogródek na balkonie” (F)
- d. „Spodziewam się dziecka” (P)

Komentarz:

Wartościowy próg rentowności pokazuje, jaką wysokość przychodów należy osiągnąć, aby dany produkt mógł zacząć przynosić zyski. Najłatwiej obliczyć go mnożąc ilościowy próg rentowności razy cenę produktu:

- „Gotowanie dla zaawansowanych”: $149 \text{ zł} \times 118,06 \text{ szt.} = 17\,590 \text{ zł}$
- „Szydełkowanie”: $99 \text{ zł} \times 107,45 \text{ szt.} = 10\,637 \text{ zł}$
- „Ogródek na balkonie”: $99 \text{ zł} \times 122,34 \text{ szt.} = 12\,112 \text{ zł}$
- „Spodziewam się dziecka”: $199 \text{ zł} \times 85,57 \text{ szt.} = 17\,028 \text{ zł}$

14. W drugim roku po wprowadzeniu próg rentowności przekroczy kurs:

- a. „Gotowanie dla zaawansowanych” (P)
- b. „Szydełkowanie” (P)
- c. „Ogródek na balkonie” (P)
- d. „Spodziewam się dziecka” (P)

Komentarz:

Porównanie progów rentowności wyliczonych w komentarzu do ćwiczenia 12 do przewidywanej sprzedaży produktów w pierwszym i drugim roku po wprowadzeniu pokazuje, że wszystkie kursy w tym czasie przekroczą próg rentowności.

15. Zgodnie z przewidywaniami w rozpatrywanym okresie najwyższe przychody przedsiębiorstwo osiągnie na kursie:

- a. „Gotowanie dla zaawansowanych” (P)
- b. „Szydełkowanie” (F)
- c. „Ogródek na balkonie” (F)
- d. „Spodziewam się dziecka” (F)

Komentarz:

Zgodnie z przewidywaniami przedsiębiorstwo osiągnie na każdym kursie następujące przychody:

- „Gotowanie dla zaawansowanych”: $500 \text{ szt.} \times 149 \text{ zł} = 74\,500 \text{ zł}$
- „Szydełkowanie”: $450 \text{ szt.} \times 99 \text{ zł} = 44\,550 \text{ zł}$
- „Ogródek na balkonie”: $700 \text{ szt.} \times 99 \text{ zł} = 69\,300 \text{ zł}$
- „Spodziewam się dziecka”: $370 \text{ szt.} \times 199 \text{ zł} = 73\,630 \text{ zł}$

16. Wśród dwóch najbardziej zyskowych kursów w rozpatrywanym okresie znajduje się:

- a. „Gotowanie dla zaawansowanych” (P)
- b. „Szydełkowanie” (F)
- c. „Ogródek na balkonie” (F)
- d. „Spodziewam się dziecka” (P)

Komentarz

Zgodnie z prognozami zyski z poszczególnych kursów wyniosą:

- Gotowanie dla zaawansowanych”: 500 szt. x (149 zł – 5 zł) – 17 000 zł = 55 000 zł
- „Szydełkowanie”: 450 szt. x (99 zł – 5 zł) – 10 100 zł = 32 200 zł
- „Ogródek na balkonie”: 700 szt. x (99 zł – 5 zł) – 11 500 zł = 54 300 zł
- „Spodziewam się dziecka”: 370 szt. x (199 zł – 5 zł) – 16 600 zł = 55 180 zł

17. Najbardziej zyskowy w perspektywie 7 lat będzie najprawdopodobniej kurs:

- a. „Gotowanie dla zaawansowanych” (F)
- b. „Szydełkowanie” (F)
- c. „Ogródek na balkonie” (P)
- d. „Spodziewam się dziecka” (F)

Komentarz:

Przedstawione dane obejmują 6 pierwszych lat po wprowadzeniu kursów. Z danych wynika, iż kursy „Gotowanie dla zaawansowanych” i „Spodziewam się dziecka” nie będą sprzedawane w 7. roku. Z pozostałych dwóch kursów to „Ogródek na balkonie” jest blisko najbardziej rentownego „Spodziewam się dziecka” pod względem zysków. Wystarczy, że w 7. roku zostanie sprzedanych: $(55\,180\text{ zł} - 54\,300\text{ zł}) / (99\text{ zł} - 5\text{ zł}) = 9,26$ kursów dot. uprawy ogródka, a jego zyski pozwolą na osiągnięcie pozycji lidera zyskowości. Z punktu widzenia trendu sprzedaży kursu „Ogródek na balkonie” przekroczenia tego progu w 7. roku jest bardzo prawdopodobne.

18. Jeśli założyc, że LearnPL na innych swoich produktach osiąga łączną marżę na pokrycie (czyli różnicę między przychodami a łącznymi kosztami sprzedaży jednostek dostępu do kursów) w wysokości 300 000 zł rocznie, a mimo to ponosi stratę, to:
- a. pozostałe koszty przedsiębiorstwa są równe 300 000 zł **(F)**
 - b. pozostałe koszty przedsiębiorstwa przekraczają 300 000 zł **(P)**
 - c. wprowadzenie nowych produktów poprawi wynik przedsiębiorstwa **(P)**
 - d. po wprowadzeniu wszystkich nowych produktów przedsiębiorstwo będzie osiągać zyski **(F)**

Komentarz:

Łączna marża na pokrycie to różnica między przychodami przedsiębiorstwa, a łącznymi kosztami sprzedaży jednostek dostępu do kursu. Jeżeli zostaną od niej odjęte pozostałe koszty przedsiębiorstwa, uzyskana zostanie informacja o zysku lub stracie.

Z obliczeń do innych pytań wiemy, że wprowadzenie nowych produktów poprawi wyniki przedsiębiorstwa. Nie wiemy jednak, jaka jest wartość wszystkich kosztów, dlatego nie wiemy, czy po wprowadzeniu produktów zostaną osiągnięte zyski.

19. Większość kosztów związanych z przygotowaniem nowego kursu:

- a. ma charakter kosztów stałych **(P)**
- b. ma charakter kosztów zmiennych **(F)**
- c. nie wpływa na rentowność **(F)**
- d. nie zostanie pokryta przez przychody **(F)**

Komentarz:

Większość kosztów związanych z przygotowaniem nowego kursu jest ponoszona jednorazowo przed rozpoczęciem sprzedaży. Oznacza to, że wysokość sprzedaży nie ma wpływu na ich wysokość – stanowią więc one koszty stałe.

Wysokość tych kosztów wpływa na rentowność (im wyższe, tym niższa rentowność – i odwrotnie). Wcześniejsze wyliczenia pokazują, że zostaną one pokryte przez koszty.

20. Wynagrodzenia Arka i Bartka należy zaliczyć do:

- a. kosztów stałych **(P)**
- b. kosztów zmiennych **(F)**
- c. przychodów **(F)**
- d. pasywów **(F)**

Komentarz:

Arek i Bartek pracują na etacie – ich wynagrodzenie nie jest uzależnione od wysokości sprzedaży. Są to więc koszty stałe.