

Piotr Maluśki

Przedsiębiorczość na planszy

PRZEWODNIK METODYCZNY DLA NAUCZYCIELA WRAZ Z KONSPEKTAMI ZAJĘĆ
Z ZAKRESU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ



Stowarzyszenie Krzewienia
Edukacji Finansowej

Piotr Maluśki

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ NA PLANSZY

**PRZEWODNIK METODYCZNY DLA NAUCZYCIELA
WRAZ Z KONSPEKTAMI ZAJĘĆ
Z ZAKRESU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ**



Stowarzyszenie Krzewienia
Edukacji Finansowej

Opracowanie: Piotr Maluśki

Konsultacje merytoryczne: Ewa Kruk

Katarzyna Kołodziejczyk

Bartosz Majewski

Piotr Tokarczyk

Projekt graficzny i skład: Dominik Płóciennik

Redakcja: Agnieszka Korzeniewska (eKorekta24)

Wydawca:

Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej

ul. Legionów 126, 81-472 Gdynia

tel.: 58 624 98 72

e-mail: skef@skef.pl

www.skef.pl

Wydanie I, Gdynia 2021 r.

ISBN 978-83-956764-1-3

Publikacja „Przedsiębiorczość na planszy. Przewodnik metodyczny dla nauczyciela wraz z konspektami zajęć z zakresu działalności gospodarczej” powstała w ramach projektu „Gra na start! Edukacja przedsiębiorcza młodzieży z wykorzystaniem planszowej gry edukacyjnej”. Projekt realizowany przez Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej z siedzibą w Gdyni z Narodowym Bankiem Polskim w ramach programu edukacji ekonomicznej.

Spis treści

Wprowadzenie

Własna firma czy praca na etacie?	4
Czy każdy może być przedsiębiorcą?	4
Na co należy zwrócić uwagę przed podjęciem decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej?	5
Korzyści z realizacji zajęć z wykorzystaniem gry planszowej „Przedsiębiorczość na planszy”	7

Co zawiera przewodnik?

1. Przebieg zajęć z wykorzystaniem gry planszowej „Przedsiębiorczość na planszy”	8
1.1. Opis i cel gry	8
1.2. Sposób wykorzystania gry podczas zajęć	9
1.3. Konspekty zajęć	9
1.4. Rola nauczyciela przed rozpoczęciem rozgrywki i podczas gry	9
1.5. Dyskusja z uczniami po zakończeniu gry	10
2. Zasoby wiedzy	
2.1. Informacje podstawowe, niezbędne do realizacji zajęć	
2.1.1. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej	10
2.1.2. Procedura zakładania jednoosobowej działalności gospodarczej	16
2.1.3. Wady i zalety prowadzenia działalności gospodarczej	17
2.2. Informacje dodatkowe, pomocne w realizacji zajęć	
2.2.1. Konstytucja biznesu	17
2.2.2. Podstawowe dane statystyczne dotyczące sektora przedsiębiorstw w Polsce. Istotne znaczenie mikroprzedsiębiorstw dla gospodarki	18
2.3. Wybrane pojęcia użyte w przewodniku metodycznym i konspektach zajęć	20

Konspekty zajęć

Konspekt zajęć nr 1 – „Jak zostać przedsiębiorcą?”	21
Konspekt zajęć nr 2 – „Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej”	32
Konspekt zajęć nr 3 – „Koncepty marketingowe”	37
Konspekt zajęć nr 4 – „Opłacalność działalności gospodarczej – próg rentowności”	44

Wprowadzenie

Własna firma czy praca na etacie?

Młody człowiek, który zbliża się do końca edukacji na poziomie szkoły ponadpodstawowej, zmuszony jest do odpowiedzenia sobie na ważne pytanie dotyczące jego najbliższej przyszłości. Musi zdecydować, czy chce kontynuować naukę, czy też rozpocząć pracę zawodową. Jeśli zdecyduje się na pracę, to jaka ona będzie? Czy chce być pracownikiem czy pracodawcą? A może wolałby być szefem dla samego siebie?

Własna działalność gospodarcza może być atrakcyjną formą realizacji kariery zawodowej, daje bowiem duże poczucie niezależności i samodzielności, a także może być źródłem spełnienia zawodowego i związanej z nim satysfakcji. Z drugiej strony rozwijanie biznesu stawia właściciela firmy w obliczu wielu wyzwań i niepewności, chociażby dotyczącej wysokości dochodów. Prowadzenie działalności daje mniejsze poczucie bezpieczeństwa, wymaga większego poświęcenia czasu i energii, dużego zaangażowania, a także – w przypadku działalności jednoosobowej lub spółki cywilnej – nakłada na przedsiębiorcę odpowiedzialność za zobowiązania całym swoim majątkiem. W wielu sytuacjach wiąże się też z koniecznością podejmowania ryzyka i funkcjonowania w sytuacjach stresowych. Decyzja o założeniu firmy i prowadzeniu własnego biznesu musi być więc dobrze przemyślana i poparta rzetelną analizą wielu czynników. Wartościowym narzędziem do takiej oceny może być biznesplan.

Praca etatowa może przynieść pracownikowi równie duże poczucie zadowolenia, jak przedsiębiorcy prowadzenie odnoszącej sukcesy firmy. Głównym czynnikiem przemawiającym za zatrudnieniem na etacie jest pewność regularnych wypłat wynagrodzenia na określonym poziomie, co oznacza bezpieczeństwo finansowe pracownika i jego rodziny oraz ułatwia podejmowanie wielu decyzji życiowych, np. dotyczących zaciągnięcia długoterminowego kredytu. Pracownik nie musi martwić się brakiem środków do życia w trakcie urlopu wypoczynkowego czy zwolnienia lekarskiego. Nie musi również pamiętać o terminowym opłacaniu składek na ubezpieczenia społeczne i zaliczki na podatek dochodowy – w jego imieniu robi to osoba, która go zatrudnia. W zamian pracodawca oczekuje dyscypliny, wywiązywania się z powierzonych obowiązków i wykonywania poleceń służbowych. Pracownik etatowy nie może też w pełni samodzielnie zarządzać swoim czasem zawodowym.

Warto jednak podkreślić, że nie ma lepszej i gorszej ścieżki zawodowej. Gospodarka potrzebuje zarówno pracodawców, jak i pracowników.

Czy każdy może być przedsiębiorcą?

Sukces w biznesie zależy od wielu czynników. Niewątpliwie najważniejsze z nich to dostrzeżenie możliwości, jakie stwarza otoczenie, oraz wizja działalności opartej na własnej wiedzy, zaangażowaniu i pracowitości. Czy to wystarczy? Prawdopodobnie nie, ponieważ nie każda osoba, która ma pomysł i wiedzę do jego realizacji, wykazuje się cechami i kompetencjami przedsiębiorczymi, umożliwiającymi skuteczne działanie. Jakże zatem cechy powinien mieć potencjalny przedsiębiorca, aby zwiększyć swoje szanse na powodzenie?

Wybrane cechy osoby przedsiębiorczej:

- wiara w siebie i we własne możliwości,
- samodzielność,
- odpowiedzialność,
- kreatywność i pomysłowość,
- umiejętność wyznaczania celów,
- zdolność wnikliwego, a jednocześnie krytycznego spojrzenia,
- umiejętność łączenia informacji,



- potrzeba osiągnięcia sukcesu,
- łatwość podejmowania decyzji,
- umiejętność podejmowania ryzyka,
- zdolność do działania w warunkach niepewności,
- komunikatywność, łatwość nawiązywania kontaktów i wpływania na innych,
- determinacja.

Wybrane kompetencje przedsiębiorcze:

- umiejętność planowania działań,
- aktywność i inicjatywność,
- niezależność i samodzielność,
- zdolności adaptacyjne,
- umiejętność podejmowania decyzji,
- zdolność do oceny i podejmowania ryzyka,
- odpowiedzialność,
- otwartość,
- umiejętność współpracy.

Na co należy zwrócić uwagę przed podjęciem decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej?

W grze i tym samym w przewodniku skupiliśmy się na wycinku działalności przedsiębiorczej, zgodnie z założeniem, że przyszły przedsiębiorca ma dobry pomysł na biznes i przystępuje do jego wdrożenia (dlatego zakładanie działalności i późniejsze decyzje związane z jej prowadzeniem zostały szczególnie uwypuklone w grze). Rolą nauczyciela, chcącego w sposób odpowiedzialny wzmocnić postawy przedsiębiorcze swoich uczniów, powinno być wyjaśnienie co należy rozumieć przez określenie „dobry pomysł na biznes”. Część uczniów może mianowicie uznać, że nie jest w stanie wpaść na dobry pomysł, i jej motywacja do zaangażowania się w proponowane zadania związane z grą będzie niewielka. Z tego względu konieczne będzie objaśnienie młodzieży, czym jest dobry pomysł i jakie mogą być źródła jego inspiracji. Z kolei inna grupa może bezkrytycznie podejść do swojego pomysłu – w takiej sytuacji niezbędne będzie jej uwrażliwienie na ryzyko związane z prowadzeniem działalności gospodarczej oraz najczęściej popełniane przez początkujących przedsiębiorców błędy.

By zainspirować uczniów do szerszego spojrzenia na tę kwestię, warto nawiązać do powszechnego mitu blokującego przedsiębiorczość, zgodnie z którym wartościowy pomysł biznesowy to przełomowa, radykalna innowacja, w sposób rewolucyjny zmieniająca nasze życie. Oczywiście sukcesy projektów bazujących na udanych nowatorskich koncepcjach najbardziej rozpalają wyobraźnię – towarzyszą im największe wzrosty wartości firm i największe zainteresowanie medialne. Warto jednak uświadomić uczniom, że tylko niewielki odsetek przedsiębiorców wprowadzających innowacje osiąga sukces i że taki sam efekt biznesowy można uzyskać dzięki posiadaniu przewagi konkurencyjnej (wynikającej np. z oferowania produktów/usług lepszej jakości od konkurencji czy stosowania niższych cen), znalezieniu niszy rynkowej lub wprowadzeniu wtórnych, lecz nieznacznie zmodyfikowanych sprawdzonych rozwiązań. Można np. zaoferować:

- nowy, nieznacznie ulepszony produkt lub usługę – wzbogacić dotychczasowe portfolio produktów,
- nowe metody wytwarzania produktów lub świadczenia usług,
- nowe sposoby dotarcia do klienta z produktem,
- nowe sposoby przekazywania informacji klientom o produktach bądź usługach.

Warto pokazać uczniom różne ścieżki dochodzenia przedsiębiorców do własnych pomysłów biznesowych (oraz zachęcić ich, by spróbowali znaleźć przykłady ze swojego najbliższego otoczenia). Najczęstszymi źródłami inspiracji w biznesie są:

- wcześniejsze doświadczenia zdobyte w konkretnej branży i dostrzeżone luki, które dana osoba jako przedsiębiorca działający na własny rachunek może wypełnić (np. zrobić coś lepiej),
- tradycje rodzinne,

- obserwacje działań biznesowych podejmowanych przez innych (np. sprawdzone pomysły realizowane w innych krajach),
- nisze rynkowe, związane z obsługą specyficznych potrzeb wąskich grup klientów,
- własne negatywne doświadczenia związane z poszukiwaniem produktu lub usługi i uświadomienie sobie, że w podobnej sytuacji może być wielu innych potencjalnych klientów,
- własne hobby,
- rynki pomysłów biznesowych (gotowe koncepty franczyzowe).

Warto również przy tej okazji podkreślić, że każde z opisanych źródeł inspiracji ma mocne i słabe strony, które w przyszłości będą wpływać na ryzyko związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Niezależnie od wybranego pomysłu, przed podjęciem decyzji o wdrożeniu należy ocenić, czy jego atrakcyjność jest na pewno na poziomie uzasadniającym dalsze angażowanie czasu i środków przedsiębiorcy. Nie musi to być od razu czasochłonna analiza związana z przygotowaniem biznesplanu¹. Często już wstępna odpowiedź na następujące pytania pozwala dokonać pierwszej selekcji:

- Czy projekt ma szansę powodzenia?
- Jakie mogą być zagrożenia i ryzyko funkcjonowania?
- Jakie nakłady niezbędne są do zrealizowania planu?
- Jaki jest potencjalny rynek i konkurencja?
- Jakie zmiany w otoczeniu mogą zagrozić realizacji pomysłu?
- Jakie jest dotychczasowe doświadczenie kadry zarządzającej?

Inną metodą wstępnej weryfikacji może być posłużenie się szablonem Business Model Canvas². Pomaga on w uszczegółowieniu pomysłu na biznes na podstawie – zapisanych na dużym arkuszu papieru – odpowiedzi na pytania o to, w jaki sposób w przyszłej działalności określimy:

- segmenty klientów,
- propozycję wartości,
- kanały dystrybucji,
- relację z klientami,
- strumień przychodów,
- kluczowe zasoby,
- kluczowe działania,
- kluczowych partnerów,
- strukturę kosztów.

Warto również uświadomić uczniom, że nie każde przedsięwzięcie kończy się sukcesem, nawet jeżeli w analizach zapisanych w biznesplanach wszystko się zgadza w najdrobniejszych szczegółach. Ryzyko niepowodzenia jest większe, jeśli dana osoba nie podejmowała wcześniej prób prowadzenia działalności, a co za tym idzie – może popełniać błędy. Najczęstsze z nich u początkujących przedsiębiorców to:

- zbytni optymizm,
- tzw. słomiany zapał,
- niedoszacowanie kosztów,
- przeszacowanie przychodów,
- zbyt duża wiara w wartość pomysłu,
- za mało uwagi poświęconej kompetencjom biznesowym,
- brak odpowiedniego doświadczenia w biznesie,
- brak analizy zmian w trakcie realizacji pomysłu (próba kurczowego trzymania się wypracowanych wcześniej założeń biznesowych).

¹ Przygotowanie biznesplanu zostało przybliżone w pierwszym konspekcie lekcji.

² Jego autorami są A. Osterwalder i Y. Pigneur.

Korzyści z realizacji zajęć z wykorzystaniem gry planszowej „Przedsiębiorczość na planszy”

Korzyści dla uczniów

Gra planszowa „Przedsiębiorczość na planszy” daje uczniom możliwość obserwacji i zrozumienia mechanizmów zarządzania firmą w praktyce, tzn. poprzez wcielanie się w rolę przedsiębiorców produkujących i sprzedających sprzęt sportowy w otoczeniu konkurencyjnym innych podmiotów na rynku. Dzięki udziałowi w zajęciach – przeprowadzonych na podstawie zawartych w publikacji konspektów z wykorzystaniem gry – uczniowie zdobędą lub poszerzą swoją wiedzę na temat zakładania firmy i zarządzania nią. Uczestnictwo w zajęciach ma ponadto przyczynić się do rozbudzenia w uczniach zainteresowania tą tematyką i rozwijania postaw przedsiębiorczych, co w przyszłości może przełożyć się na chęć prowadzenia własnego biznesu przez niektórych z nich.

Zajęcia z wykorzystaniem gry planszowej stanowią atrakcyjną alternatywę dla tradycyjnej lekcji przedsiębiorczości z zakresu prowadzenia działalności gospodarczej.

Dodatkowo uczniowie mają możliwość kształtowania umiejętności pracy w grupie, planowania, analizy, a także podejmowania decyzji oraz ponoszenia ich konsekwencji.

Korzyści dla nauczycieli

Efektywna edukacja przedsiębiorcza powinna opierać się na aktywnych metodach pracy. Doświadczenie pokazuje bowiem, że podczas zajęć z przedsiębiorczości prowadzonych w sposób tradycyjny uczniowie zazwyczaj przyjmują bierną postawę.

Gra planszowa „Przedsiębiorczość na planszy” powstała jako dodatkowe – nowe i oryginalne – narzędzie dla nauczyciela do pracy z uczniami na lekcjach przedsiębiorczości oraz innych zajęciach z zakresu działalności gospodarczej. Celem jego opracowania była chęć zwiększenia potencjału metodycznego w zakresie nauczania przedsiębiorczości oraz poszerzenia warsztatu metodycznego osoby nauczającej.

Wykorzystanie gry planszowej przez nauczyciela w jego pracy może przyczynić się do skuteczniejszego przekazywania wiedzy z zakresu zarządzania firmą oraz uatrakcyjnić zajęcia z uczniami. Czas trwania rozgrywki (wariant podstawowy: 45 min lub rozszerzony: 90 min) został dostosowany do wymiaru czasowego lekcji.

Przeprowadzenie zajęć na podstawie zawartych w publikacji konspektów pozwala zrealizować wybrane zagadnienia ujęte w podstawie programowej przedmiotu podstawy przedsiębiorczości dla szkół ponadpodstawowych.

Przewodnik metodyczny dla nauczyciela, oprócz wsparcia w prowadzeniu lekcji z wykorzystaniem gry „Przedsiębiorczość na planszy”, jest źródłem podstawowej i uzupełniającej wiedzy w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej.



Co zawiera przewodnik?

1. Przebieg zajęć z wykorzystaniem gry planszowej „Przedsiębiorczość na planszy”

Gra planszowa „Przedsiębiorczość na planszy” może być wykorzystana przez nauczyciela na początku zajęć (jako element inicjujący) lub na ich końcu (jako podsumowanie). W zależności od wybranej opcji proponowane są dwa scenariusze przebiegu zajęć, opisane w pięciu krokach.

Przebieg zajęć w przypadku wykorzystania gry planszowej na ich początku:

- ➡ krok 1 – wprowadzenie do zasad gry, zapoznanie uczniów z instrukcją i elementami gry (czas realizacji: 30 min);
- ➡ krok 2 – podział uczniów na 2–4-osobowe zespoły oraz przygotowanie do rozgrywki (czas realizacji: 15 min);
- ➡ krok 3 – rozgrywka w zależności od wybranego wariantu – krótsza lub rozszerzona (czas realizacji: 45 lub 90 min);
- ➡ krok 4 – podsumowanie rozgrywki, dyskusja z uczniami, wspólne formułowanie wniosków (czas realizacji: 45 min);
- ➡ krok 5 – realizacja zajęć na podstawie jednego z konspektów (czas realizacji: 45 min).

Łączny czas zajęć z wykorzystaniem gry planszowej: **4 godziny lekcyjne** (wariant krótszy) lub **5 godzin lekcyjnych** (wariant rozszerzony).

Przebieg zajęć w przypadku wykorzystania gry planszowej na ich końcu:

- ➡ krok 1 – realizacja zajęć na podstawie jednego z konspektów (czas realizacji: 45 min);
- ➡ krok 2 – wprowadzenie do zasad gry, zapoznanie uczniów z instrukcją i elementami gry (czas realizacji: 30 min);
- ➡ krok 3 – podział uczniów na 2–4-osobowe zespoły oraz przygotowanie do rozgrywki (czas realizacji: 15 min);
- ➡ krok 4 – rozgrywka w zależności od wybranego wariantu – krótsza lub rozszerzona (czas realizacji: 45 lub 90 min);
- ➡ krok 5 – podsumowanie rozgrywki, dyskusja z uczniami, wspólne formułowanie wniosków (czas realizacji: 45 min).

Łączny czas zajęć z wykorzystaniem gry planszowej: **4 godziny lekcyjne** (wariant krótszy) lub **5 godzin lekcyjnych** (wariant rozszerzony).

1.1. Opis i cel gry

Gra planszowa „Przedsiębiorczość na planszy” przeznaczona jest dla młodzieży w wieku od 15 lat i może wziąć w niej udział od 2 do 4 graczy. Może być rozgrywana wielokrotnie ze względu na możliwość przyjęcia różnych strategii przez uczestników oraz mnogość kart, które zmieniają wynik partii. Przewidziane są dwa warianty gry: krótszy (45 min) i rozszerzony (do 90 min). Oprócz różnicy w długości rozgrywki wersja rozszerzona wzbogacona jest o dodatkowe elementy – karty rozwoju, które stwarzają więcej możliwości dla graczy i pozwalają na rywalizację o zwiększenie wartości swojego przedsiębiorstwa, czyli majątku firmy. Rozgrywka trwa określoną liczbę rund w zależności od liczby graczy: 4 rundy w grze 4-osobowej, 5 – w 3-osobowej i 6 – w 2-osobowej.

W grze planszowej „Przedsiębiorczość na planszy” gracze wcielają się w przedsiębiorców, z których każdy prowadzi firmę produkującą i sprzedającą sprzęt sportowy. Jako właściciele muszą podejmować decyzje dotyczące produkowanego asortymentu, zadbać o zakup zasobów niezbędnych do produkcji, prowadzić działania marketingowe, inwestować w rozwój firmy i zatrudniać odpowiednich specjalistów. Rozgrywka przebiega w rundach składających się z czterech części: fazy przygotowań, w trakcie której gracze dokonują zakupu zasobów, etapu produkcji, sprzedaży i księgowości. Wygrywa

osoba, której przedsiębiorstwo osiągnie najwyższą wartość w dwóch dziedzinach: rozpoznawalność marki i zasoby finansowe.

1.2. Sposób wykorzystania gry podczas zajęć

Gra planszowa „Przedsiębiorczość na planszy” może zostać wykorzystana przez nauczyciela jako element inicjujący zajęcia i stanowić punkt wyjścia do późniejszej dyskusji oraz formułowania wniosków lub jako podsumowanie lekcji na wybrany temat.

1.3. Konspekty zajęć

Przewodnik metodyczny dla nauczyciela zawiera cztery niezależne konspekty zajęć z wykorzystaniem gry „Przedsiębiorczość na planszy”: konspekt 1 – „Jak zostać przedsiębiorcą?”, konspekt 2 – „Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej”, konspekt 3 – „Koncepcje marketingowe”, konspekt 4 – „Opłacalność działalności gospodarczej – próg rentowności”. Każdy z nich zawiera cele, odniesienie do podstawy programowej przedmiotu podstawy przedsiębiorczości (cele kształcenia ogólnego, kształcone umiejętności i stosowanie wiedzy w praktyce, postawy), ważne pojęcia i zagadnienia do wyjaśnienia w toku lekcji, metody i techniki pracy, środki dydaktyczne, inne pomoce oraz opis przebiegu zajęć. Konspekty obejmują także ćwiczenia do wykonania przez uczniów na lekcji, przykładowe pytania, które mogą stanowić punkt wyjścia do dyskusji rozpoczynającej zajęcia i podsumowującej lekcję oraz propozycję zadania domowego. Każdy konspekt przewidziany jest do realizacji zajęć w wymiarze jednej godziny lekcyjnej.

Konspekt 1 – „Jak zostać przedsiębiorcą?” – pozwala zrealizować zajęcia w następującym obszarze tematycznym: cechy osoby przedsiębiorczej, predyspozycje i kompetencje do prowadzenia działalności gospodarczej, biznesplan, procedura zakładania jednoosobowej działalności gospodarczej.

Konspekt 2 – „Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej” – pozwala zrealizować zajęcia w następującym obszarze tematycznym: zalety i wady prowadzenia działalności gospodarczej, jej formy organizacyjno-prawne, przepisy prawne regulujące działalność gospodarczą, konstytucja biznesu.

Konspekt 3 – „Koncepcje marketingowe” – pozwala zrealizować zajęcia w następującym obszarze tematycznym: koncepcja 4P (marketing mix), trendy w marketingu.

Konspekt 4 – „Opłacalność działalności gospodarczej – próg rentowności” – pozwala zrealizować zajęcia w następującym obszarze tematycznym: zarządzanie finansami przedsiębiorstwa, dokumenty finansowe (rachunek zysków i strat, bilans, rachunek przepływów pieniężnych), przychody i koszty, próg rentowności.

1.4. Rola nauczyciela przed rozpoczęciem rozgrywki i podczas gry

Bezpośrednio przed rozpoczęciem rozgrywki nauczyciel powinien przedstawić uczniom jej zasady, omówić wspólnie z nimi instrukcję gry i zaprezentować jej poszczególne elementy (plansze, karty, żetony itd.). Jego zadaniem jest również wyraźne wskazanie celu gry. Omówienie zasad nie powinno zająć dłużej niż 30 min. Następnie prowadzący dzieli uczniów na 2–4-osobowe zespoły (zaleca się utworzenie grup o zbliżonym potencjale), a każda grupa przygotowuje akcesoria do rozgrywki – rozkłada poszczególne elementy zgodnie z instruktażem nauczyciela.

Uczniowie powinni podczas rozgrywki pracować samodzielnie – analizować bieżącą sytuację i podejmować odpowiednie decyzje bez konsultacji z nauczycielem. Rolą prowadzącego jest bycie „strażnikiem zasad gry” – wyjaśnianie niezrozumiałych zasad, instruowanie co do dalszych kroków – bez sugerowania decyzji uczniom czy dokonywania wyborów za nich. Po zakończeniu rozgrywki wskazana jest aktywność nauczyciela polegająca na moderacji dyskusji oraz wspólnego formułowania wniosków.

1.5. Dyskusja z uczniami po zakończeniu gry

Ze względu na samodzielną pracę uczniów podczas gry, odbywającą się jedynie pod nadzorem nauczyciela, niezbędne jest jej krótkie podsumowanie. Warto zapytać młodzież o jej przemyślenia po zakończonej rozgrywce – w kontekście obserwacji mechanizmów zarządzania firmą, przyswojenia przez nią wiedzy w tym zakresie, a także odczuć dotyczących chęci prowadzenia działalności gospodarczej w przyszłości.

Przykładowe pytania:

- Jak oceniacie przebieg rozgrywki?
- Które podjęte przez Was decyzje podczas gry oceniacie jako słuszne, a które jako błędne?
- Czy zmienilibyście zastosowaną przez Was strategię rozgrywki w przyszłości? Dlaczego?
- Czego nauczyliście się w trakcie gry?
- Co było dla Was najtrudniejsze w trakcie gry i dlaczego?
- Czy gra rozbudziła w Was chęć prowadzenia własnego biznesu w przyszłości?

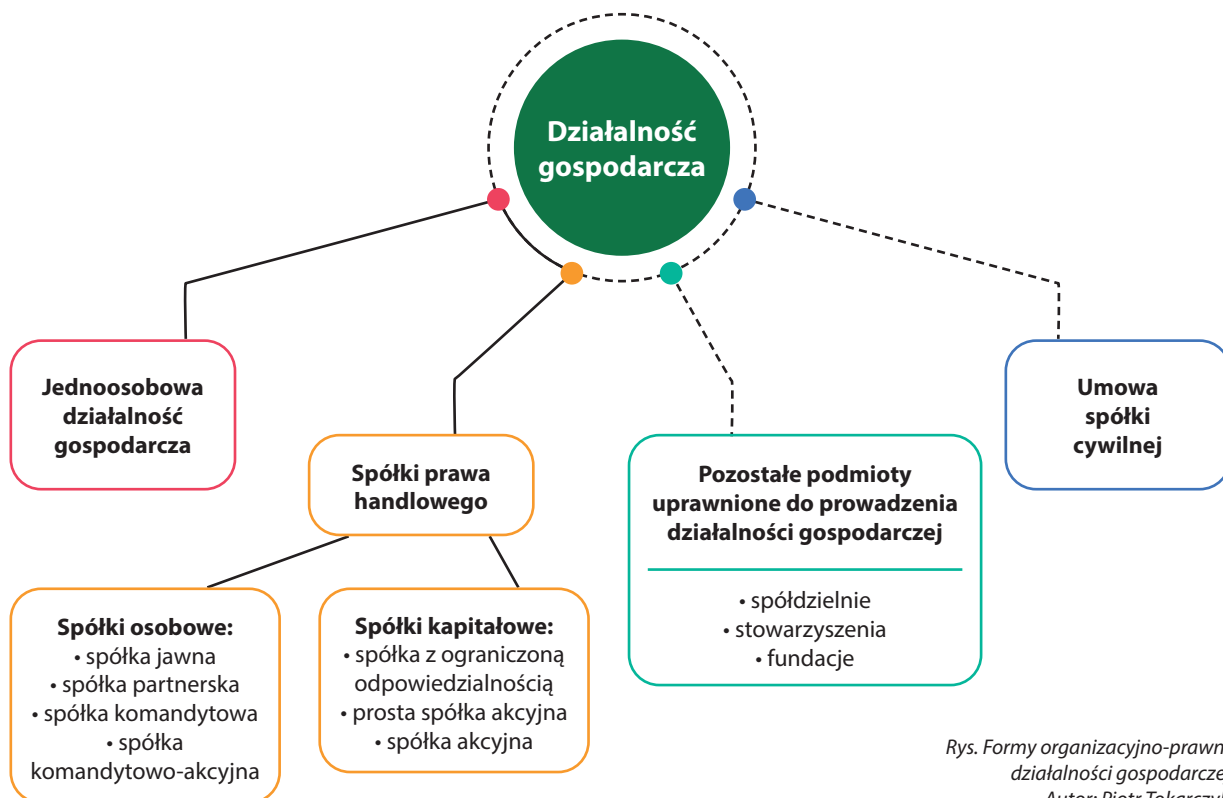
2. Zasoby wiedzy

2.1. Informacje podstawowe, niezbędne do realizacji zajęć

2.1.1. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej

Podstawę prawną działalności gospodarczej stanowią następujące akty:

- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. 2018 poz. 646),
- Ustawa z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz. U. 2000 nr 94 poz. 1037),
- Ustawa z dnia 16 września 1982 r. Prawo spółdzielcze (Dz. U. 1982 nr 30 poz. 210),
- Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach (Dz. U. 1989 nr 20 poz. 104),
- Ustawa z dnia 6 kwietnia 1984 r. o fundacjach (Dz. U. 1984 nr 21 poz. 97),
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. 1964 nr 16 poz. 93).



Rys. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej.
Autor: Piotr Tokarczyk.

Jednoosobowa działalność gospodarcza

Jest to najbardziej popularna i najprostsza forma działalności zarobkowej podejmowana przez osobę fizyczną. Tego rodzaju działalność prowadzona jest we własnym imieniu, w sposób zorganizowany i ciągły.

Jednoosobowa działalność gospodarcza wymaga rejestracji w CEIDG (Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej)³. Do jej uruchomienia nie potrzeba minimalnego wkładu finansowego. Nazwa firmy jednoosobowej składa się z: imienia i nazwiska właściciela oraz tzw. części marketingowej (określającej rodzaj świadczonych usług lub jakiś element bez znaczenia gospodarczego, np. Jan Kowalski – trik). Jednoosobowa działalność gospodarcza otrzymuje numer REGON (Rejestr Gospodarki Narodowej) i posługuje się NIP (Numer Identyfikacji Podatkowej) osoby fizycznej prowadzącej tę działalność. Przedsiębiorca ma obowiązek zgłoszenia siebie do ZUS-u (Zakładu Ubezpieczeń Społecznych) jako płatnika składek (opłaca on składki na ubezpieczenia społeczne i składkę zdrowotną, a w przypadku ubezpieczenia z innego tytułu – tylko składkę zdrowotną). Składki ZUS-owskie muszą być opłacone w każdym miesiącu, nawet jeśli przedsiębiorca nie osiągnie w nim żadnego przychodu.

Przedsiębiorca prowadzący jednoosobową działalność może wybrać jedną z czterech form opodatkowania, a mianowicie:

- opodatkowanie na zasadach ogólnych (wg skali podatkowej) – to podstawowa forma opodatkowania działalności gospodarczej (17% lub 32% w odniesieniu do dochodu powyżej 85 528 zł),
- podatek PIT liniowy (19%),
- ryczałt od przychodów ewidencjonowanych (w zależności od rodzaju wykonywanej działalności: 3%, 5,5%, 8,5%, 17%, 20%),
- karta podatkowa – o wysokości podatku decyduje naczelnik urzędu skarbowego w zależności od rodzaju działalności i miejsca jej wykonywania.

Zalety jednoosobowej działalności gospodarczej:

- szybkie i proste założenie firmy,
- niskie koszty uruchomienia działalności gospodarczej,
- brak wymagania dotyczącego kapitału początkowego,
- uproszczona forma księgowości,
- możliwość opodatkowania uwzględniającego zasoby finansowe właściciela.

Wady jednoosobowej działalności gospodarczej:

- odpowiedzialność całym majątkiem osobistym za zobowiązania firmy,
- konieczność samodzielnego zapewnienia sobie przez właściciela materiałów i maszyn niezbędnych do prowadzenia działalności,
- obowiązek regulowania zobowiązań wobec ZUS-u niezależnie od wyników finansowych.

Działalność nierejestrowa

Konstytucja biznesu umożliwiła osobom fizycznym prowadzenie działalności bez konieczności rejestracji. Należy jednak spełnić pewne warunki, m. in. przychody uzyskiwane z działalności nie mogą przekroczyć w żadnym miesiącu 50% kwoty minimalnego wynagrodzenia, w okresie ostatnich 60 miesięcy nie można wykonywać działalności gospodarczej. Działalność nierejestrowa nie jest uznawana za działalność gospodarczą. Jej celem jest umożliwienie legalnego dorywczego świadczenia usług, takich jak okazjonalne naprawy samochodu czy sprzedaż rękodzieła. Dochody z takiej działalności są opodatkowane na zasadach ogólnych.



³ Procedura zakładania jednoosobowej działalności gospodarczej została szczegółowo opisana w rozdziale 2.1.2.

Spółki prawa handlowego

Spółki osobowe

Jedynym celem spółek osobowych jest prowadzenie działalności gospodarczej. Nie mają one osobowości prawnej – są to tzw. jednostki organizacyjne niebędące osobami prawnymi, które mają zdolność prawną. Spółkę osobową muszą założyć co najmniej dwie osoby (fizyczne, prawne, jednostki organizacyjne niebędące osobami prawnymi, które mają zdolność prawną). Wspólnicy wnoszą odpowiednie wkłady (majątek spółki), zajmują się zarządzaniem, za zobowiązania odpowiadają własnym majątkiem. Ponadto istnieje obowiązek zgłoszenia spółki do rejestru przedsiębiorców.

Spółka jawna – najprostsza forma spółki osobowej.

Cechy charakterystyczne tej formy organizacyjno-prawnej działalności gospodarczej:

- skład właścicieli spółki jest stały,
- wspólnikami mogą być osoby fizyczne, osoby prawne, podmioty nieposiadające pełnej zdolności prawnej,
- każdy wspólnik ma możliwość działania w spółce i reprezentowania jej na zewnątrz,
- każdy wspólnik odpowiada za jej długi swoim prywatnym majątkiem,
- wkłady wspólników, którymi mogą być: wniesione rzeczy, wniesione prawa użytkowania lub pobierania pożytków z rzeczy, pieniędzy albo praca wspólników, stanowią majątek spółki.

Spółka jawna powinna mieć w nazwie firmy nazwisko co najmniej jednego wspólnika (może mieć ich więcej). Jej powstanie jest możliwe tylko w przypadku zawarcia pisemnej umowy spółki przez wspólników. Zgłoszenia spółki do rejestru przedsiębiorców może dokonać jeden ze wspólników.

Najważniejszym, a szczególnie istotnym dla kontrahentów obowiązkiem każdego wspólnika jest odpowiedzialność za długi spółki. Odpowiedzialność ta jest:

- nieograniczona – wierzyciele mają możliwość egzekwowania długów z majątku wspólnika,
- solidarna – zobowiązania są wspólne, a więc wierzyciel może żądać zaspokojenia roszczeń od wszystkich wspólników,
- subsydiarna – egzekwowanie zobowiązań można rozpocząć dopiero w momencie wyczerpania możliwości egzekucji z majątku spółki.

Rozwiązanie spółki jawnej następuje z chwilą skreślenia jej z rejestru. Przykładowe przyczyny rozwiązania to: jednomyślna uchwała wszystkich wspólników o rozwiązaniu, upadłość spółki, wypowiedzenie umowy spółki przez wspólnika lub jego śmierć.

Spółka partnerska – może zostać utworzona tylko przez osoby uprawnione do wykonywania wolnych zawodów, takich jak adwokat, architekt, lekarz czy broker ubezpieczeniowy.

Cechy szczególne spółki partnerskiej w porównaniu z pozostałymi spółkami osobowymi:

- partnerami mogą być tylko osoby fizyczne,
- celem działalności spółki jest wykonywanie wolnego zawodu,
- spółka może być reprezentowana, a jej sprawy prowadzone przez:
 - powołany zarząd spółki (aby partnerzy mogli skupić się na pracy zawodowej),
 - partnerów.

Powstanie spółki musi być poprzedzone zawarciem umowy przez wspólników. Następnie trzeba dokonać zgłoszenia spółki do KRS-u (Krajowego Rejestru Sądowego) i dokonać wpisu. W umowie spółki należy wskazać wolny zawód wykonywany przez wspólników oraz przedmiot jej działalności, który musi być związany z zawodem. Ważnym elementem jest informacja o wartości wkładów wniesionych przez partnerów. W umowie spółki trzeba także wskazać firmę i siedzibę spółki, wspólników, którzy ponoszą odpowiedzialność nieograniczoną, a także tych z nich, którzy mają prawo jej reprezentowania.

Ważną cechą spółki partnerskiej jest odpowiedzialność za jej zobowiązania ograniczająca się tylko do pracy własnej partnera – nie odpowiada on za działania innych wspólników. Przykładowo w spółce

partnerskiej lekarzy za błędną operację odpowiedzialność ponosi tylko ten z nich, który operację wykonywał.

Spółka partnerska odpowiada w sposób nieograniczony za zobowiązania wynikające z jej działalności (np. wypłatę pensji pracownikom). Ponosi też odpowiedzialność za działania pracowników niebędących partnerami, jeżeli takie zobowiązanie powstało w sprawie spółki, a nie konkretnego partnera.

Przyczyny rozwiązania spółki są takie same jak spółki jawnej.

Spółka komandytowa – w najprostszym ujęciu jest to podmiot, w którym spotykają się ze sobą: osoba z pomysłem na biznes, ale bez funduszy na zainwestowanie w działalność – tzw. komplementariusz – oraz ktoś, kto jest w stanie zainwestować środki finansowe w spółkę – tzw. komandytariusz.

Spółka komandytowa powstaje w momencie spisania jej umowy i wpisania do rejestru.

Cechy charakterystyczne tej formy organizacyjno-prawnej działalności gospodarczej:

- komplementariusz odpowiada za prowadzenie spraw spółki,
- odpowiedzialność wspólników jest zróżnicowana: komplementariusz odpowiada całym swoim majątkiem bez ograniczeń, natomiast komandytariusz – tylko do tzw. sumy komandytowej (określonej w umowie sumy stanowiącej górną granicę odpowiedzialności za długi spółki).

Zarówno komplementariusz, jak i komandytariusz są zobowiązani do wniesienia wkładu (może być to również wkład niefinansowy). Niemniej jednak w przypadku komandytariusza wysokość wniesionego wkładu jest ściśle powiązana z jego odpowiedzialnością i sumą komandytową. Jeśli wkład wniesiony do spółki jest warty mniej niż suma komandytowa, to komandytariusz odpowiada w zakresie różnicy pomiędzy jego wartością a ustaloną sumą komandytową. Jeśli wartość wkładu wniesionego do spółki przez komandytariusza jest równa sumie komandytowej, to nie jest on dodatkowo odpowiedzialny za zadłużenie spółki w jakimkolwiek stopniu.

Odpowiedzialność komandytariusza będzie miała charakter nieograniczony, jeżeli w nazwie spółki zostanie zamieszczone jego imię i nazwisko.

Przykład 1: w spółce komandytowej występuje dwóch wspólników (komplementariusz i komandytariusz), z których każdy wniósł wkład w wysokości 10 tys. zł, natomiast wartość sumy komandytowej określona jest na kwotę 15 tys. zł. Spółka ma zadłużenie na kwotę 50 tys. zł. Jak kształtuje się odpowiedzialność komplementariusza i komandytariusza? Odpowiedzialność komandytariusza: uiszczony na rzecz spółki wkład w wysokości 10 tys. zł zostaje zaliczony na poczet długów. Dodatkowo komandytariusz odpowiada za długi spółki w kwocie 5 tys. zł, ponieważ suma komandytowa, do jakiej się zobowiązał w umowie spółki, wynosi 15 tys. zł. Powyżej tej kwoty jest on wolny od odpowiedzialności. Odpowiedzialność komplementariusza: uiszczony na rzecz spółki wkład w wysokości 10 tys. zł zostaje zaliczony na poczet długów. Komplementariusz odpowiada całym swoim majątkiem za wszystkie długi spółki, może więc zostać pociągnięty do odpowiedzialności do całej kwoty zadłużenia, czyli 50 tys. zł.

Przykład 2: w spółce występuje dwóch wspólników, a jej dług wynosi 50 tys. zł. Wkład, jaki wniósł komandytariusz, ma wartość 15 tys. zł i jest równy wskazanej sumie komandytowej. Komplementariusz wniósł wkład w wysokości 20 tys. zł. Jak kształtuje się odpowiedzialność obu wspólników? Odpowiedzialność komandytariusza: na poczet długu zostaje zaliczona cała kwota wkładu. Był on tej samej wysokości, co suma komandytowa, a więc komandytariusz zwolniony jest z dalszej odpowiedzialności. W przypadku komplementariusza uiszczony na rzecz spółki wkład w wysokości 20 tys. zł zostaje zaliczony na poczet długów. Za pozostałe zobowiązania odpowiada on swoim majątkiem.

Komplementariusz może reprezentować spółkę we wszystkich aspektach działalności. Komandytariusz nie ma ustawowego prawa reprezentowania spółki, chyba że komplementariusz udzieli mu prokury (specjalnej formy pełnomocnictwa przedsiębiorców) lub jednego z trzech pełnomocnictw (ogólnego, rodzajowego lub do poszczególnych czynności). Komandytariusz nie ma prawa prowadzenia spraw spółki, w sprawach przekraczających zakres zwykłych czynności wymagana jest jednak

jego zgoda. Komandytariusz uczestniczy w zysku spółki proporcjonalnie do wniesionego wkładu. Rozwiązanie spółki jest identyczne jak spółki jawnej.

Spółka komandytowo-akcyjna – pomimo że jest spółką osobową, ma niektóre cechy spółki kapitałowej. Założenia spółki komandytowo-akcyjnej są podobne jak komandytowej, przy czym zamiast komandytariusza występuje akcjonariusz lub akcjonariusze.

Cechy charakterystyczne spółki komandytowo-akcyjnej:

- co do zasady komplementariusz jest odpowiedzialny za prowadzenie spraw spółki;
- za długi spółki komplementariusz odpowiada całym swoim majątkiem bez ograniczeń, natomiast akcjonariusze nie (z pewnymi wyjątkami);
- kapitał zakładowy spółki (czyli minimalny wkład właścicieli wniesiony przy jej zakładaniu) powinien wynosić co najmniej 50 tys. zł;
- walne zgromadzenie składające się z akcjonariuszy jest najwyższym organem w spółce. Prawo głosu podczas walnego zgromadzenia przysługuje tylko akcjonariuszom, natomiast komandytariusz ma prawo uczestnictwa;
- jeśli akcjonariuszy jest więcej niż dwudziestu pięciu, musi zostać powołany organ kontrolny spółki – tzw. rada nadzorcza.

Prowadzenie spraw spółki należy do komplementariuszy. W szczególnych sytuacjach statut spółki może ograniczyć prowadzenie jej spraw do jednego lub kilku komplementariuszy, a więc pozbawić jednego lub kilku z nich przysługującego im prawa. Akcjonariusze mogą reprezentować spółkę jedynie jako pełnomocnicy.

Ta forma organizacyjno-prawna działalności nie jest atrakcyjna dla inwestorów z powodu pełnej osobistej odpowiedzialności komplementariusza za długi. Akcjonariusze zaś niechętnie kupują jej akcje, gdyż nie mają kontroli nad procesem powoływania nowych menedżerów, kiedy dotychczasowi nie radzą sobie z rozwiązywaniem problemów firmy.

Spółki kapitałowe

Głównym założeniem spółki kapitałowej jest fakt, że osoby w nią inwestujące nie muszą zajmować się jej prowadzeniem. Spółka tego rodzaju może zostać utworzona w każdym, nie tylko gospodarczym, prawnie dopuszczonym celu, np. charytatywnym, społecznym, kulturalnym. Do jej założenia wystarczy jedna osoba (fizyczna, prawna, jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną). Spółka ma swój majątek, wspólnicy/akcjonariusze nie są odpowiedzialni za jej długi, a ponadto istnieje obowiązek jej zgłoszenia do rejestru przedsiębiorców.

Podstawowym dokumentem określającym funkcjonowanie spółki kapitałowej i jej organów jest statut lub akt założycielski, który zawiera m.in. opis struktury jej organów, przedmiotu działalności i informację o wysokości kapitału zakładowego/akcyjnego. We wszystkich spółkach kapitałowych występuje kapitał zakładowy/akcyjny, który jest ustaloną z góry kwotą stanowiącą sumę wartości nominalnych udziałów lub akcji.

Do najbardziej charakterystycznych praw przysługujących udziałowcom lub akcjonariuszom należą: prawo udziału i głosu w zgromadzeniu wspólników/walnym zgromadzeniu oraz prawo do dywidendy, czyli do zysku netto spółki, który jest odpowiednio dzielony.

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością – tworzą ją wspólnicy, którzy mają w niej swoje udziały. Aby uzyskać udział, należy wnieść wkład pieniężny lub niepieniężny – tzw. aport (nieruchomość, pojazd, patent).

Cechy charakterystyczne spółki z ograniczoną odpowiedzialnością:

- wspólnicy nie odpowiadają za jej długi;
- kapitał zakładowy musi wynosić co najmniej 5 tys. zł;
- najważniejszym organem spółki jest zgromadzenie wszystkich wspólników. Podejmuje ono

decyzje w sprawach, w których pozostałe organy nie mają takich uprawnień, np. zatwierdzenia sprawozdania finansowego;

- organem obligatoryjnym, posiadającym funkcje menedżerskie, jest zarząd spółki. Prowadzi on wszelkie jej działania i zarządza jej majątkiem. Do takich działań należy zawieranie umów związanych z zaopatrzeniem w surowce, kupnem samochodów i lokalu do prowadzenia działalności. Zarząd prowadzi także wszystkie czynności sądowe w imieniu spółki;
- organem kontrolnym jest rada nadzorcza, wybierana fakultatywnie lub obligatoryjnie, gdy kapitał zakładowy wynosi powyżej 500 tys. zł albo spółka ma więcej niż dwudziestu pięciu wspólników.



Do powstania spółki z ograniczoną odpowiedzialnością konieczne są następujące czynności:

- podpisanie umowy,
- wniesienie przez wspólników przewidzianych w umowie wkładów,
- powołanie zarządu, a w szczególnych przypadkach rady nadzorczej,
- zgłoszenie i wpisanie spółki do Krajowego Rejestru Sądowego.

Zakończenie działalności tego rodzaju spółki następuje w momencie wykreślenia jej z KRS-u. Przyczyny rozwiązania spółki mogą być następujące:

- powody wskazane w umowie spółki,
- uchwała wspólników o jej rozwiązaniu,
- ogłoszenie jej upadłości.

Ta forma organizacyjno-prawna cieszy się dużą popularnością ze względu na mało sformalizowany sposób zakładania i prowadzenia, oddzielenie odpowiedzialności i majątku prywatnego, a także różnorodność obszarów, w których spółka może prowadzić działalność.

Prosta spółka akcyjna – nowe rozwiązanie w polskim ustawodawstwie. Przepisy wprowadzające prostą spółkę akcyjną obowiązują od 1 marca 2021 r. i zostały uchwalone z myślą o prostszym i bardziej optymalnym funkcjonowaniu start-upów (w których nie tyle istotne znaczenie ma kapitał, co pomysł).

Cechy charakterystyczne tej formy prowadzenia działalności:

- kapitał akcyjny w wysokości co najmniej 1 zł,
- możliwość otrzymania przez akcjonariuszy akcji beznominałowych, np. za wniesienie wkładu intelektualnego w rozwój spółki czy opracowanie pomysłu na innowacyjny produkt lub usługę,
- elastyczność dysponowania środkami spółki – brak zamrożonego kapitału zakładowego,
- prostsze procedury i większa elastyczność podejmowania uchwał zdalnie,
- walne zgromadzenie jako najwyższy organ, który podejmuje decyzje dla niego zastrzeżone,
- elastyczne podejście do organów spółki – możliwość wyboru między zarządem z radą nadzorczą albo powołaniem rady dyrektorów, która łączy funkcje wykonawcze i kontrolne.

Spółka akcyjna – tworzą ją akcjonariusze, którzy posiadają jej akcje.

Cechy charakterystyczne spółki akcyjnej:

- akcjonariusze nie odpowiadają za zobowiązania spółki;
- kapitał zakładowy powinien wynosić co najmniej 100 tys. zł i składa się z akcji, których wartość

- nominalna powinna wynosić co najmniej 1 gr;
- wszystkie akcje w spółce mają taką samą wartość nominalną;
- najwyższym organem jest walne zgromadzenie, które składa się z akcjonariuszy;
- zarząd powoływany przez radę nadzorczą podejmuje wszystkie czynności dotyczące funkcjonowania spółki. Zajmuje się bieżącymi decyzjami gospodarczymi, dokonuje podziału zysku. Ma prawo reprezentowania spółki w czynnościach sądowych i pozasądowych;
- powoływana przez walne zgromadzenie rada nadzorcza sprawuje kontrolę nad funkcjonowaniem spółki (może analizować jej dokumenty, wymagać od zarządu i pracowników przedstawienia sprawozdań oraz badać jej stan majątkowy). Rada nadzorcza ocenia sprawozdanie finansowe zarządu z działalności spółki.

Akcje w spółce mogą dzielić się ze względu na sposób wykazania ich posiadania przez akcjonariusza – wówczas można wyróżnić akcje imienne lub na okaziciela (właścicielem jest ten, kto fizycznie je posiada). Inny podział akcji jest związany z uprawnieniami, jakie są im przypisane – na tej podstawie można wyróżnić akcje zwykłe i uprzywilejowane (np. akcja uprzywilejowana ma podwójny głos podczas głosowania walnego zgromadzenia).

Pozostałe podmioty uprawnione do prowadzenia działalności gospodarczej

Spółdzielnie – prowadzą działalność gospodarczą na zasadach określonych w prawie spółdzielczym. Najczęściej wykorzystywane są w branży rolnej.

Stowarzyszenia – organizacje społeczne powołane do realizacji celów kulturalnych, społecznych lub innych. Stowarzyszenie może prowadzić działalność gospodarczą, a środki z niej uzyskane przeznaczyć na swoje cele statutowe.

Fundacje – podobnie jak w przypadku stowarzyszeń środki uzyskane z działalności gospodarczej fundacji muszą być przeznaczone na cele, w jakich została powołana.



Umowa spółki cywilnej – jest to porozumienie pomiędzy co najmniej dwiema osobami (fizycznymi, prawnymi, jednostkami nieposiadającymi osobowości prawnej). Wspólnicy zobowiązują się dążyć do osiągnięcia wspólnego celu gospodarczego przez działanie w sposób oznaczony, w szczególności przez wniesienie wkładów. Umowa spółki powinna być zawarta w formie pisemnej. Jednocześnie nie wymagana jest rejestracja w jakimkolwiek rejestrze. W praktyce umowa spółki cywilnej jest zawierana między dwiema osobami prowadzącymi jednoosobową działalność gospodarczą, które decydują się na ten krok w celu zwiększenia potencjału lub zminimalizowania kosztów.

2.1.2. Procedura zakładania jednoosobowej działalności gospodarczej

Założenie firmy jednoosobowej wymaga od przedsiębiorcy złożenia w urzędzie miasta lub gminy wniosku CEIDG-1. Można go wypełnić w wersji papierowej lub online – na stronie internetowej: ceidg.gov.pl, a od 2017 r. jest także możliwość zarejestrowania firmy przez telefon. Jednoosobowa działalność gospodarcza otrzymuje numer REGON (który jest nadawany automatycznie po złożeniu wniosku CEIDG-1), a także NIP.

Wniosek CEIDG-1 inicjuje zgłoszenie przedsiębiorcy do ZUS-u jako płatnika składek. Dotychczas przedsiębiorca musiał zgłosić siebie do ubezpieczenia w ciągu siedmiu dni od daty rozpoczęcia prowadzenia działalności – robił to na druku ZUS ZUA (ubezpieczenia społeczne i zdrowotne) lub na druku ZUS ZZA (tylko składka zdrowotna, jeśli był ubezpieczony z innego tytułu). Konstytucja biznesu,

w ramach pakietu ułatwień dla przedsiębiorców rozpoczynających działalność, wprowadziła tzw. ulgę na start, która daje możliwość zwolnienia ze składek na ubezpieczenia społeczne przez pierwszych sześć miesięcy działalności. Obecnie przedsiębiorca ma więc obowiązek zgłoszenia do ubezpieczenia w terminie sześciu miesięcy od rozpoczęcia działalności. Następnie może skorzystać z obniżonych (preferencyjnych) składek przez dwa lata – jest to tzw. mały ZUS. Nie dotyczy to składki na ubezpieczenie zdrowotne, która jest obowiązkowa (również dla przedsiębiorców korzystających z ulgi na start).

2.1.3. Wady i zalety prowadzenia działalności gospodarczej

Najważniejsze zalety prowadzenia działalności gospodarczej to:

- niezależność zawodowa i finansowa,
- stworzenie miejsc pracy dla siebie i innych,
- elastyczny czas pracy,
- poczucie zadowolenia z sukcesu,
- potencjalnie wyższe dochody niż uzyskiwane z pracy etatowej.



Najważniejsze wady prowadzenia działalności gospodarczej są następujące:

- ryzyko niepowodzenia, a nawet bankructwa,
- konieczność posiadania środków finansowych na rozpoczęcie działalności,
- praca w nienormowanym czasie i brak urlopu,
- odpowiedzialność finansowa i prawna za pracowników,
- potrzeba ciągłej analizy sytuacji na rynku, zmieniającego się otoczenia, oczekiwań klientów,
- konieczność śledzenia zmian prawnych, a także prowadzenia dokumentacji finansowej.

2.2. Informacje dodatkowe, pomocne w realizacji zajęć

2.2.1. Konstytucja biznesu

Konstytucją biznesu nazywany jest pakiet ustaw, których celem jest zreformowanie i uproszczenie przepisów dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej. Obowiązuje ona od 30 kwietnia 2018 r. i składają się na nią m.in.: Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. 2018 poz. 646), Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców (Dz. U. 2018 poz. 648) oraz Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy (Dz. U. 2018 poz. 647). Najważniejszą spośród nich jest prawo przedsiębiorców, które określa najistotniejsze ich prawa i zasady prowadzenia działalności gospodarczej.

Zmiany, które wprowadziła tzw. konstytucja biznesu, dotyczą takich obszarów, jak:

- relacje przedsiębiorcy z urzędami,
- zakładanie firmy,
- zawieszenie działalności gospodarczej,
- zasady tworzenia prawa gospodarczego,
- obowiązki związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Korzyści dla przedsiębiorców płynące z uchwalenia tych ustaw to:

- w relacjach przedsiębiorca-urzędnik:
 - wprowadzenie zasady – co nie jest prawem zabronione, jest dozwolone,
 - domniemanie uczciwości przedsiębiorcy,
 - przyjazna przedsiębiorcy interpretacja przepisów,
 - zasada proporcjonalności – urząd nie może nakładać na przedsiębiorcę nieuzasadnionych obciążeń,
 - utworzenie organu Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców, który stoi na straży praw przedsiębiorców;

- pakiet startowy przy zakładaniu firmy, zawierający ułatwienia dla osób rozpoczynających działalność:
 - możliwość prowadzenia tzw. działalności nierejestrowej – brak konieczności rejestracji firmy, jeśli miesięczne przychody nie przekraczają 50% kwoty minimalnego wynagrodzenia. Działalność nierejestrowa dotyczy drobnej działalności zarobkowej osób fizycznych;
 - ulga na start – możliwość zwolnienia ze składek na ubezpieczenia społeczne przez pierwszych sześć miesięcy działalności. Następnie można skorzystać z tzw. małego ZUS-u – przez dwa lata opłacać składki w obniżonej wysokości;
- przy zawieszaniu działalności: zmiany zaproponowane w konstytucji biznesu pozwalają na zawieszenie firmy na czas określony lub nieokreślony w przypadku zatrudniania pracownika na urlopie macierzyńskim czy wychowawczym. Po upływie terminu zawieszenia następuje automatyczne wznowienie, bez konieczności złożenia odpowiedniego wniosku;
- w kontaktach z urzędami:
 - nowy portal internetowy dla przedsiębiorców – wsparcie w prowadzeniu spraw urzędowych,
 - możliwość załatwiania niektórych prostych spraw przez telefon, e-mail lub za pomocą innych środków komunikacji,
 - stopniowa likwidacja REGON – przedsiębiorca będzie identyfikowany na podstawie NIP-u;
- przy korzystaniu z pełnomocników: możliwość ustanawiania prokurentów przez przedsiębiorców (osoby fizyczne) – informacja o pełnomocniku lub prokurencie opublikowana w CEIDG będzie równoznaczna z udzieleniem pełnomocnictwa lub prokury na piśmie;
- przy działalności reglamentowanej: uporządkowanie katalogu form reglamentacji działalności gospodarczej. Zniesiono mianowicie zgody i licencje jako odrębne formy reglamentacji, pozostały zaś: koncesje, zezwolenia i rejestry działalności regulowanej;
- przy tworzeniu przepisów dla przedsiębiorców:
 - opracowanie katalogu reguł podstawowych, którymi należy się kierować przy tworzeniu prawa gospodarczego,
 - możliwość wydawania objaśnień prawnych przez ministrów i organy centralne – będą to proste poradniki, mające wyjaśniać sposoby stosowania trudnych przepisów;
- przy prowadzeniu działalności przez cudzoziemców: uchwalenie nowych przepisów dotyczących zasad udziału przedsiębiorców zagranicznych i innych osób zagranicznych w obrocie gospodarczym w Polsce.

Więcej informacji dotyczących konstytucji biznesu można znaleźć w serwisie informacyjno-usługowym dla przedsiębiorcy Biznes.gov.pl⁴.

2.2.2. Podstawowe dane statystyczne dotyczące sektora przedsiębiorstw w Polsce. Istotne znaczenie mikroprzedsiębiorstw dla gospodarki

W 2020 r. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) opublikowała „Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2020”, w którym zaprezentowała obraz polskich firm sektora MŚP (mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw) na podstawie danych statystycznych GUS-u (Głównego Urzędu Statystycznego) z 2018 r.

Z raportu wynika, że liczba przedsiębiorstw w Polsce rośnie – w 2008 r. było ich 1,86 mln, zaś w 2018 r. już 2,1 mln, co oznacza wzrost o 15,5% na przestrzeni dziesięciu lat. Zdecydowana większość z nich to mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa – 99,8% całego sektora. Ostatnie lata pokazują, że więcej firm w Polsce powstaje, niż jest likwidowanych. Dla przykładu w 2019 r. zarejestrowano 379 tys. nowych przedsiębiorstw, zaś zlikwidowano 227 tys. (według danych z rejestru REGON). Statystyki wskazują, że dwie z trzech firm przeżywają pierwszy rok działalności.

⁴ „Konstytucja biznesu”, Biznes.gov.pl, dostęp: 15.02.2021, <https://www.biznes.gov.pl/pl/ulativienia-dla-biznesu/konstytucja-biznesu>.

Klasyfikacja przedsiębiorstw ze względu na wielkość (liczbę pracowników) oraz dane finansowe:

mikroprzedsiębiorstwo – zatrudnienie średnioroczne pracowników wynosi mniej niż 10 osób, a przychody netto lub suma bilansowa nie przekraczają 2 mln euro,



małe przedsiębiorstwo – zatrudnienie średnioroczne pracowników to mniej niż 50 osób, a przychody netto lub suma bilansowa wynoszą do 10 mln euro,



średnie przedsiębiorstwo – zatrudnienie średnioroczne pracowników wynosi do 250 osób, a przychody netto nie przekraczają 50 mln euro lub suma bilansowa nie jest wyższa niż 43 mln euro,



duże przedsiębiorstwo – zatrudnienie średnioroczne pracowników wynosi 250 osób albo więcej lub zatrudnienie średnioroczne pracowników wynosi mniej niż 250 osób ale suma bilansowa przekracza 43 mln euro i łączny roczny obrót przekracza 50 mln euro.

Najwięcej wśród nich, bo aż 2,08 mln (96,7%), było na polskim rynku mikroprzedsiębiorstw, które miały również największy udział w tworzeniu PKB (ponad 30% według danych z 2017 r.) i zatrudniały największą liczbę pracowników – ponad 4 mln, co stanowiło blisko 41% miejsc pracy w całym sektorze. Warto zauważyć, że funkcjonowanie polskich mikroprzedsiębiorstw charakteryzuje trend wzrostowy: na przestrzeni ostatnich lat wzrastała ich liczba, wartość produkcji, przychody, a także zatrudnienie. Większość mikroprzedsiębiorstw prowadzonych jest przez przedsiębiorców w formie jednoosobowej działalności gospodarczej (w 2018 r. było ich 1,86 mln). Najwięcej mikroprzedsiębiorstw prowadziło działalność usługową (52,8%) oraz handlową (23,5%).

Rodzaj przedsiębiorstwa	Liczba przedsiębiorstw	Procentowy udział w strukturze przedsiębiorstw	Procentowy udział w tworzeniu PKB (dane z 2017 r.)	Liczba pracujących
Mikroprzedsiębiorstwo	2,08 mln	96,7	30,2	4,1 mln
Małe przedsiębiorstwo	52,7 tys.	2,4	8,1	1,1 mln
Średnie przedsiębiorstwo	15,2 tys.	0,7	10,7	1,6 mln
Duże przedsiębiorstwo	3,7 tys.	0,2	23,2	3,2 mln

Tabela. Sektor MŚP w Polsce w 2018 r.

2.3. Wybrane pojęcia użyte w przewodniku metodycznym i konspektach zajęć

Biznesplan – plan działania oraz finansów przedsiębiorstwa na bliższą i dalszą przyszłość. Dokument opisujący pomysł biznesowy w szczegółach.

CEIDG – Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej⁵.

Dystrybucja – zbiór działań i decyzji związanych z udostępnieniem produktu w miejscu i czasie odpowiadającym potrzebom nabywców.

Najczęściej występujące rodzaje dystrybucji:

- intensywna – stosuje się w odniesieniu do produktów powszechnych, z których większość konsumentów korzysta codziennie (np. mleko, soki),
- selektywna – charakteryzuje się ograniczoną liczbą miejsc, w których można kupić dany produkt (np. meble, sprzęt elektroniczny, materiały budowlane),
- ekskluzywna – stosowana wyłącznie do produktów luksusowych, oferowanych przez wąskie grono sprzedawców na ograniczonym terenie (np. samochodów, drogiej biżuterii, zegarków).

Koncepcja 4P – kompozycja marketingowa różnych instrumentów, dzięki którym przedsiębiorstwo może oddziaływać na rynek. W jej skład wchodzi: produkt (ang. product), cena (ang. price), promocja (ang. promotion) i dystrybucja (ang. placement). Inna nazwa: marketing mix.

Koszty stałe – koszty, które przedsiębiorca ponosi niezależnie od poziomu produkcji czy sprzedaży, np. wynagrodzenie pracowników etatowych, obsługa księgowa, opłata za wynajem biura.

Koszty zmienne – koszty, które przedsiębiorca ponosi w zależności od wielu czynników i które zmieniają się w zależności od wielkości produkcji czy sprzedaży, np. koszt zakupu surowców, dystrybucji.

Płynność finansowa – zdolność do terminowego regulowania zobowiązań.

Próg rentowności – sytuacja, w której przychody z działalności pokrywają wszystkie koszty. Osiągnięcie progu rentowności oznacza zatem, że działalność nie generuje ani zysku, ani straty. Próg rentowności jest jednym z najważniejszych wskaźników ułatwiających zarządzanie finansami firmy. Pozwala również ocenić, czy prowadzenie biznesu jest opłacalne. Można go obliczyć w ujęciu ilościowym lub wartościowym.

Próg rentowności w ujęciu ilościowym pozwala ocenić, ile produktów czy usług przedsiębiorstwo musi sprzedać, aby nie ponieść straty, ale również nie osiągnąć zysku. Liczony jest według wzoru: $\text{próg rentowności} = \text{koszty stałe} / (\text{cena} - \text{koszty zmienne})$.

Przykład: przedsiębiorstwo produkuje rowery, które sprzedaje po 2 tys. zł/szt. Koszty stałe działalności wynoszą 10 tys. zł, zaś koszty zmienne w przeliczeniu na jeden produkt – 500 zł. Próg rentowności wynosi 6,67, co oznacza, że firma zacznie zarabiać, jeśli sprzeda więcej niż 7 rowerów miesięcznie (więcej niż 6,67).

Próg rentowności w ujęciu wartościowym wskazuje, jakie przychody przedsiębiorstwo musi osiągnąć, aby pokryć koszty działalności (łącznie koszty stałe i zmienne). Liczony jest według wzoru: $\text{próg rentowności} = \text{cena} \times [\text{koszty stałe} / (\text{cena} - \text{koszty zmienne})]$.

Przykład: przedsiębiorstwo produkuje rowery, które sprzedaje po 2 tys. zł/szt. Koszty stałe działalności wynoszą 10 tys. zł, natomiast koszty zmienne w przeliczeniu na jeden produkt – 500 zł. Próg rentowności wynosi 13 340 zł, co oznacza, że firma zacznie zarabiać, jeśli sprzeda rowery za kwotę wyższą.

Przychody – wszystkie należności i wpływy, jakie przedsiębiorstwo otrzymuje w związku z prowadzoną działalnością.

Strata – ujemny wynik finansowy przedsiębiorstwa.

Zysk – dodatni wynik finansowy przedsiębiorstwa.

⁵ Strona internetowa CEIDG: <https://prod.ceidg.gov.pl/ceidg.cms.engine>.

Konspekt zajęć nr 1

Temat: Jak zostać przedsiębiorcą?

Czas trwania zajęć: 1 godzina lekcyjna

Cele

Uczeń:

- identyfikuje cechy osoby przedsiębiorczej, rozpoznaje je u siebie oraz określa związek zachowania się osoby przedsiębiorczej z szansami, jakie stwarza gospodarka rynkowa;
- dostrzega znaczenie przedsiębiorczości, w tym innowacyjności i kreatywności w życiu osobistym i rozwoju społeczno-gospodarczym w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i globalnej;
- rozpoznaje motywy aktywności zawodowej człowieka oraz analizuje szanse i możliwości rozwoju własnej kariery zawodowej; dostrzega rolę procesu uczenia się przez całe życie;
- uzasadnia przydatność sporządzania i przedstawia strukturę biznesplanu oraz objaśnia poszczególne jego elementy;
- na podstawie doświadczeń własnych oraz historii znanych przedsiębiorców, a także zebranych z rynku informacji znajduje pomysł na własną działalność gospodarczą lub przedsięwzięcie społeczne; ocenia go pod względem innowacyjności;
- przedstawia procedury związane z rejestracją indywidualnej działalności gospodarczej;
- wyszukuje i analizuje informacje o sukcesach polskich przedsiębiorstw, w tym ze swojego regionu, na rynku krajowym i międzynarodowym, osiągniętych zgodnie z prawem i etyką biznesu.

Zgodność z podstawą programową

Cele kształcenia ogólnego:

- poznanie elementarnych pojęć z zakresu podstaw przedsiębiorczości;
- rozumienie istoty przedsiębiorczości oraz poznanie jej roli w gospodarce i życiu człowieka;
- poznanie zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej;
- poznanie rodzajów podatków w kontekście przedsiębiorstw;
- dostrzeganie znaczenia ubezpieczeń w działalności gospodarczej.

Kształcone umiejętności i stosowanie wiedzy w praktyce:

- wyszukiwanie informacji z różnych źródeł, ich selekcja i analizowanie;
- podnoszenie kompetencji osobistych i społecznych niezbędnych na rynku pracy oraz wzmacnianie motywacji do pracy;
- projektowanie działań w zakresie zakładania własnego przedsiębiorstwa;
- przygotowanie do prowadzenia własnej działalności gospodarczej;
- stosowanie w praktyce kluczowych pojęć związanych z przedsiębiorczością;
- analizowanie otoczenia przedsiębiorstwa, w tym rynku, na którym działa.

Postawy:

- wykorzystanie zdobytej wiedzy ekonomicznej do rozwijania własnej postawy przedsiębiorczej jako jednego z podstawowych warunków aktywnego uczestnictwa w życiu społeczno-gospodarczym, w tym skutecznego wykonywania pracy najemnej i prowadzenia własnej działalności gospodarczej;
- docenianie roli przedsiębiorców budujących w sposób odpowiedzialny konkurencyjną gospodarkę oraz dostrzeganie znaczenia wolności gospodarczej i własności prywatnej jako filarów gospodarki rynkowej;

- kształtowanie w sobie odpowiedzialnych postaw jako przyszłych pracowników i pracodawców oraz należytego wypełniania obowiązków;
- zainteresowanie prowadzeniem własnej działalności gospodarczej oraz motywacja do ciągłego samorozwoju i inwestowania w siebie.

Ważne pojęcia i zagadnienia do wyjaśnienia w toku lekcji

Cechy osoby przedsiębiorczej, predyspozycje i kompetencje do prowadzenia działalności gospodarczej, biznesplan, procedura zakładania jednoosobowej działalności gospodarczej, wniosek CEIDG-1, kod PKD, NIP, REGON, podatek VAT, deklaracja VAT-R, US (urząd skarbowy), ZUS, druk ZUS ZUA, druk ZUS ZZA.

Metody i techniki

Wykład, dyskusja kierowana, praca w grupach, praca z formularzem CEIDG-1.

Środki dydaktyczne

Arkusze papieru, pisaki/flamastry, materiał dla uczniów do wydruku: formularz CEIDG-1, opcjonalnie: tablica multimedialna zamiast papieru lub tablicy tradycyjnej.

Inne pomoce

Materiał dodatkowy: „Jednoosobowa działalność gospodarcza – formy opodatkowania” (źródło: A. Lazarowicz, „Jednoosobowa działalność gospodarcza”, Poradnikprzedsiębiorcy.pl, 29.07.2020, dostęp: 15.02.2021, <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-jednoosobowa-dzialalnosc-gospodarcza-krok-po-kroku>).

Przebieg zajęć

Na początku lekcji inicjujemy dyskusję z uczniami poprzez zadanie pytania: Jak sądzisz, jakie są cechy człowieka przedsiębiorczego? Zapisujemy odpowiedzi na tablicy lub prosimy każdego ucznia, który ma jakiś pomysł, żeby podszedł do tablicy i zapisał go samodzielnie. Głośno odcytujemy odpowiedzi i pomysły uczniów oraz je podsumujemy.

Przykładowe odpowiedzi: decyzyjność, umiejętność podejmowania ryzyka, wytrwałość w dążeniu do celu, sprawność, ambicja, planowanie działań, samodzielność, dobra organizacja pracy własnej, odpowiedzialność, umiejętność pracy pod presją czasu, zdolność do ciągłego uczenia się, osobowość lidera, analiza informacji – krytyczne myślenie, kreatywność, komunikatywność, umiejętność rozwiązywania problemów, umiejętność adaptacji do zmieniających się warunków, cierpliwość, konsekwencja w działaniu, odwaga, myślenie na dużą skalę.

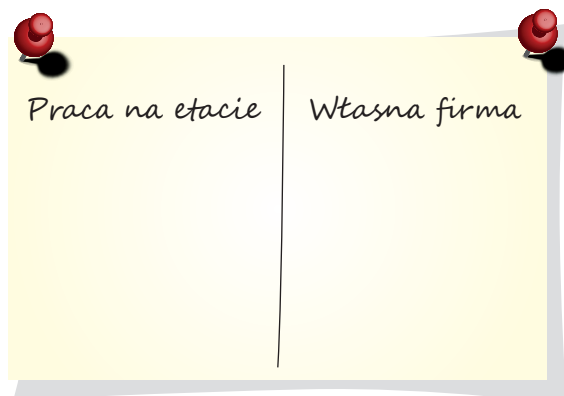
Dodatkowe pytanie po podsumowaniu: Czy uważasz się za osobę przedsiębiorczą?



Ćwiczenie

Mocujemy do tablicy/ściany w klasie kartkę o treści:

Uczniowie podchodzą i stawiają kropkę w miejscu, które wydaje im się w tym momencie właściwym wyborem ich drogi zawodowej – praca na etacie lub prowadzenie własnej firmy. Kartkę zachowujemy do ostatniej lekcji w ramach tych zajęć i na zakończenie możemy powtórzyć ćwiczenie, by wspólnie z uczniami omówić i podsumować, jak zmieniło się ich nastawienie do planu założenia własnej firmy w przyszłości. Opcjonalnie można do tego ćwiczenia wykorzystać tablicę multimedialną.



Wyjaśniamy uczniom, że pracę nad własnym biznesem rozpoczyna się od pomysłu, który następnie należy konsekwentnie uszczegóławiać i wcielać w życie. Pomysł biznesowy może być prosty i banalny; dobrze, gdy jest oryginalny i wypełnia lukę na rynku lub wyróżnia się czymś wyjątkowym na tle konkurencji. Zwracamy uwagę uczniom, że jeśli myślą, iż najlepszym pomysłem na biznes jest ustalenie bardzo niskiej ceny produktów czy usług i że taka strategia zawsze zagwarantuje im sukces, mogą się rozczarować. Proces tworzenia firmy i zarządzania nią jest bardziej skomplikowany i składa się na niego wiele czynników.



Przykład pomysłu biznesowego: Bill Gates (ur. 28 października 1955 r. w Seattle, w stanie Washington) – jeden z najbogatszych ludzi na świecie – rozpoczął przygodę z informatyką już jako nastolatek – tworzył wówczas proste programy komputerowe. Podczas studiów na Harvardzie wspólnie ze swoim kolegą Steve'em Balmerem rozpoczął prace nad nową wersją języka programowania Basic, które stało się później podstawą pierwszego mikrokomputera MITS Altair. Studiów nie ukończył, miał jednak wizję działalności i pomysł na nią – tak w 1975 r. powstała firma Microsoft. Bill Gates twierdzi, że źródłem jego sukcesu było umiejętne połączenie pracy z zainteresowaniami. Choć znamy go głównie jako twórcę Microsoftu, to jest on też właścicielem i pomysłodawcą innych firm, np. kanadyjskich kolei czy firmy Corbis, która dysponuje największym na świecie zbiorem cyfrowych wersji dzieł sztuki i filmów. Dziś wspólnie z żoną oddaje się nowej pasji – działalności charytatywnej.

Można polecić uczniom do obejrzenia w wolnym czasie film o twórcy Facebooka – Marku Zuckerbergu – „The Social Network”. Co prawda, podobno Zuckerberg niezupełnie zgadza się z treścią opowiedzianej o nim historii, jednak film w sposób interesujący pokazuje proces tworzenia firmy od pomysłu do wartego wiele milionów dolarów biznesu oraz porusza inne ważne kwestie, w tym dotyczące relacji międzyludzkich i etycznych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej.

Warto zwrócić uwagę uczniów, że celem realizacji pomysłu biznesowego nie musi być zawsze osiągnięcie przez jego pomysłodawcę sukcesu w wymiarze finansowym, ale także przyniesienie wymiernych korzyści społecznych. Przykładem takiego pomysłu mogą być XIX-wieczne spółdzielnie finansowe – Kasy Stefczyka, które swoją nazwę wzięły od nazwiska ich twórcy – Franciszka Stefczyka. Zafascynowany działalnością spółek Raiffeisena, Stefczyk postanowił przenieść pomysł na grunt polski. W 1890 r. założył pierwszą Kasę Oszczędności i Pożyczek w Czernichowie, której ideą była samopomoc w postaci udzielania pożyczek z pieniędzy zgromadzonych przez jej członków. Pierwotnie działalność kas była skierowana do chłopów, którzy nie posiadali funduszy na inwestowanie w swoje małe gospodarstwa. Niskie dochody i wiarygodność powodowały, że nie byli dla banków atrakcyjnymi klientami. Stefczyk wierzył, że rozpowszechnienie idei spółdzielczości przyczyni się do rozwoju gospodarczego polskiej wsi. 15 lat później działało ponad 1300 kas, które zrzeszały ok. 145 tys. członków, przedstawicieli różnych branż. Kasy nie działały dla osiągnięcia zysku.

Warto zadać uczniom pytanie: Czy znacie inne przykłady pomysłów biznesowych, które zakończyły się sukcesem? Czy są takie firmy w Polsce?

Pomysł na firmę I Do, Now I Don't zrodził się w momencie, gdy jej właściciela dotknął zawód miłosny (porzuciła go narzeczona). Po ukochanej pozostał kosztowny i piękny pierścionek zaręczynowy. Ponieważ proces odsprzedaży pierścionka jubilerom nie był satysfakcjonujący, mężczyzna postanowił stworzyć platformę specjalizującą się w transakcjach kupna i sprzedaży niechcianej biżuterii zaręczynowej. Dziś oprócz pierścionków można tam również sprzedać i kupić naszyjniki, zegarki, diamenty oraz stroje ślubne. Właściciel platformy jest dziś nie tylko posiadaczem dobrze działającego biznesu, lecz także... szczęśliwym mężem. Więcej informacji na stronie: <https://www.idonowidont.com>.

Przykłady udanych biznesów w Polsce:

- Statuetkę Bizneswoman Roku 2019 w kategorii Przychód powyżej 10 mln zł otrzymała Anna Krajewska z Salad Story. Więcej informacji na stronie: <https://sukcespisanyszminka.pl/statuetki-bizneswoman-roku-2019-rozdane>;
- Przedsiębiorcą Roku 2019 w kategorii Nowe technologie został Bartosz Kubik – założyciel spółki Ekoenergetyka-Polska, produkującej stacje szybkiego ładowania pojazdów elektrycznych. Więcej informacji na stronie: <https://przedsiębiorcaroku.pl/popzednie-edycje>.

W tym miejscu zadajemy uczniom pytanie: Czy znacie przykłady pomysłów biznesowych, które zakończyły się porażką?

Facebook stworzył jakiś czas temu aplikację Moments, która miała służyć do szybkiego dzielenia się wrażeniami (momentami) za pomocą zdjęć. Miała działać podobnie do Messengera – użytkownicy dzięki prostemu interfejsowi mogli udostępniać zdjęcia wybranym osobom oraz mieli możliwość tworzenia gotowych albumów fotograficznych. Hasło przewodnie marki brzmiało: „Facebook jeszcze nigdy nie był tak osobisty”. Dziś jednak tego produktu prawie nikt nie pamięta.

Następnie wyjaśniamy uczniom, że dokumentem, który opisuje pomysł biznesowy w szczegółach mających znaczenie dla powodzenia przedsięwzięcia biznesowego, jest biznesplan. Wyliczamy elementy, jakie powinien zawierać ten dokument (możemy to zrobić na podstawie informacji z podręcznika do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości), a mianowicie:

- informacje ogólne o właścicielu i przedsiębiorstwie,
- opis przedsięwzięcia,
- ocenę szans i zagrożeń w otoczeniu,
- plan marketingowy,
- strukturę organizacyjną i plan zarządzania,
- opis planowanej inwestycji,
- harmonogram działań,
- opis sytuacji ekonomiczno-finansowej firmy.

Przedstawiamy uczniom zalety tworzenia biznesplanu i wskazujemy, że może on być przydatny na różnych etapach prowadzenia działalności:

- przed jej rozpoczęciem – jako narzędzie do racjonalnej oceny i przemyślenia, czy nasz pomysł jest realny i ma uzasadnienie ekonomiczne (czy uda nam się zarobić na tej działalności);
- w trakcie jej prowadzenia:
 - w celu weryfikacji poszczególnych elementów biznesplanu z bieżącymi działaniami – czy mogę coś zmienić, poprawić, by firma funkcjonowała lepiej, osiągała lepsze wyniki finansowe, czy też by działalność bardziej się rozwinęła;
 - jako dokument wymagany przez różne instytucje, w tym finansowe, w sytuacji gdy przedsiębiorca stara się o dodatkowe finansowanie dla swoich działań, np. kredyt, dotację, udział w projekcie.

Kiedy już mamy pomysł biznesowy, wiemy, co będziemy wytwarzać, ustalimy ceny produktów/usług, określimy, kto będzie naszym klientem, poznamy naszych konkurentów na rynku, zaplanujemy działania marketingowe i zdecydujemy, jak sfinansujemy wszystkie te działania, możemy przejść do rejestracji firmy.

Prezentujemy uczniom kolejne kroki w procesie zakładania jednoosobowej działalności gospodarczej jako najbardziej powszechnej w Polsce formy organizacyjno-prawnej.



Krok 1: wypełnienie wniosku CEIDG-1. Można to zrobić elektronicznie (bez wychodzenia z domu – formalności można dopełnić przez Internet na stronie: <http://prod.ceidg.gov.pl/CEIDG.CMS.ENGINE/?D;9afde6cc-3bc3-4533-8d8b-1164d445bbef>) lub w formie papierowej.

Zgłoszenie działalności jest bezpłatne. Po dokonaniu zgłoszenia otrzymujemy numer REGON (nadaje go GUS w ciągu siedmiu dni od uzyskania wpisu do CEIDG) i NIP (jeśli go jeszcze nie mamy).

W formularzu zawarte są takie informacje, jak:

- data rozpoczęcia działalności gospodarczej,
- nazwa firmy,
- rodzaj wykonywanej działalności, czyli kod PKD (Polskiej Klasyfikacji Działalności) – należy wybrać kody powiązane z planowaną działalnością (można je wygodnie sprawdzić na stronie: <https://www.biznes.gov.pl/pl/tabela-pkd>),
- rodzaj opodatkowania – wykorzystujemy tutaj materiał dodatkowy: „Jednoosobowa działalność gospodarcza – formy opodatkowania”.

Należy też podjąć decyzję, czy księgowość w naszej firmie będziemy prowadzić sami, czy też zatrudnimy księgowego lub skorzystamy z usług biura rachunkowego.



Ćwiczenie

Przed lekcją drukujemy formularze wniosku CEIDG-1. Rozdajemy je uczniom, by mogli się z nimi zapoznać i dowiedzieć się, jakiego rodzaju informacje należy w nich podać. Omawiamy i wypełniamy wniosek wspólnie z uczniami w odniesieniu do hipotetycznej firmy.



Krok 2: wybór formy opodatkowania, wizyta w urzędzie skarbowym – rejestracja jako podatnik VAT.

Jeśli zależy nam na nawiązaniu współpracy biznesowej z dużymi firmami, które najczęściej są płatnikami VAT, to korzystniejszym rozwiązaniem będzie płacenie VAT-u. Dlaczego? Będziemy mogli wówczas wystawiać faktury, które później nasi kontrahenci odliczą od podatku. Dzięki temu mamy więc większą szansę na nawiązanie współpracy. Jeżeli jednak naszymi klientami są głównie klienci indywidualni, to decyzja o niepłaceniu podatku VAT pozwala nam zaoferować konkurencyjne ceny. Takie rozwiązanie jest dobre dla firm oferujących proste usługi, które nie wymagają regularnych inwestycji.

Głównym celem wizyty w urzędzie skarbowym jest więc podjęcie decyzji, czy zamierzamy zostać płatnikami VAT, czy nie. Rezygnację z przywileju nieopłacania podatku VAT składa się poprzez wypełnienie wniosku VAT-R bez opłaty rejestracyjnej. Deklaracja VAT-R określa, czy przedsiębiorca chce być czynnym podatnikiem VAT, czy zostaje z niego zwolniony na mocy ustawy.



Krok 3: wizyta w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych.

Zgłoszenie działalności gospodarczej na druku CEIDG-1 jest jednocześnie wnioskiem o rejestrację przedsiębiorcy jako płatnika składek do ZUS-u. Przedsiębiorca w ciągu siedmiu dni od daty rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej powinien zgłosić siebie do ubezpieczeń. W tym celu powinien wypełnić druk ZUS ZUA (ubezpieczenia społeczne i zdrowotne) lub ZUS ZZA (tylko składka zdrowotna). Początkujący przedsiębiorcy mogą skorzystać z tzw. ulgi na start, która polega na zwolnieniu z obowiązku opłacania składek na ubezpieczenia społeczne przez pierwszych sześć miesięcy kalendarzowych od dnia podjęcia działalności gospodarczej. Następnie mogą skorzystać z tzw. małego ZUS-u – przez dwa lata płacić obniżone (preferencyjne) składki.

Więcej informacji na stronie:

https://www.zus.pl/documents/10182/167561/Ulotka_Masz+Wyb%C3%B3r_rozszerzona.pdf/4db-53585-b88d-7cea-11f3-674517bc4b7d.



Krok 4: pieczęć i konto w banku lub SKOK-u (spółdzielczej kasie oszczędnościowo-kredytowej), potrzebne do rozliczeń z ZUS-em, urzędem skarbowym, klientami i kontrahentami.

Gdy założymy konto firmowe, musimy poinformować o tym urząd skarbowy oraz ZUS poprzez uaktualnienie wniosku CEIDG. Mamy na to siedem dni.



Krok 5: niektóre rodzaje działalności wymagają uzyskania specjalnych pozwoleń lub koncesji. Warto wcześniej sprawdzić, czy dotyczy to naszej działalności, a co za tym idzie – musimy dopełnić dodatkowych formalności.

Podsumowanie lekcji

Lekcję kończymy krótkim podsumowaniem. Można do tego wykorzystać następujące pytania: Co Waszym zdaniem może być zachętą do założenia firmy dla początkującego przedsiębiorcy? Jak Waszym zdaniem można by uprościć procedurę rejestracji indywidualnej działalności gospodarczej?



Zadanie domowe nr 1

Proponujemy uczniom wyszukanie na kanale YouTube filmów o zakładaniu działalności gospodarczej.

Zadanie domowe nr 2

Proponujemy uczniom sprawdzenie dowolnie wybranej przez siebie firmy w ewidencji CEIDG (na stronie: <https://prod.ceidg.gov.pl/CEIDG/CEIDG.Public.UI/Search.aspx>). Jest to jeden ze sposobów na weryfikację, czy dany przedsiębiorca prowadzi aktywną działalność (czy nie zlikwidował firmy i nie oszukuje klientów, nadal oferując swoje produkty czy usługi).

CEIDG-1 WNIOSEK O WPIS DO CENTRALNEJ EWIDENCJI I INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ			
Wniosek ten stanowi jednocześnie zgłoszenie do ZUS/KRUS, GUS oraz naczelnika urzędu skarbowego.			
Wniosek ten dotyczy osoby fizycznej, podlegającej wpisowi do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG)			
Wniosek dotyczy również aktualizacji danych nieobjętych wpisem do CEIDG. Przed wypełnieniem należy zapoznać się z instrukcją. Dniem złożenia wniosku jest dzień, w którym wnioskodawca wniosek podpisał. Rejestr CEIDG prowadzony jest przez ministra właściwego do spraw gospodarki.		Miejsce na kod paskowy	
01. Rodzaj wniosku: ☐ 1 – wniosek o wpis do CEIDG przedsiębiorcy. Pola wymagane we wniosku o wpis oznaczono na formularzu znakiem (*) ☐ 2 – wniosek o zmianę wpisu w CEIDG oraz innych danych. Data powstania zmiany (RRRR-MM-DD): ____-____-____ ☐ 3 – wniosek o zawieszenie wykonywania działalności gospodarczej. ☐ 4 – wniosek o wznowienie wykonywania działalności gospodarczej. ☐ 5 – wniosek o wykreślenie przedsiębiorcy z CEIDG.		02. Miejsce i data złożenia wniosku: (wypełnia urząd) 02.1. Nazwa urzędu, w którym składany jest wniosek: 02.2. Data złożenia wniosku: ____-____-____ (RRRR-MM-DD) 02.3. Wniosek złożony przez: Przedsiębiorcę ☐ Osobę uprawnioną ☐	
☐ 03. Dane wnioskodawcy:			
1. Płeć*: Kobieta ☐ Mężczyzna ☐		2a. Rodzaj dokumentu tożsamości*: Dowód osobisty ☐ Paszport ☐ Inny ☐ , podać jaki:..... 2b. Seria i numer dokumentu tożsamości*:	
3. PESEL*: ____-____-____-____-____-____ Nie posiadam numeru PESEL ☐		4. NIP*: ____-____-____-____ Nie posiadam NIP ☐	
5. REGON*: ____-____-____-____-____-____ Nie posiadam numeru REGON ☐			
6. Nazwisko*:		7. Imię pierwsze*:	
8. Nazwisko rodowe:		9. Imię drugie: (o ile posiada)	
10. Imię ojca*:		11. Imię matki*:	
12. Miejsce urodzenia*:		13. Data urodzenia*: ____-____-____ (RRRR-MM-DD)	
14. Posiadane obywatelstwa*: ☐ polskie ☐ nie posiadam żadnego obywatelstwa Inne:.....			
15. Oświadczam, że wobec osoby, której wpis dotyczy, nie orzeczono prawomocnie zakazów, o których mowa w art. 5 ust. 2 pkt 13-15 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy w zakresie działalności gospodarczej objętej wpisem, oraz, że osoba, której wpis dotyczy, posiada tytuł prawny do nieruchomości, których adresy są wpisywane do CEIDG. Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia*. ☐ - tak, składam oświadczenie Zgodnie z art. 233 § 6 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny, osoba, która składa fałszywe oświadczenie i została uprzedzona o odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia, podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 8. Zgodnie z art. 7 ust. 2 ustawy Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy, zawarcie w oświadczeniu klauzuli: "Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia" zastępuje pouczenie organu uprawnionego do odebrania oświadczenia o odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia.			
03.1. Jestem cudzoziemcem, o którym mowa w art. 4 ust. 2 lub ust. 4 lub ust. 5 ustawy o zasadach uczestnictwa przedsiębiorców zagranicznych i innych osób zagranicznych w obrocie gospodarczym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. ☐			
03.2. Dane dokumentu potwierdzającego status cudzoziemca:			
1. Data wydania dokumentu: ____-____-____ (RRRR-MM-DD)		2. Sygnatura dokumentu:	
		3. Organ wydający dokument:	
☐ 04. Adres zamieszkania wnioskodawcy*:			
1. Kraj*:		2. Województwo:	
3. Powiat:		4. Gmina/Dzielnica:	
5. Miejscowość:		6. Ulica:	
7. Nr nieruchomości/domu:		8. Numer lokalu:	
9. Kod pocztowy:		10. Poczta:	
11. Opis nietypowego miejsca:			
☐ 05. Adres skrzynki ePUAP:			
Adres w systemie teleinformatycznym. Do doręczeń pism za pomocą środków komunikacji elektronicznej może mieć zastosowanie adres elektroniczny na portalu podatkowym lub w systemie ePUAP, w przypadku, jeżeli wniesiono o zastosowanie takiego sposobu doręczania albo wyrażono na to zgodę (art. 144a § 1 pkt 2 lub art. 144a § 1 pkt 3 w związku z art. 3e § 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2019 r. poz. 900, z późn. zm.)). Adres elektroniczny w systemie ePUAP może mieć również zastosowanie do doręczeń pism w analogicznych przypadkach określonych w art. 39 ¹ § 1 pkt 2 lub art. 39 ¹ § 1 pkt 3 w związku z art. 39 ¹ § 1a ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2018 r. poz. 2096 z późn. zm.). Poniżej można zaznaczyć rezygnację ze wskazanego adresu elektronicznego.			
1. Adres elektroniczny:		2. Rezygnacja z adresu elektronicznego ☐	

☐ 06. Firma przedsiębiorcy, którego wniosek dotyczy* (nazwa firmy musi zawierać Imię i Nazwisko przedsiębiorcy):			
☐ 06.1. Przewidywana liczba pracujących* (przedsiębiorca + planowana liczba osób zatrudnionych)			
☐ 06.2. Rodzaje działalności gospodarczej symbol (5-znakowy) wg PKD 2007 Poszczególne kody i powiązane z nimi procedury znajdziesz na stronie www.pkd.gov.pl			Przeważający*: ☐ 1. _____
2. _____ Wykreślenie ☐	3. _____ Wykreślenie ☐	4. _____ Wykreślenie ☐	
5. _____ Wykreślenie ☐	6. _____ Wykreślenie ☐	7. _____ Wykreślenie ☐	
8. _____ Wykreślenie ☐	9. _____ Wykreślenie ☐	Kontynuacja w załączniku CEIDG-RD ☐	
☐ 07. Nazwa skrócona* : (w przypadku braku należy podać imię i nazwisko)			☐ 08. Data rozpoczęcia działalności* : ____ - ____ - ____ (RRRR-MM-DD)
☐ 09. Dane do kontaktu:		Sprzeciwiam się udostępnianiu danych kontaktowych z CEIDG ☐	
1. Numer telefonu:		2. Adres poczty elektronicznej:	
3. Numer faksu:		4. Strona WWW:	
10. Adresy związane z działalnością gospodarczą*:			
☐ 10.1. Adres do doręczeń*:			
1. Adresat:			
2. Kraj:	3. Województwo:	4. Powiat:	5. Gmina/Dzielnica:
6. Miejscowość:	7. Ulica:	8. Nr nieruchomości/domu:	9. Numer lokalu:
10. Kod pocztowy:	11. Poczta:	12. Skrytka pocztowa:	
☐ 10.2. Stałe miejsce wykonywania działalności gospodarczej*:		Brak stałego miejsca wykonywania działalności gospodarczej ☐	
W przypadku braku stałego miejsca wykonywania działalności gospodarczej do celów podatkowych przyjęty zostanie adres zamieszkania.			
1. Województwo:	2. Powiat:	3. Gmina/Dzielnica:	
4. Miejscowość:	5. Ulica:	6. Nr nieruchomości/domu:	7. Numer lokalu:
8. Kod pocztowy:	9. Poczta:		
10. Opis nietypowego miejsca:			
11. Dodatkowe stałe miejsca wykonywania działalności gospodarczej:			
11.1. Numer identyfikacyjny REGON: _____			Wykreślenie ☐
11.2. Nazwa jednostki lokalnej:			
☐ 11.3. Adres dodatkowego miejsca wykonywania działalności gospodarczej:			
1. Kraj:	2. Województwo:	3. Powiat:	4. Gmina/Dzielnica:
5. Miejscowość:	6. Ulica:	7. Nr nieruchomości/domu:	8. Numer lokalu:
9. Kod pocztowy:	10. Poczta:		
11. Opis nietypowego miejsca:			
12. Wskazany adres dotyczy miejsca wykonywania działalności przez: ☐ przedsiębiorcę ☐ spółkę cywilną, w której przedsiębiorca uczestniczy			
☐ 11.4. Przewidywana liczba pracujących:			
☐ 11.5. Data rozpoczęcia działalności jednostki: ____ - ____ - ____ (RRRR-MM-DD)		☐ 11.6. Zakład leczniczy podmiotu leczniczego.	

11.7. Rodzaje działalności gospodarczej wykonywanej w tej lokalizacji symbol (5-znakowy) wg PKD 2007			Przeważający*: ☐ 1. _____	
2. _____ Wykreślenie ☐		3. _____ Wykreślenie ☐		4. _____ Wykreślenie ☐
5. _____ Wykreślenie ☐		6. _____ Wykreślenie ☐		Kontynuacja w załączniku CEIDG-RD ☐
Kolejne miejsca wykonywania działalności gospodarczej w załączniku CEIDG-MW ☐				
☐ 12. Podlegam obowiązkowemu ubezpieczeniu w*: (należy zaznaczyć tylko jedno pole)				
Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych ☐ (wypełnij pole 12.1 i opcjonalnie 12.2)		Kasie Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego ☐ (wypełnij rubrykę 13)		Jestem ubezpieczony za granicą ☐
12.1. Data powstania obowiązku opłacania składek ZUS (RRRR-MM-DD): ____ - ____ - ____				
12.2. Dołączam zgłoszenia ZUS: ZZA ☐ , ZWUA ☐ , ZUA ☐ , ZIUA ☐ , ZCNA ☐ szt.....				
☐ 13. Dane dla potrzeb KRUS:				
13.1. Oświadczam, że:				
1) moje sprawy prowadzi jednostka terenowa KRUS:.....				
2) chcę kontynuować ubezpieczenie społeczne rolników: ☐ TAK ☐ NIE				
3) w poprzednim roku podatkowym:				
a) prowadziłem(am) pozarolniczą działalność gospodarczą: ☐ TAK ☐ NIE				
b) współpracowałem(am) przy prowadzeniu pozarolniczej działalności gospodarczej: ☐ TAK ☐ NIE				
4) zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego o nieprzekroczeniu kwoty należnego podatku dochodowego od przychodów z pozarolniczej działalności gospodarczej za poprzedni rok podatkowy:				
a) złożyłem(am) we właściwej jednostce terenowej KRUS: ☐ TAK ☐ NIE				
b) składałem wraz z niniejszym wnioskiem: ☐ TAK ☐ NIE				
c) złożyłem we właściwej jednostce terenowej KRUS w terminie 14 dni od dnia rozpoczęcia prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej w rozumieniu ustawy o ubezpieczeniu społecznym rolników: ☐ TAK ☐ NIE				
5) organem podatkowym właściwym do rozliczenia podatku dochodowego od przychodów z pozarolniczej działalności gospodarczej za poprzedni rok podatkowy jest:.....				
13.2. Oświadczam, że przekroczyłem(am) kwotę należnego podatku dochodowego od przychodów z pozarolniczej działalności gospodarczej za poprzedni rok podatkowy: ☐ TAK ☐ NIE				
☐ 14. Informacja o zawieszeniu wykonywania działalności gospodarczej:				
1. Data rozpoczęcia zawieszenia (RRRR-MM-DD): ____ - ____ - ____ Chcę jednocześnie wskazać datę wznowienia działalności ☐ (datę należy podać w rubryce 15)			2. Rezygnuję z zawieszenia działalności ☐	
☐ 15. Informacja o wznowieniu wykonywania działalności gospodarczej:				
1. Data wznowienia działalności gospodarczej (RRRR-MM-DD): ____ - ____ - ____			2. Rezygnuję ze wznowienia działalności ☐	
☐ 16. Informacja o zaprzestaniu wykonywania działalności gospodarczej:				
1) Data trwałego zaprzestania działalności gospodarczej (RRRR-MM-DD): ____ - ____ - ____				
2) Rezygnuję z zaprzestania wykonywania działalności ☐				
3) Przekształcenie w jednoosobową spółkę kapitałową ☐				
4) Nie podjęto działalności ☐				
☐ 17. Informacja dotycząca naczelnika urzędu skarbowego:				
Aktualny naczelnik urzędu skarbowego właściwy do spraw ewidencji podatników:				
☐ 18. Oświadczam, że podatek dochodowy od osób fizycznych będę opłacać w formie:				
(Wybór formy opodatkowania wpływa na wysokość przyszłego podatku oraz na rodzaj i zakres prowadzonej dokumentacji rachunkowej. Więcej informacji o formach opodatkowania znajdziesz na stronie: biznes.gov.pl/podatki) Zaznaczając rubrykę „na zasadach ogólnych” jednocześnie rezygnujesz z wcześniej wybranej formy opodatkowania.				
1. na zasadach ogólnych ☐	2. liniowy ☐	3. ryczałt od przychodów ewidencjonowanych ☐	4. karty podatkowej ☐ dołączam wniosek PIT-16 ☐	
☐ 19. Zawiadomienie o prowadzeniu ksiąg rachunkowych:				
Zawiadamiam, że w następnym roku obrotowym wybieram prowadzenie ksiąg rachunkowych. Składam zawiadomienie ☐ Zawiadomienie nie jest składane w przypadku gdy informacja o prowadzeniu ksiąg rachunkowych zostanie złożona na podstawie odrębnych przepisów, o których mowa w art. 2 ust. 2 ustawy o rachunkowości.				
☐ 20. Dane podmiotu prowadzącego dokumentację rachunkową wnioskodawcy:				
1. Firma: _____		2. NIP: _____		Rozwiązanie umowy ☐
☐ 21. Adres przechowywania dokumentacji rachunkowej wnioskodawcy:				
1. Kraj: _____	2. Województwo: _____	3. Powiat: _____	4. Gmina/Dzielnica: _____	
5. Miejscowość: _____	6. Ulica: _____	7. Nr nieruchomości/domu: _____	8. Numer lokalu: _____	
9. Kod pocztowy: _____	10. Poczta: _____			

☐ 22. Prowadzę zakład pracy chronionej ☐			
☐ 23. Prowadzę działalność gospodarczą wyłącznie w formie spółki/spółek cywilnych ☐ TAK ☐ NIE			
☐ 24. Jestem współnikiem spółki/spółek cywilnych:			
1. NIP spółki:	2. REGON spółki:	Wykreślenie informacji o spółce cywilnej z wpisu w CEIDG ☐	
3. Zawiesiłem działalność w spółce od dnia: _____ (RRRR-MM-DD) _____		4. Wznowiłem działalność w spółce od dnia: _____ (RRRR-MM-DD) _____	
Kontynuacja w załączniku CEIDG-S.C. ☐			
☐ 25. Informacja o małżeńskiej wspólności majątkowej:			
1. Łączy mnie z małżonkiem wspólność majątkowa: ☐ TAK ☐ NIE / Nie dotyczy		2. Małżeńska wspólność majątkowa ustala dnia: _____ (RRRR-MM-DD) _____	
26. Informacje o rachunkach bankowych / rachunkach w SKOK wnioskodawcy:			
☐ 26.1. Rachunek związany z prowadzeniem działalności gospodarczej:			
1. Kraj siedziby banku (oddziału):	2. Kod SWIFT (tylko dla zagranicznego rachunku bankowego. Od 8 do 11 znaków):	3. Pełna nazwa banku (oddziału):	
4. Posiadacz rachunku:			
5. Numer rachunku (od 5 do 26 znaków):		6. Likwidacja ☐	
7. Rachunek, na który dokonywany będzie zwrot podatku ☐ Zwrot podatku nie może być dokonywany na zagraniczny rachunek bankowy.		Kontynuacja w załączniku CEIDG-RB ☐	
☐ 26.2. Osobisty rachunek bankowy (niezwiązany z prowadzeniem działalności gospodarczej):			
1. Kraj siedziby banku (oddziału):	2. Kod SWIFT (tylko dla zagranicznego rachunku bankowego. Od 8 do 11 znaków):	3. Pełna nazwa banku (oddziału):	
4. Posiadacz rachunku:			
5. Numer rachunku (od 5 do 26 znaków):		6. Rezygnacja ☐	
☐ 27. Informacja o numerach identyfikacyjnych uzyskanych w innych krajach dla celów podatkowych lub ubezpieczeń społecznych:			
1. Kraj:	2. Numer:	3. Typ: Podatkowy ☐ Ubezpieczeniowy ☐	Kontynuacja w załączniku CEIDG-RB ☐
☐ 28. Udzieliłem(am) pełnomocnictwa do prowadzenia moich spraw:			
☐ 28.1. Dane pełnomocnika:		Wykreślenie wpisu o pełnomocnictwie z CEIDG ☐	
Pełnomocnik jest osobą prawną ☐		1. Nazwa firmy pełnomocnika:	
2. Imię:		3. Nazwisko:	
4. PESEL/KRS: _____		5. Data urodzenia (RRRR-MM-DD): _____ - _____ - _____	
6. NIP: _____		7. Obywatelstwa:	
☐ 28.2. Adres pełnomocnika do doręczeń:			
1. Kraj:	2. Województwo:	3. Powiat:	4. Gmina/Dzielnica:
5. Miejscowość:	6. Ulica:	7. Nr nieruchomości/domu:	8. Numer lokalu:
9. Kod pocztowy:	10. Poczta:	11. Skrytka pocztowa:	
12. Adres poczty elektronicznej:	13. Strona WWW:	14. Numer telefonu:	
Kontynuacja w załączniku CEIDG-PN ☐			
☐ 28.3. W zakresie rejestru CEIDG pełnomocnictwo obejmuje następujące czynności:			
☐ zmiana wpisu w CEIDG ☐ wpis informacji w CEIDG o zawieszeniu wykonywania działalności gospodarczej ☐ wpis informacji w CEIDG o wznowieniu wykonywania działalności gospodarczej ☐ wniosek o wykreślenie wpisu w CEIDG ☐ prowadzenie spraw za pośrednictwem punktu kontaktowego			
29. Dołączam następujące dokumenty: (podać liczbę formularzy)			
☐ CEIDG-RD szt.	☐ CEIDG-MW szt.	☐ CEIDG-RB szt.	
☐ CEIDG-SC szt.	☐ CEIDG-PN szt.	☐ Inne szt.	

30. Informacja dotycząca przetwarzania danych osobowych w CEIDG:

Informujemy, że:

- a) Administratorem Pani/Pana danych osobowych przetwarzanych w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dalej jako „CEIDG”) jest Minister Rozwoju (dalej jako: „Minister”).
- b) Dane kontaktowe Inspektora Ochrony Danych w Ministerstwie Rozwoju, e-mail: iod@mr.gov.pl.
- c) Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane na podstawie ustawy z dnia 6 marca 2018 r. o centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej i punkcie informacji dla przedsiębiorcy (Dz. U. z 2019 r. poz. 1291 ze późn. zm.) (dalej jako „Ustawa”), wyłącznie w celach wyrażone w niej wskazanych.
- d) Pani/Pana dane osobowe nie będą wykorzystywane do celów innych niż te, dla których zostały pierwotnie zebrane.
- e) Ma Pan/Pani prawo do dostępu do swoich danych osobowych oraz ich sprostowania.
- f) Jeżeli zaistnieje podejrzenie, że przetwarzanie Pana/Pani danych osobowych narusza przepisy RODO ma Pan/Pani prawo wnieść skargę do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.
- g) Przedsiębiorca może opublikować za pośrednictwem systemu teleinformatycznego CEIDG informacje dotyczące swoich pełnomocników i prokurentów. Minister w zakresie powyższych informacji nie decyduje o celach i sposobach ich przetwarzania, określa jedynie zasady ich publikowania w CEIDG.
- h) Przekazywanie przez Ministra Pani/Pana danych osobowych przetwarzanych w CEIDG może nastąpić wyłącznie w przypadku, jeżeli będzie to stanowić realizację obowiązku Administratora, wynikającego z obowiązujących przepisów prawa.
- i) Pani/Pana dane osobowe nie będą przekazywane przez Ministra do państw trzecich, nienależących do Europejskiego Obszaru Gospodarczego.
- j) Dane osobowe przedsiębiorców będą usuwane po upływie 10 lat od dnia wykreślenia przedsiębiorców z CEIDG, zgodnie z art. 49 ust. 2 Ustawy.
- k) Dane osobowe osób fizycznych składających wniosek o wpis do CEIDG z informacją o niepodjęciu działalności gospodarczej będą usuwane po upływie 10 lat od dnia złożenia wniosku, zgodnie z art. 49 ust. 3 Ustawy.
- l) Dane osobowe prokurentów oraz pełnomocników będą przechowywane do dnia zakończenia ich publikacji w CEIDG zgodnie z art. 39 ust. 8 Ustawy.

Miejscowość i data złożenia wniosku

Własnoręczny podpis przedsiębiorcy / osoby uprawnionej

Rejestracja w CEIDG i wszelkie czynności związane z wpisem są **bezpłatne**.
Co dalej po rejestracji firmy? Sprawdź na biznes.gov.pl/porejestracji

Materiał dodatkowy: „Jednoosobowa działalność gospodarcza – formy opodatkowania”

Dochód z prowadzonej działalności gospodarczej, jak każdy inny, podlega opodatkowaniu. Już podczas wypełniania wniosku CEIDG-1 należy się zdecydować na konkretną jego formę. Osoba fizyczna może wybrać (jeżeli inne przepisy nie stanowią inaczej) formę opodatkowania:

Opodatkowanie na zasadach ogólnych (według skali podatkowej). Najprościej rzecz ujmując, stawką 17-procentową opodatkowany jest dochód (czyli różnica pomiędzy osiągniętymi przychodami a kosztami uzyskania przychodu) do kwoty 85 528 zł. Jeśli jednak dochody będą wysokie, kwota powyżej progu 85 528 zł (nadwyżka) będzie opodatkowana stawką 32-procentową. Ten sposób rozliczenia ma wiele pozytywnych, np. w zeznaniu rocznym można skorzystać z różnego rodzaju ulg podatkowych (internetowej, prorodzinnej itd.), kwoty wolnej od podatku (zmniejszającej podstawę opodatkowania), której wysokość jest uzależniona od rocznego dochodu. W przypadku zasad ogólnych obowiązkowe jest także prowadzenie ewidencji księgowych: księgi rachunkowej lub księgi przychodów i rozchodów.



Podatek liniowy, podobnie jak w przypadku opodatkowania na zasadach ogólnych, to różnica pomiędzy przychodami i poniesionymi kosztami. Jednak w tym wypadku wartość podatku wynosi 19% i jest stała. I właśnie to jest największym plusem tego rodzaju opodatkowania. Niezależnie od tego, jakie jednoosobowa działalność gospodarcza przynosi dochody, stawka podatku będzie zawsze taka sama. Ten rodzaj opodatkowania nie daje jednak możliwości skorzystania z ulg podatkowych w rozliczeniu rocznym ani kwoty zmniejszającej podatek, jak ma to miejsce w przypadku opodatkowania na zasadach ogólnych. Dodatkowo, tak jak w przypadku zasad ogólnych, jeżeli nie osiągnie się żadnego przychodu, nie płaci się nic. Ewidencja księgowa prowadzona jest w oparciu o księgę przychodów i rozchodów.

Ryczałt od przychodów ewidencjonowanych to forma, w której jednoosobowa działalność gospodarcza opodatkowana jest jedynie od przychodu, którego nie można pomniejszyć o poniesione koszty uzyskania przychodu. Wybierając tę opcję, podatnik decyduje się na jedną z pięciu zasadniczych stawek: 3%, 5,5%, 8,5%, 17% i 20%. Stawka, jaką wybierze przedsiębiorca, zależy od rodzaju wykonywanej działalności. Rozliczając się w ten sposób, trzeba prowadzić uproszczoną ewidencję przychodów (w której nie wykazuje się kosztów). Dodatkowo każde posunięcie przedsiębiorcy musi zostać udokumentowane – jest zobligowany do przechowywania dowodów zakupów, prowadzenia ewidencji przychodów oraz wykazu środków trwałych.

Karta podatkowa. Charakterystyczne dla tej formy opodatkowania jest to, że wysokość podatku nie ma nic wspólnego z dochodem osiąganym przez przedsiębiorcę. Wysokość stawek karty podatkowej jest ustalana indywidualnie z naczelnikiem urzędu skarbowego i zależy od wielu czynników, m.in. od:

- liczby mieszkańców miejscowości, w której zarejestrowano działalność gospodarczą,
- rodzaju i zakresu prowadzonej działalności gospodarczej.

Kartę podatkową wybiera się przede wszystkim ze względu na to, jaką działalność otwieramy. Przeznaczona jest przede wszystkim dla firm działających w zakresie gastronomii (ze sprzedażą napojów o zawartości alkoholu do 1,5%), usług rozrywkowych, edukacyjnych itp. Pełną listę działalności, które mogą skorzystać z karty podatkowej, można znaleźć w art. 23 ust. 1 ustawy o zryczałtowanym podatku dochodowym. Karta podatkowa posiada bardzo ścisłe limity zatrudnienia oraz wymaga dodatkowych formalności. Nie wymusza jednak na przedsiębiorcy prowadzenia ksiąg rachunkowych czy składania zeznań podatkowych.

Źródło: A. Lazarowicz, „Jednoosobowa działalność gospodarcza”, *Poradnikprzedsiębiorcy.pl*, 29.07.2020, dostęp: 15.02.2021, <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-jednoosobowa-dzialalnosc-gospodarcza-krok-po-kroku>.

Konspekt zajęć nr 2

Temat: : Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej

Czas trwania zajęć: 1 godzina lekcyjna

Cele

Uczeń:

- charakteryzuje podstawowe formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw i przedsiębiorczości społecznej;
- dobiera formę organizacyjno-prawną do projektowanego przedsiębiorstwa lub przedsięwzięcia, z uwzględnieniem odpowiedzialności prawnej i majątkowej właścicieli.

Zgodność z podstawą programową

Cele kształcenia ogólnego:

- poznanie elementarnych pojęć z zakresu podstaw przedsiębiorczości;
- poznanie zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej, form organizacyjno-prawnych działalności;
- rozumienie zasad zarządzania oraz społecznej odpowiedzialności w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa.

Kształcone umiejętności i stosowanie wiedzy w praktyce:

- wyszukiwanie informacji z różnych źródeł, ich selekcja i analizowanie;
- stosowanie w praktyce kluczowych pojęć związanych z przedsiębiorczością;
- podejmowanie niezależnych, odpowiedzialnych decyzji finansowych w odniesieniu do własnych zasobów;
- projektowanie działań w zakresie zakładania własnego przedsiębiorstwa;
- przygotowanie do prowadzenia własnej działalności gospodarczej;
- efektywne uczestniczenie w pracy zespołowej z wykorzystaniem umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej oraz wdrażanie zasad skutecznego przywództwa w organizacji.

Postawy:

- wykorzystanie zdobytej wiedzy ekonomicznej do rozwijania własnej postawy przedsiębiorczej jako jednego z podstawowych warunków aktywnego uczestnictwa w życiu społeczno-gospodarczym, w tym skutecznego wykonywania pracy najemnej i prowadzenia własnej działalności gospodarczej;
- docenianie roli przedsiębiorców budujących w sposób odpowiedzialny konkurencyjną gospodarkę oraz dostrzeganie znaczenia wolności gospodarczej i własności prywatnej jako filarów gospodarki rynkowej;
- przyjmowanie postaw etycznych, społecznej solidarności i odpowiedzialności w życiu gospodarczym;
- zainteresowanie prowadzeniem własnej działalności gospodarczej oraz motywacja do ciągłego samorozwoju i inwestowania w siebie.

Ważne pojęcia i zagadnienia do wyjaśnienia w toku lekcji

Zalety i wady prowadzenia działalności gospodarczej, formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej, przepisy prawne regulujące działalność gospodarczą, konstytucja biznesu.

Metody i techniki

Wykład, dyskusja kierowana, praca w grupach, praca z tekstem.

Środki dydaktyczne

Arkusze papieru, pisaki/flamastry, materiał dla uczniów do wydruku: karta pracy „Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej”.

Inne pomoce

W. Kotowski, „Podstawy przedsiębiorczości”, wyd. II, Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej, Gdynia 2019 (s. 179–186) lub inny podręcznik do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości; najważniejsze informacje dotyczące konstytucji biznesu dostępne w publikacji: „Konstytucja biznesu”, Biznes.gov.pl, dostęp: 15.02.2021, <https://www.biznes.gov.pl/pl/ulatwienia-dla-biznesu/konstytucja-biznesu>.

Przebieg zajęć

Na początku zadajemy uczniom następujące pytanie: Jakie są Waszym zdaniem plusy i minusy prowadzenia własnej działalności gospodarczej? Zapisujemy odpowiedzi na tablicy lub prosimy każdego ucznia, który ma jakiś pomysł, by podszedł do tablicy i zapisał go samodzielnie. Odczytujemy propozycje uczniów. Następnie krótko podsumowujemy ćwiczenie.

Przykładowe odpowiedzi:



- nienormowany czas pracy
- brak szefa
- potencjalnie wyższe dochody
- samodzielność
- możliwość opłacania niższych składek do ZUS-u
- możliwość realizacji swoich pasji i zarabiania pieniędzy
- rozwój osobisty
- nowe wyzwania



- praca przez więcej godzin niż na etacie
- odpowiedzialność za wszystkie sprawy
- konieczność prowadzenia księgowości
- duże ryzyko
- konieczność ponoszenia dodatkowych nakładów finansowych, by firma mogła się rozwijać
- niepewne dochody
- konieczność śledzenia rynku i wyprzedzania konkurencji lub nadążania za nią

Każda planowana działalność zaczyna się od jakiegoś pomysłu. Do jego realizacji zazwyczaj potrzebny jest kapitał. Czasami powstają firmy, których szef jest jednocześnie i właścicielem, i pracownikiem. Ma on nie tylko środki, lecz także odpowiednią wiedzę oraz kompetencje, co pozwala mu z jednej strony w sposób autonomiczny podejmować wszystkie decyzje, ale też powoduje, że za wszystko odpowiada majątkiem osobistym (w skład którego może wchodzić dom, samochód, oszczędności itp.). W prosty sposób może też rozszerzyć swoją działalność lub ją zlikwidować.

Należy mieć świadomość, że im bardziej chcemy ochronić majątek własny, tym bardziej skomplikowane są sprawy związane z założeniem spółki i jej prowadzeniem oraz tym wyższy kapitał jest potrzebny, by taką spółkę powołać. Bywa też tak, że dana osoba dysponuje kapitałem, jednak nie ma odpowiedniej wiedzy do prowadzenia biznesu, np. z zakresu nowych technologii, mimo to jest przekonana,

że pomysł może być rentowny (opłacalny). Szuka ona wówczas takiej formy organizacyjno-prawnej, w której będzie mogła podejmować decyzje, nadzorować funkcjonowanie firmy, ale będzie miała ograniczoną odpowiedzialność za ewentualne straty powstałe w firmie. Trzeba pamiętać, że większa firma może być utożsamiana z potencjalnie większym zyskiem, jednak może wymagać bardziej skomplikowanego procesu zarządzania organizacyjno-finansowego i zwiększania zatrudnienia, a także śledzenia zmian prawnych, otoczenia konkurencji oraz innych czynników, w tym politycznych i ekonomicznych, które mogą mieć wpływ na wynik finansowy.

Przy wyborze formy organizacyjno-prawnej działalności gospodarczej powinniśmy zwrócić uwagę na:

- formę opodatkowania i rodzaj ksiąg podatkowych,
- wielkość i formę zatrudnienia,
- formę i wysokość składek na ubezpieczenia społeczne,
- ryzyko na rynku produktów/usług, które będziemy oferować klientom,
- wartość zobowiązań i inwestycji,
- źródła i koszt finansowania działalności.

Jeżeli przyszły przedsiębiorca nie może prowadzić działalności samodzielnie lub chce to robić z partnerami z uwagi na ich wiedzę, kompetencje, znajomość rynku czy kontrahentów albo potrzebuje dodatkowego kapitału, to powinien wybrać formę spółki cywilnej lub jedną ze spółek osobowych.

W sytuacji gdy prowadzona działalność może przynieść w początkowym okresie istotne straty, a ryzyko niepowodzenia jest duże, należy zastanowić się nad powołaniem spółki kapitałowej.

W Polsce przepisy prawne regulujące działalność gospodarczą można znaleźć m.in. w:

- kodeksie cywilnym (dotyczą osób fizycznych prowadzących indywidualnie działalność gospodarczą oraz spółek cywilnych),
- kodeksie spółek handlowych.

Warto się również zapoznać z tzw. konstytucją biznesu – pakietem ustaw, których celem jest uproszczenie przepisów dotyczących prowadzenia działalności. Prawo przedsiębiorców jest najważniejszą ustawą w jej ramach – określa najważniejsze prawa przedsiębiorcy i zasady prowadzenia działalności gospodarczej. Więcej informacji na stronie: <https://www.biznes.gov.pl/pl/ulatwienia-dla-biznesu/konstytucja-biznesu>.

Warto również wspomnieć, że istnieją formy prawne działalności, które nie są nastawione na zysk, takie jak fundacje czy stowarzyszenia. Ich celem jest najczęściej prowadzenie działalności charytatywnej, edukacyjnej, społecznie i gospodarczo użytecznej czy też związanej z podtrzymaniem tradycji. Jeszcze inną formę mają spółdzielnie, które prowadzą działalność na zasadach rachunku ekonomicznego, tak by zapewnić korzyści swoim członkom.



Ćwiczenie nr 1 (w grupach)

Rozdajemy uczniom kartę pracy „Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej”. Uczniowie zapoznają się z fragmentem podręcznika W. Kotowskiego „Podstawy przedsiębiorczości” (wyd. II, Gdynia 2019, s. 179–186) lub inną publikacją na temat form prawnych prowadzenia działalności gospodarczej i odpowiadają na pięć pytań typu prawda – fałsz. Pytania z karty pracy nauczyciel może samodzielnie dostosować do materiału źródłowego. Wspólnie z uczniami podsumowuje i uzgadnia poprawne odpowiedzi. Następnie prosi grupy uczniów o samodzielne przygotowanie dwóch pytań typu prawda – fałsz z wykorzystaniem materiału źródłowego i urządza turniej pomiędzy zespołami.

Wersja I: zespoły po kolei zadają po jednym pytaniu pozostałym grupom, a ta spośród nich, która najszybciej odpowie na pytanie poprawnie, otrzymuje punkt. Nauczyciel zapisuje na tablicy wyniki.

Wersja II: zespoły po kolei zadają po jednym pytaniu i wskazują grupę do odpowiedzi na nie. Wytypowany zespół powinien to zrobić w określonym czasie (np. 15 sekund), który mierzony jest przez nauczyciela. Jeśli czas zostanie przekroczony, grupa zadająca pytanie wskazuje kolejną do udzielenia odpowiedzi. Jeżeli nie odpowie ona na pytanie, punkt zdobywa grupa zadająca pytanie.

Odpowiedzi do karty pracy:

Pytanie 1	<i>Prawda</i>	
Pytanie 2	<i>Falsz</i>	Tylko za zobowiązania, które powstały podczas ich kadencji.
Pytanie 3	<i>Prawda</i>	
Pytanie 4	<i>Falsz</i>	W KRS-ie
Pytanie 5	<i>Falsz</i>	100 tys. zł

**Ćwiczenie nr 2 (w grupach)**

Zadaniem każdej z grup jest wyszukanie w Internecie firmy produkującej konkretny typ sprzętu sportowego występującego w grze planszowej, tj. rowery, hulajnogi, deskorolki, i sprawdzenie, jaką formę organizacyjno-prawną ma to przedsiębiorstwo. Uczniowie, na podstawie materiałów źródłowych z ćwiczenia nr 1 lub/i informacji z Internetu, wskazują, jakie są korzyści płynące z wyboru tej konkretnej formy działalności.

Podsumowanie lekcji

Lekcję kończymy krótkim podsumowaniem. Można do tego celu wykorzystać następujące pytania: Czy uważacie, że założenie działalności gospodarczej w Polsce jest skomplikowanym procesem? Czy Twoim zdaniem trudno jest wybrać formę organizacyjno-prawną działalności gospodarczej?

**Zadanie domowe**

Proponujemy uczniom, aby znaleźli skróty, jakich używa się na świecie na oznaczenie różnych typów spółek zajmujących się produkcją sprzętu sportowego.

Karta pracy

„Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej”

Odpowiedz na pytania typu prawda – fałsz. Skorzystaj z podręcznika W. Kotowskiego „Podstawy przedsiębiorczości” (wyd. II, Gdynia 2019, s. 179–186) lub innego podręcznika do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości.

Numer pytania	Pytanie	Prawda (P)	Fałsz (F)
1	W spółce cywilnej każdy wspólnik odpowiada za zobowiązania całym swoim majątkiem, solidarnie z pozostałymi wspólnikami.		
2	W spółce z ograniczoną odpowiedzialnością członkowie zarządu odpowiadają solidarnie swoim majątkiem za wszystkie zobowiązania, jeśli egzekucja przeciwko spółce okaże się bezskuteczna.		
3	Aby założyć działalność gospodarczą w postaci spółki cywilnej, należy zawrzeć umowę na piśmie z naszymi wspólnikami.		
4	Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością wspólnicy rejestrują w CEIDG.		
5	Minimalny kapitał założycielski w spółce akcyjnej to 5 tys. zł.		
6			
7			

Konspekt zajęć nr 3

Temat: Konceptcje marketingowe

Czas trwania zajęć: 1 godzina lekcyjna

Cele

Uczeń:

- dostrzega znaczenie przedsiębiorczości, w tym innowacyjności i kreatywności w życiu osobistym i rozwoju społeczno-gospodarczym w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i globalnej;
- wyjaśnia prawo popytu i podaży;
- charakteryzuje główne instrumenty marketingowe, rozumie ich rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa oraz wykorzystuje posiadaną wiedzę w tym zakresie do projektowania działań marketingowych w planowanym przedsiębiorstwie lub przedsięwzięciu;
- wykazując się kreatywnością, planuje działania promocyjne, uzasadnia ich rolę w przedsięwzięciu oraz dyskutuje nad pozytywnymi i negatywnymi przykładami wpływu reklamy na klientów;
- dostrzega możliwości rozwoju przedsiębiorstwa i osiągnięcia sukcesu rynkowego przy pełnym poszanowaniu zasad etycznych w biznesie.

Zgodność z podstawą programową

Cele kształcenia ogólnego:

- poznanie elementarnych pojęć z zakresu podstaw przedsiębiorczości;
- rozumienie istoty przedsiębiorczości oraz poznanie jej roli w gospodarce i życiu człowieka;
- wyjaśnianie mechanizmów funkcjonowania gospodarki rynkowej, powiązań między jej podmiotami oraz poznanie roli państwa w procesach gospodarczych;
- poznanie zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej;
- rozumienie zasad zarządzania, roli marketingu oraz społecznej odpowiedzialności w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa;
- przygotowanie do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Kształcone umiejętności i stosowanie wiedzy w praktyce:

- wyszukiwanie informacji z różnych źródeł, ich selekcja i analizowanie;
- stosowanie w praktyce kluczowych pojęć związanych z przedsiębiorczością;
- podejmowanie niezależnych, odpowiedzialnych decyzji finansowych w odniesieniu do własnych zasobów.

Postawy:

- wykorzystanie zdobytej wiedzy ekonomicznej do rozwijania własnej postawy przedsiębiorczej jako jednego z podstawowych warunków aktywnego uczestnictwa w życiu społeczno-gospodarczym;
- korzystanie z szans pojawiających się na rynku, podejmowanie inicjatywy, pomysłowość oraz zdolność do pokonywania barier wewnętrznych i zewnętrznych;
- docenianie roli przedsiębiorców budujących w sposób odpowiedzialny konkurencyjną gospodarkę oraz dostrzeganie znaczenia wolności gospodarczej i własności prywatnej jako filarów gospodarki rynkowej.

Ważne pojęcia i zagadnienia do wyjaśnienia w toku lekcji

Koncepcja 4P (marketing mix) – produkt, cena, promocja i dystrybucja, aktualne trendy w marketingu, kampania dystrybucyjna: intensywna, selektywna i ekskluzywna.

Metody i techniki

Wykład, dyskusja kierowana, praca w grupach, praca z tekstem, szukanie informacji w Internecie, podcast.

Środki dydaktyczne

Duże arkusze papieru (min. A3, najlepiej kartka typu flipchart lub papier pakowy), pisaki/flamastry, materiał dla nauczyciela i uczniów do wydruku: karta pracy „Marketing – produkty”, karta pracy „Marketing mix”, materiał dodatkowy „Marketingowe trendy 2020”.

Inne pomoce

Podcast i animowane prezentacje (linki do materiałów znajdują się w opisie przebiegu zajęć).

Przebieg zajęć

W ramach przygotowania do zajęć prosimy uczniów o obejrzenie czy wysłuchanie wymienionych dalej materiałów lub przeczytanie fragmentu dotyczącego opisu koncepcji marketingu mix z podręcznika do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości. Możemy też zachęcić uczniów, by sami znaleźli interesujący materiał na ten temat w Internecie.

Materiały:

- podcast: <https://charzynska.pl/marketing-mix-poradnik/>
- lub 4 części animowanych prezentacji w serwisie YouTube:
 - produkt (czas trwania: 6:24) – <https://www.youtube.com/watch?v=Mw4zXXCjSmE>,
 - cena (7:14) – <https://www.youtube.com/watch?v=1yHFLgO6qJg>,
 - dystrybucja (6:55) – <https://www.youtube.com/watch?v=ckLyJfdBIJU>,
 - promocja (5:42) – https://www.youtube.com/watch?v=JDaSH-_vbwv&list=PL2HzSZuqp-nrHmomWSLe7miTGdLaVb5Ze&index=3&t=0s.

Na początku lekcji sygnalizujemy uczniom, że w grze planszowej wygrywa osoba, której przedsiębiorstwo uzyska najwyższą wartość w dwóch dziedzinach: rozpoznawalność marki oraz zasoby finansowe.

Opowiadamy im kilka faktów i ciekawostek na temat wybranych koncepcji marketingowych. Oto propozycje:

Koncepcja 4P, czyli marketing mix: produkt (ang. product), cena (ang. price), promocja (ang. promotion) i dystrybucja (ang. placement).



Uważa się, że pierwszym naukowcem, w którego pracach już w 1948 r. można odnaleźć ideę marketingu mix, był James Culliton – amerykański profesor Harvardu. Koncepcja ta była później rozwijana przez innych badaczy. Terminu „marketing mix” użył po raz pierwszy Neil Borden w 1953 r., a w latach 60. Edmund Jerome McCarthy zaproponował 4P jako klasyfikację najważniejszych elementów marketingu mix. Od tego czasu idea ta jest jedną z najpowszechniej znanych i akceptowanych ram marketingu.

Koncepcja 4P została w kolejnych latach rozwinięta do koncepcji 7P – poszerzono ją o dodatkowe elementy: ludzi (ang. people), fizyczny dowód (ang. physical evidence) i proces (ang. process). Stało się tak za sprawą Bernarda Boomsa i Mary Bitner, którzy uznali, że ujęcie 4P nie odzwierciedla wszystkich istotnych elementów planowania marketingowego w usługach. Zaproponowali swoją

koncepcję w 1981 r.

Zadajemy uczniom pytanie: czy zastanawialiście się kiedyś, skąd się wzięło słowo: „marka”? Okazuje się, że trudno jest określić, jak zrodziło się to pojęcie, jednak niektórzy przyjmują, że dzisiejsze jego znaczenie wykreował James Walter Thompson, który w 1900 r. opisał markę jako reklamę znaku towarowego. Historia Coca-Coli pokazuje, że już na początku XX w. markę bardziej postrzegano jako znak towarowy i źródło reputacji.

Natomiast już w 1955 r. David Ogilvy po raz pierwszy użył terminu „osobowość marki” – miała być ona nowym sposobem na odróżnienie od siebie produktów o podobnej jakości.

Z kolei w 1969 r. Jack Trout po raz pierwszy napisał o pozycjonowaniu jako o „miejscu produktu w świadomości klienta w relacji do produktów konkurencyjnych”.

Wszyscy autorzy wymienionych koncepcji i narzędzi byli Amerykanami, z wyjątkiem Davida Ogilvy’ego, który pochodził z Wielkiej Brytanii.



Ćwiczenie (w grupach)

Korzystamy z karty pracy „Marketing – produkty”, z której wycinamy prostokąty z nazwami produktów. Uczniów dzielimy na grupy. Każdy z zespołów losuje po jednej karteczce z nazwą produktu. Jedna z nich jest pusta. Grupa, która ją wylosuje, ma możliwość wpisania dowolnego, wymyślonego przez siebie produktu. Alternatywną możliwością (angażującą uczniów od początku ćwiczenia) jest samodzielne przygotowanie przez każdą z grup jednej kartki z interesującym ją produktem – dopiero wtedy odbywa się losowanie spośród przygotowanych propozycji.

Wariant I (dłuższy): Rozdajemy uczniom karty pracy „Marketing mix” oraz dodatkowo duże arkusze papieru i pisaki/flamastry. Prosimy młodzież o przygotowanie prezentacji wylosowanego produktu i omówienie poszczególnych elementów koncepcji marketingu mix. Maksymalny czas na przygotowanie wynosi 15 min. Uczniowie powinni w trakcie prezentacji szczegółowo przedstawić swój produkt, wskazać grupę odbiorców, kanały dystrybucji itd. – należy ich skłonić do precyzowania swoich zamierzeń.

Wariant II (krótszy): Każda grupa wybiera jeden dowolny element marketingu mix i przygotowuje prezentację dla pozostałych zespołów.

Podsumowanie lekcji

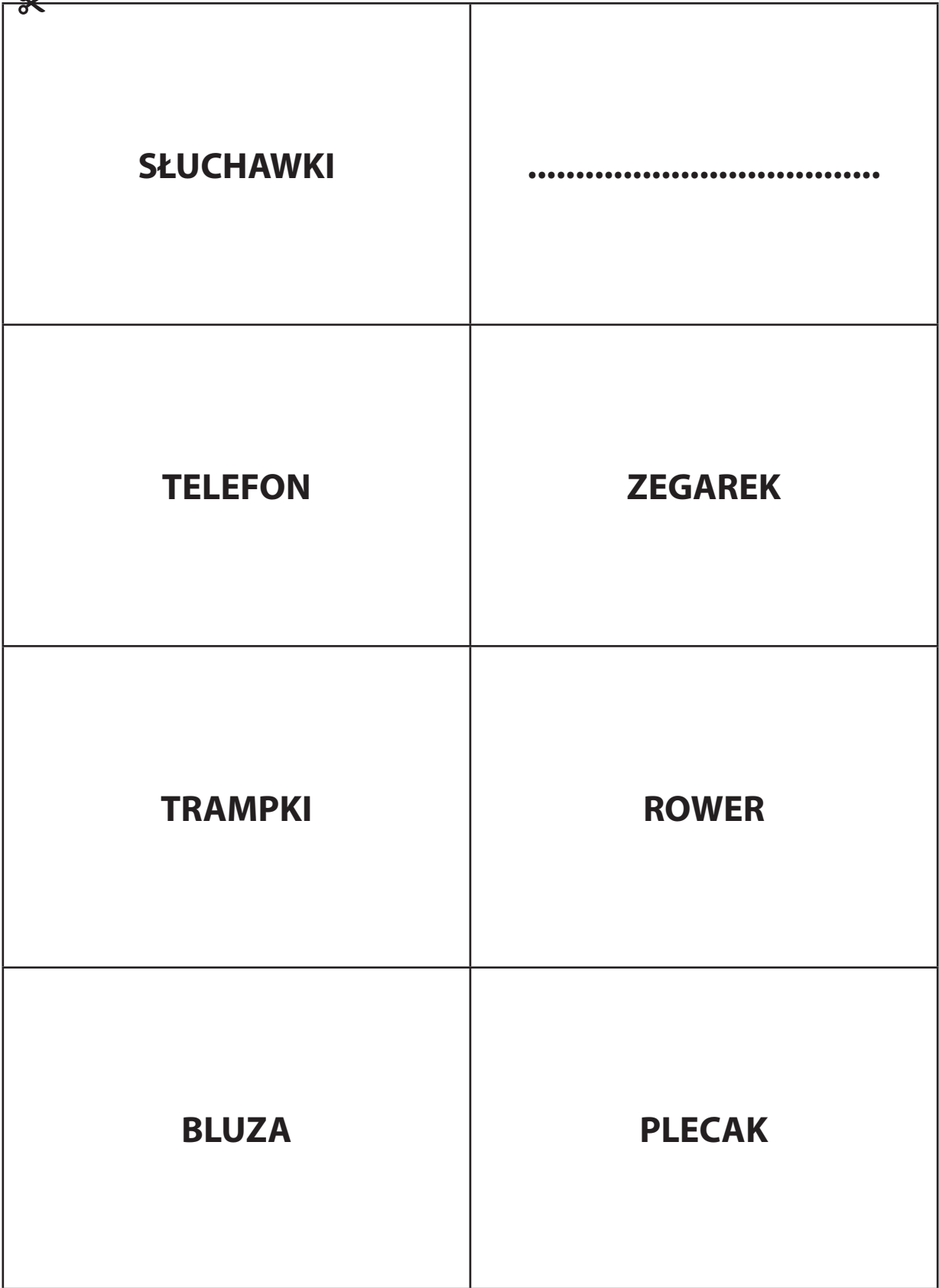
Prosimy uczniów o przeczytanie materiału dodatkowego „Marketingowe trendy 2020” i moderujemy dyskusję. Przykładowe pytania:

- Jakie Waszym zdaniem są obecnie najskuteczniejsze formy reklamy produktów?
- Czy znacie przykłady innych działań marketingowych obecnych dzisiaj w mediach?
- Czy znacie przykłady produktów, które nie są reklamowane w telewizji, a są popularne wśród klientów? Jakie to produkty?
- Czy towary luksusowe muszą być reklamowane, by znalazły swoich odbiorców?
- Czy znacie nieetyczne przykłady promowania produktów?



Zadanie domowe

Proponujemy uczniom wcielenie się w rolę eksperta i przygotowanie kampanii dystrybucyjnej: intensywnej, selektywnej i ekskluzywnej wybranego przez siebie produktu.



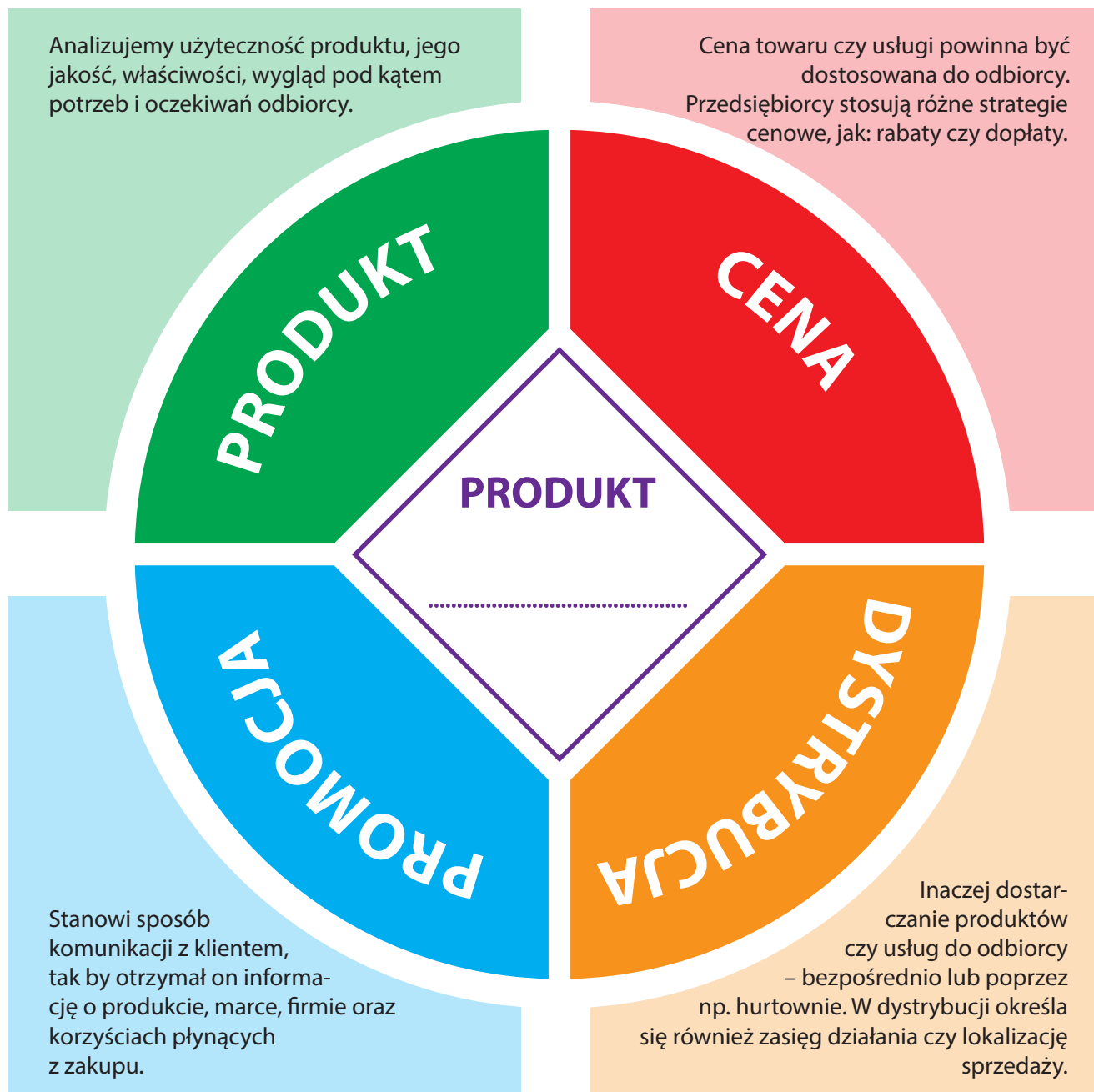
.....

ZEGAREK

ROWER

PLECAK

Karta pracy „Marketing mix”



Materiał dodatkowy „Marketingowe trendy 2020”

Mariusz Łodyga (strateg marketingowy) w artykule „Marketingowe trendy 2020 – ważne trendy w marketingu, które można wykorzystać w biznesie” pisze:

Marketingowe trendy w 2020 r. wyznaczają kierunek zmiany, którym podążają liderzy w swoich kategoriach. Od zdolności adaptacji do zmieniającego się otoczenia zależy, w jakim stopniu zarządzającym markami uda się utrzymać kontakt z konsumentami. Niektóre z sygnalizowanych trendów mogą wręcz zmienić sposób, w jaki dotychczas docierano do klienta, i tych, którzy zignorują dochodzące sygnały, odciąć od rynku bardzo skutecznie.

Absolutnym must have skutecznej komunikacji marketingowej 2020 r. będzie wychodzenie od strategicznego planowania komunikacji marketingowej (zobacz, dlaczego potrzebujesz strategii marketingowej) i stosowania hybrydowych kampanii łączących wiele formatów reklamowych oraz narzędzi, które dzięki uzyskiwaniu efektu synergii będą prowadziły użytkowników do konwersji zakupowej.

Kluczem do konwersji nie będzie wyłącznie ilość prowadzonych działań, ale również ich jakość. Jakość rozumiana jako odpowiadanie na potrzebę konsumenta w sposób, jaki dla niego jest najlepszy (korzyści na poziomie funkcjonalnym, emocjonalnym, ale i sposób prezentacji oferty/contentu).

Dla firmy pragnącej osiągać sprzedaż na satysfakcjonującym poziomie, która przełoży się na późniejsze zyski, ważne jest podążanie za nowymi trendami w marketingu.

Przykłady:

Brand blogging, czyli reklama produktów czy usług na blogach.

Obecnie w sieci można znaleźć wiele blogów, które poświęcone są różnym tematom, np.: modzie, motoryzacji, stylowi życia, gotowaniu. Taka forma reklamy odpowiada zwłaszcza młodym ludziom, którzy często czują swego rodzaju więź z autorami tych dzienników internetowych, gdyż utożsamiają się z tematami przez nich poruszonymi i regularnie te blogi czytają. Firmy często nawiązują współpracę z blogerkami miodowymi, by te w swoich wpisach umieszczały zdjęcia stylizacji z wykorzystaniem ubrań konkretnej marki. Z kolei producenci samochodów czy sprzętu elektronicznego udostępniają do testowania swoje produkty, by blogerzy mogli je potem opisać: jakie mają funkcjonalności, czy spełniają zapewnienia producenta, czy dobrze się ich używa, czy są ergonomiczne, wykonane z dobrych materiałów itp.

Community marketing, czyli reklama produktów lub usług za pośrednictwem social mediów.

Inne formy medializacji to: newslettery, podcasty itp.

Podcasting – nazwa „podcast” pochodzi od słów: „iPod” i „broadcast” (transmisja, przekaz). Termin ukuty został przez dziennikarza pisma „The Guardian” – Bena Hammersleya, a redaktorzy „New Oxford American Dictionary” wybrali „podcast” na słowo roku 2005 r.

Podcast to audycja dostępna za pośrednictwem Internetu w postaci odcinków w plikach audio bądź wideo. Pliki multimedialne można znaleźć w sieci od zarania samych początków jej istnienia, jednak to, co wyróżnia podcasty, to metoda dystrybucji.

Podcasting to jedna z najbardziej skutecznych strategii, która umożliwia uzyskanie ciekawych treści multimedialnych. Internauta za pomocą znaczników RSS subskrybuje interesujące go audycje, które następnie może odsłuchać lub obejrzeć w wygodnym dla siebie czasie. Popularność tego formatu wynika z tego, że można z niego korzystać podczas wykonywania innych zajęć, np. ćwiczeń na siłowni, uprawiania sportu na otwartej przestrzeni (joggingu, jazdy na rowerze, rolkach czy deskorolce itp.), a także bez konieczności wyłączania natrętnych reklam pojawiających się w trakcie trwania audycji (często publikowanych wraz z filmami w serwisie YouTube).

28 września 2004 r. Doc Searls, znany amerykański bloger i dziennikarz technologiczny, postanowił prześledzić liczbę zapytań w wyszukiwarce Google dotyczących słowa „podcast”. W tym dniu

internauci wpisali słowo „podcast” w wyszukiwarce zaledwie 24 razy. 18 października tego samego roku wyszukiwań było już ponad 100 tys.

Firma Apple rozpoczęła ofensywę podcastową w połowie 2005 r. Do swojego odtwarzacza muzycznego dodała funkcjonalności związane z podcastingiem: w zintegrowanym z iTunes sklepie internetowym pojawił się obszerny katalog bezpłatnych audycji. Ponadto firma opracowała serię instrukcji krok po kroku (tutoriali), w których uczy, jak tworzyć podcasty.

Źródło: M. Łodyga, „Marketingowe trendy 2020 – ważne trendy w marketingu, które można wykorzystać w biznesie”, Premium-consulting.pl, 10.02.2020, dostęp: 15.02.2021, <https://premium-consulting.pl/blog/marketingowe-trendy-2020-wazne-trendy-marketingu>.



Konspekt zajęć nr 4

Temat: : Opłacalność działalności gospodarczej – próg rentowności

Czas trwania zajęć: 1 godzina lekcyjna

Cele

Uczeń:

- identyfikuje cechy człowieka o postawie przedsiębiorczej, rozpoznaje je u siebie oraz określa związek zachowania się osoby przedsiębiorczej z szansami, jakie stwarza gospodarka rynkowa;
- znajduje możliwości finansowania działalności gospodarczej lub planowanego przedsięwzięcia;
- prognozuje efekty finansowe projektowanego przedsiębiorstwa lub przedsięwzięcia na podstawie zestawienia planowanych przychodów i kosztów.

Zgodność z podstawą programową

Cele kształcenia ogólnego:

- poznanie elementarnych pojęć z zakresu podstaw przedsiębiorczości;
- rozumienie istoty przedsiębiorczości oraz poznanie jej roli w gospodarce i życiu człowieka;
- rozumienie roli pieniądza, rynków i instytucji finansowych w gospodarce, funkcjonowaniu przedsiębiorstw i życiu człowieka.

Kształcone umiejętności i stosowanie wiedzy w praktyce:

- wyszukiwanie informacji z różnych źródeł, ich selekcja i analizowanie;
- stosowanie w praktyce kluczowych pojęć związanych z przedsiębiorczością;
- podejmowanie przemyślanych decyzji na podstawie wskaźników ekonomicznych oraz samodzielne obserwacje zjawisk zachodzących w gospodarce;
- odpowiedzialne gospodarowanie pieniędzmi, analizowanie, ocenianie i świadome korzystanie z usług finansowych oraz inwestowanie kapitału z wykorzystaniem wiedzy na temat praw klienta usług finansowych;
- podejmowanie niezależnych, odpowiedzialnych decyzji finansowych w odniesieniu do własnych zasobów;
- przygotowanie do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Postawy:

- wykorzystanie zdobytej wiedzy ekonomicznej do rozwijania własnej postawy przedsiębiorczej jako jednego z podstawowych warunków aktywnego uczestnictwa w życiu społeczno-gospodarczym, w tym skutecznego wykonywania pracy najemnej i prowadzenia własnej działalności gospodarczej;
- dostrzeganie konsekwencji działań nieetycznych związanych z finansami, w tym obowiązkami podatkowymi;
- kształtowanie proaktywności, odpowiedzialności za siebie i innych oraz umiejętnego godzenia własnego dobra z dobrem innych ludzi;
- zainteresowanie prowadzeniem własnej działalności gospodarczej oraz motywacja do ciągłego samorozwoju i inwestowania w siebie;
- przyjmowanie postaw etycznych, społecznej solidarności i odpowiedzialności w życiu gospodarczym.

Ważne pojęcia i zagadnienia do wyjaśnienia w toku lekcji

Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa, dokumenty finansowe (rachunek zysków i strat, bilans, rachunek przepływów pieniężnych), przychody i koszty, próg rentowności (w ujęciu ilościowym i wartościowym).

Metody i techniki

Wykład, dyskusja kierowana, praca w grupach, praca indywidualna lub w parach, praca z tekstem, obliczenia.

Środki dydaktyczne

Materiał dla uczniów do wydruku: karta pracy „Proóg rentowności”.

Przebieg zajęć

Na początku lekcji informujemy uczniów, że zwycięzcą gry planszowej zostaje osoba, której przedsiębiorstwo uzyska najwyższą wartość w dwóch dziedzinach: rozpoznawalność marki oraz zasoby finansowe.

Wyjaśniamy młodzieży, że w prowadzeniu działalności gospodarczej bardzo istotną umiejętnością jest właściwe zarządzanie finansami firmy. Oprócz pomysłu biznesowego zazwyczaj potrzebny jest kapitał – jego wielkość jest różna i zależy m.in. od formy organizacyjno-prawnej oraz przedmiotu działalności, czyli tego, czym firma będzie się zajmowała. Indywidualna działalność gospodarcza najczęściej nie wymaga wielkiego kapitału, jednak bez względu na to, jak duża jest firma, konieczne jest uważne śledzenie jej sytuacji finansowej.



W przedsiębiorstwach o dużym kapitale, dużych przychodach i obrotach najczęściej zatrudnia się do tych zadań profesjonalistów (np. dyrektora finansowego), którzy czuwają nad dobrą kondycją finansową. Sporządzają oni analizy finansowe na podstawie następujących dokumentów:

- rachunku zysków i strat (pokazuje on, w jaki sposób został uzyskany wynik finansowy – zysk lub strata),
- bilansu (służy do analizy sytuacji majątkowo-kapitałowej),
- rachunku przepływów pieniężnych – cash flow (podsumowuje przepływ środków pieniężnych w firmie z uwzględnieniem źródeł tych środków oraz sposobów ich wykorzystania).

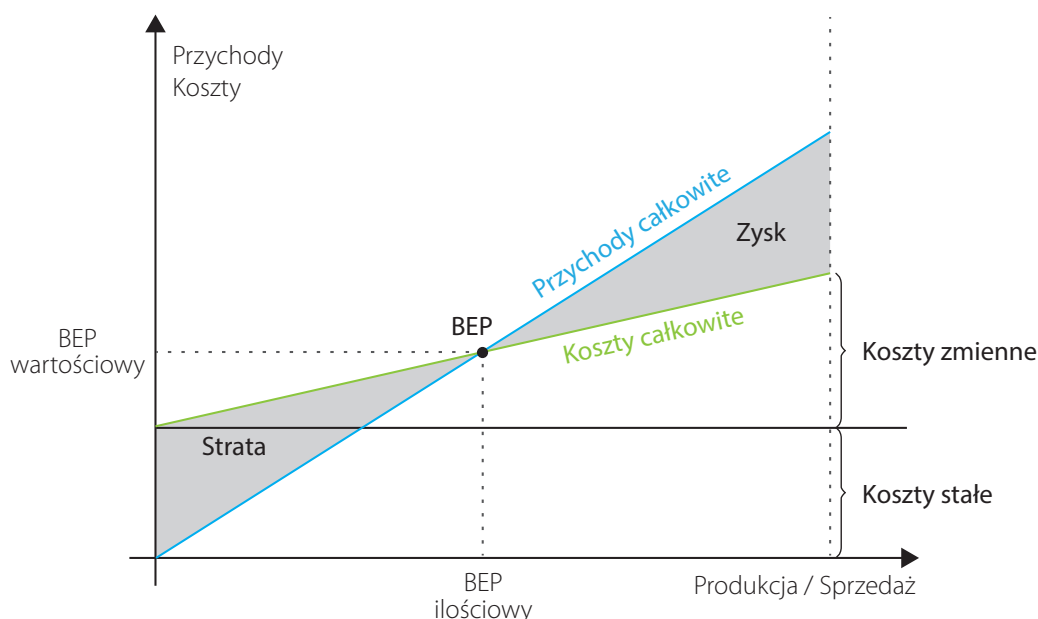
Ponadto przygotowują oni szczegółowe zestawienia i sprawozdania z uwzględnieniem informacji pozyskanych z działu księgowości oraz poszczególnych komórek organizacyjnych. Prezentują je następnie organom podejmującym istotne decyzje dla bieżącej działalności i rozwoju firmy, np. zarządowi. W przypadku pogarszającej się sytuacji finansowej dyrektor finansowy potrafi odpowiednio zareagować i wprowadzić ograniczenia, np. wskazać, gdzie można zmniejszyć koszty lub jak skutecznie wdrożyć plan naprawczy.

W małych firmach – indywidualnej działalności gospodarczej – księgowość prowadzi się najczęściej w uproszczonej formie i nie opracowuje tak szczegółowych dokumentów. Jednak nie zwalnia to ich właścicieli z powinności analizowania sytuacji finansowej firmy, przede wszystkim dla swojego bezpieczeństwa, gdyż w przypadku zadłużenia firmy odpowiadają oni za nie całym swoim majątkiem.

Jednym z podstawowych narzędzi do oceny biznesu jest ustalenie progu rentowności (ang. break-even point – BEP). Dlaczego próg rentowności jest tak ważny? Otóż:

- ułatwia zarządzanie finansami – dzięki niemu wiadomo, kiedy ograniczać wydatki,
- pozwala ocenić, czy biznes jest opłacalny,
- pomaga ustalić cenę produktu – łatwiej ją określić, kiedy potrafi się obliczyć, jakie przychody powinna mieć firma, by móc pokryć koszty związane z prowadzoną działalnością.

Jak możemy ustalić próg rentowności? Podobnie jak w budżecie domowym, w firmie mamy dwie podstawowe kategorie: przychody i koszty. Przychody to wszystkie należności i wpływy, jakie przedsiębiorstwo otrzymuje z tytułu prowadzonej działalności. Koszty natomiast możemy podzielić na stałe i zmienne. Koszty stałe to takie, które firma ponosi niezależnie od poziomu produkcji, wielkości sprzedaży czy wyników firmy, np.: czynsz, opłaty za media, wynagrodzenie pracowników zatrudnionych na etacie, koszty biura rachunkowego czy usługa sprzątania biura. Koszty zmienne są zależne od różnych czynników i zmieniają się w zależności od wielkości produkcji czy sprzedaży, np.: koszty energii na potrzeby produkcji, zużycie surowców i materiałów wykorzystywanych bezpośrednio w procesie produkcji czy płace pracowników, których wynagrodzenie zależy od wielkości produkcji. Kiedy ustalimy koszty stałe i zmienne ponoszone przez firmę w danym okresie, będziemy mogli obliczyć próg rentowności w ujęciu ilościowym i wartościowym.



Wykres. Próg rentowności



Ćwiczenie

Rozdajemy uczniom kartę pracy „Próg rentowności”. Uczniowie mogą rozwiązywać zadania indywidualnie lub w parach. Warto dodatkowo przedstawić uczniom prosty sposób wyliczenia ilościowego progu rentowności, czyli sytuacji, w której przychody całkowite równają się kosztom całkowitym:



$$\text{cena} \times \text{ilość} = \text{koszty stałe} + (\text{jednostkowe koszty zmienne} \times \text{ilość})$$

Odpowiedzi do karty pracy:

Próg rentowności w ujęciu ilościowym:

Ile produktów/usług trzeba sprzedać, by firma wyszła na zero?

Wzór: Próg rentowności (BEP) = koszty stałe / (cena – koszty zmienne*)

** Koszty zmienne w przeliczeniu na 1 produkt.*

Przykład: oblicz próg rentowności w ujęciu ilościowym, jeśli cena wytwarzanego produktu wynosi 2 tys. zł, miesięczne koszty stałe – 4 tys. zł, a koszty zmienne w przeliczeniu na 1 produkt – 1 tys. zł.

$$\text{BEP} = 4000 \text{ zł} / (2000 \text{ zł} - 1000 \text{ zł}) = 2000 \text{ zł} / 1000 \text{ zł} = 4$$

Odpowiedź: firma nie będzie ponosiła strat, jeśli w ciągu miesiąca sprzeda 4 produkty.

Zadanie: Bartek otworzył punkt gastronomiczny i sprzedaje miesięcznie 600 zestawów hamburgera fit z napojem i domowymi frytkami. Każdy zestaw kosztuje 25 zł. Koszty stałe (w tym: czynsz, wynagrodzenie pracownika, biuro rachunkowe i abonament telefoniczny) wynoszą 8,3 tys. zł. Koszty zmienne (produkty potrzebne do przygotowania zestawów i media: woda, energia) w odniesieniu do 600 zestawów to 9 tys. zł. Oblicz próg rentowności w ujęciu ilościowym i odpowiedz, ile zestawów Bartek powinien sprzedać, by firma nie ponosiła strat.

Koszty stałe: 8300 zł

Cena: 25 zł

Koszty zmienne w przeliczeniu na 1 zestaw: $9000 \text{ zł} / 600 \text{ zestawów} = 15 \text{ zł}$

$$\text{BEP} = 8300 \text{ zł} / (25 \text{ zł} - 15 \text{ zł}) = 8300 \text{ zł} / 10 \text{ zł} = 830$$

Firma Bartka nie będzie ponosiła strat, jeśli sprzeda 830 zestawów w miesiącu.

Próg rentowności w ujęciu wartościowym:

Jakie przychody musi osiągnąć firma, by pokryć koszty całkowite działalności (koszty stałe i zmienne)?

Wzór: Próg rentowności (BEP) = cena x [koszty stałe / (cena – koszty zmienne)]

Przykład: oblicz próg rentowności w ujęciu wartościowym, jeśli cena wytwarzanego produktu wynosi 2 tys. zł, miesięczne koszty stałe – 4 tys. zł, a koszty zmienne w przeliczeniu na 1 produkt – 1 tys. zł.

$$\text{BEP} = 2000 \text{ zł} \times [4000 \text{ zł} / (2000 \text{ zł} - 1000 \text{ zł})] = 2000 \text{ zł} \times [4000 \text{ zł} / 1000 \text{ zł}] = 2000 \text{ zł} \times 4 = 8000 \text{ zł}$$

Firma musiałaby osiągnąć przychody równe co najmniej 8 tys. zł, by pokryć koszty i nie ponieść straty. Zarabiać zacznie natomiast wtedy, gdy ze sprzedaży produktów uzyska przychód powyżej 8 tys. zł.

Zadanie: oblicz próg rentowności w ujęciu wartościowym i odpowiedz, jaki przychód ze sprzedaży swoich zestawów powinien mieć Bartek, by firma nie ponosiła strat.

$$\text{BEP} = 25 \text{ zł} \times [8300 \text{ zł} / (25 \text{ zł} - 15 \text{ zł})] = 25 \text{ zł} \times [8300 \text{ zł} / 10 \text{ zł}] = 25 \text{ zł} \times 830 = 20\,750 \text{ zł}$$

Firma Bartka powinna osiągnąć przychody w wysokości powyżej 20,75 tys. zł, by nie ponosić strat.

Jak można wpływać na próg rentowności?

- Podwyższać cenę.
- Sprzedawać „po kosztach”.
- Redukować koszty.

Możemy uczniom zlecić – do wykonania na zajęciach (jako pracę indywidualną, w parach lub grupach) lub jako pracę domową – dodatkowe zadania. Proponujemy uczniom im mianowicie, aby spróbowali wykorzystać omówione wcześniej sposoby i dokonać nowych obliczeń w odniesieniu do poprzednich przykładów – w taki sposób, by osiągnąć satysfakcjonujący wynik finansowy firmy Bartka. Należy zostawić młodzieży swobodę w poszukiwaniu rozwiązania. Można też poprosić uczniów o wymyślenie nowych treści do zadania lub nowych przykładów firm z innym produktem.

Podsumowanie

Na zakończenie lekcji moderujemy dyskusję z uczniami. Zadajemy pytania:

- Czy Waszym zdaniem ważne jest analizowanie sytuacji finansowej firmy? Dlaczego?
- Co zrobilibyście, gdyby Wasza firma generowała zysk? Na co byście go przeznaczili?
- Co zrobić, gdy firma przynosi straty?

Odpowiedź: indywidualną działalność gospodarczą można zawiesić lub zlikwidować. Nie ma sensu ponosić strat w kolejnych miesiącach, jeśli nie mamy pomysłu, jak rozwiązać problem powiększającego się zadłużenia firmy.



Zadanie domowe

Proponujemy uczniom dokonanie obliczeń progu rentowności w ujęciu ilościowym i wartościowym w odniesieniu do firmy Bartka przy założeniu, że cena zestawu została podniesiona do kwoty 29,99 zł.

Karta pracy „Próg rentowności”

Próg rentowności w ujęciu ilościowym:

Ile produktów/usług trzeba sprzedać, by firma wyszła na zero?

Wzór: Próg rentowności (BEP) = koszty stałe / (cena – koszty zmienne*)

* Koszty zmienne w przeliczeniu na 1 produkt.

Przykład: oblicz próg rentowności w ujęciu ilościowym, jeśli cena wytwarzanego produktu wynosi 2 tys. zł, miesięczne koszty stałe – 4 tys. zł, a koszty zmienne w przeliczeniu na 1 produkt – 1 tys. zł.

$$\text{BEP} = 4000 \text{ zł} / (2000 \text{ zł} - 1000 \text{ zł}) = 2000 \text{ zł} / 1000 \text{ zł} = 4$$

Odpowiedź: firma nie będzie ponosiła strat, jeśli w ciągu miesiąca sprzeda 4 produkty.

Zadanie: Bartek otworzył punkt gastronomiczny i sprzedaje miesięcznie 600 zestawów hamburgera fit z napojem i domowymi frytkami. Każdy zestaw kosztuje 25 zł. Koszty stałe (w tym: czynsz, wynagrodzenie pracownika, biuro rachunkowe i abonament telefoniczny) wynoszą 8,3 tys. zł. Koszty zmienne (produkty potrzebne do przygotowania zestawów i media: woda, energia) w odniesieniu do 600 zestawów to 9 tys. zł. Oblicz próg rentowności w ujęciu ilościowym i odpowiedz, ile zestawów Bartek powinien sprzedać, by firma nie ponosiła strat.

Obliczenia:

Odpowiedź:

Próg rentowności w ujęciu wartościowym:

Jakie przychody musi osiągnąć firma, by pokryć koszty całkowite działalności (koszty stałe i zmienne)?

Wzór: Próg rentowności (BEP) = cena x [koszty stałe / (cena – koszty zmienne)]

Przykład: oblicz próg rentowności w ujęciu wartościowym, jeśli cena wytwarzanego produktu wynosi 2 tys. zł, miesięczne koszty stałe – 4 tys. zł, a koszty zmienne w przeliczeniu na 1 produkt – 1 tys. zł

$$\text{BEP} = 2000 \text{ zł} \times [4000 \text{ zł} / (2000 \text{ zł} - 1000 \text{ zł})] = 2000 \text{ zł} \times [4000 \text{ zł} / 1000 \text{ zł}] = 2000 \text{ zł} \times 4 = 8000 \text{ zł}$$

Firma musiałaby osiągnąć przychody równe co najmniej 8 tys. zł, by pokryć koszty i nie ponieść straty. Zarabiać zacznie natomiast wtedy, gdy ze sprzedaży produktów uzyska przychód powyżej 8 tys. zł.

Zadanie: oblicz próg rentowności w ujęciu wartościowym i odpowiedz, jaki przychód ze sprzedaży swoich zestawów powinien mieć Bartek, by firma nie ponosiła strat.

Obliczenia:

Odpowiedź:

Drogi Nauczycielu,

w grudniu 2019 r. Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej w Gdyni rozpoczęło realizację projektu edukacyjnego „Gra na start! Edukacja przedsiębiorcza młodzieży z wykorzystaniem planszowej gry edukacyjnej”. Projekt realizowany jest z Narodowym Bankiem Polskim w ramach programu edukacji ekonomicznej.

Wynikiem prac zespołu ekspertów jest oryginalna gra planszowa „Przedsiębiorczość na planszy”, która w interesujący sposób prezentuje zarządzanie firmą. Gra przeznaczona jest dla młodzieży szkół ponadpodstawowych. Może być wykorzystywana przez nauczyciela jako dodatkowe narzędzie do pracy z uczniami na lekcjach przedsiębiorczości lub podczas nauczania innych przedmiotów ekonomicznych, na zajęciach pozalekcyjnych oraz w projektach dotyczących przedsiębiorczości.

Wsparciem dla osoby prowadzącej zajęcia z wykorzystaniem gry „Przedsiębiorczość na planszy” jest ten oto przewodnik metodyczny. Zawiera on wybrane zagadnienia merytoryczne ujęte w podstawie programowej przedmiotu podstawy przedsiębiorczości oraz informacje dodatkowe i uzupełniające, wspomagające nauczyciela w jego pracy. Przewodnik metodyczny uzupełniony jest o cztery niezależne konspekty zajęć, a każda z zaproponowanych lekcji może inicjować lub podsumowywać rozgrywkę.

Mamy ogromną nadzieję, że gra planszowa „Przedsiębiorczość na planszy” oraz przewodnik metodyczny dla nauczyciela wraz z konspektami zajęć będą stanowić skuteczne narzędzie w procesie kształcenia młodzieży szkół ponadpodstawowych w zakresie działalności gospodarczej. Jednocześnie liczymy, że gra planszowa, jako alternatywna forma edukacji przedsiębiorczej, oraz możliwość udziału w zajęciach będą dla uczniów atrakcyjnym sposobem na przyswojenie wiedzy ekonomicznej oraz rozbudzą w części z nich chęć prowadzenia własnego biznesu w przyszłości.

Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej

Gdynia, marzec 2021 r.



Stowarzyszenie Krzewienia
Edukacji Finansowej



Projekt realizowany
z Narodowym Bankiem Polskim
w ramach programu edukacji ekonomicznej



Narodowy Bank Polski