



EDUKACYJNY MODEL SUKCESJI

Podręcznik dla Nestora

Autorzy:

Marek Składowski i Konrad Schroeder

Wykonane w ramach projektu:
"POPOJUTRZE 2.0 – KSZTAŁCENIE",
nr POWR.04.01.00-00-I108/19



Spis treści:

1. Wprowadzenie	2
2. Model EMS - mapa modelu	3
3. Firma rodzinna - najważniejsze informacje	4
4. Jak korzystać z EMS	6
5. Scenariusze wykorzystania narzędzi EMS	7
6. Poznawanie firmy i biznesu	12
Scenariusz A	12
• Co poznajemy realizując scenariusz A	12
• Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu A	12
• Zadania A (scenariusze A1, A2, A3)	19
Scenariusz B	23
• Co poznajemy realizując scenariusz B	23
• Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu B	23
• Zadania B (scenariusze B1, B2, B3)	31
Scenariusz C	36
• Co poznajemy realizując scenariusz C	36
• Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu C	36
• Zadania C (scenariusze C1, C2, C3)	46
7. Opis jak korzystać z narzędzi edukacyjnych EMS	52
a. Gra „Nasza firma. Razem na szczyt”	52
b. Karty wiedzy	53
c. Mapa firmy	54
d. Mapa otoczenia firmy	54
8. Polecane filmy i książki o tematyce biznesowej	55
9. Formularze postępu	56

1. Wprowadzenie

Szanowna Pani/Panie Przedsiębiorco!

Jeśli czytasz te słowa to pewnie jesteś właścicielem lub współwłaścicielem firmy rodzinnej, oraz posiadasz dzieci, które kiedyś mogłyby Cię zastąpić.

Twoja firma to być może owoc tylko Twojej pracy lub też pracy Twoich rodziców, a może stanowi wyjątek i posiada historię już 3 pokoleń, gdyż założyli ją Twoi dziadkowie. Na pewno każdego dnia wkładasz dużo wysiłku i starań, aby rozwijać swój biznes i zapewnić swojej rodzinie życie na odpowiednim poziomie. Prowadzenie firmy to ciężka, ale też satysfakcjonująca praca. Ogromnym wyzwaniem jest zapewnienie jej ciągłości funkcjonowania oraz dbanie o ciągły rozwój – nadążanie za trendami i nowościami, zwłaszcza w zakresie nowych technologii. Sukces firmy rodzinnej to wielopokoleniowa historia przekazywania jej kolejnym generacjom. Wciąż większej, nowocześniejszej, sprawniej działającej. To realizacja ambicji, planów i marzeń kolejnych jej właścicieli – założyciela, jego dzieci, a następnie wnuków. Wiemy, że to trudny proces, zwłaszcza w naszym kraju. Dlatego stworzyliśmy EMS, czyli Edukacyjny Model Sukcesji. Narzędzia, które pomogą Ci wprowadzić Twoje dzieci w tajemnice funkcjonowania Waszej rodzinnej działalności. Dzięki nim poznają tajniki działania Waszego przedsiębiorstwa, a jednocześnie przez ten pryzmat doświadczą rozmaitych procesów i uzyskają ogólną wiedzę biznesową.

Proponujemy Wam wspólną pracę i zabawę. Kluczowe w korzystaniu z naszego Modelu, będzie dla Was przede wszystkim lepsze poznanie siebie nawzajem, zrozumienie indywidualnych perspektyw, zasobów, słabości, potencjału i ograniczeń. Wasze współdziałanie przygotuje Ciebie na świadome i bezpieczne przekazanie w przyszłości Firmy, w ręce Twoich następców, a im da możliwość systematycznego budowania własnego zaangażowania w życie Firmy, a następnie dojrzałego wzięcia odpowiedzialności za zarządzanie rodzinnym biznesem.

W podręczniku znajdziesz opis wszystkiego co dla Was przygotowaliśmy. Mimo, iż ma on dwie wersje – jedna dla Twego Sukcesora, a druga dla Ciebie, to wiedz, że większa odpowiedzialność za proces skutecznej sukcesji leży po Twojej stronie, gdyż to Ty będziesz w tym procesie przewodnikiem, nauczycielem, mentorem, a czasem po prostu szefem. Pamiętaj - to Ty prowadzisz w tym tangu.

Może się okazać, że masz już wszystkie osobiste zasoby, aby wypełnić właściwie każdą z wymienionych wyżej ról, a może będzie Ci potrzebne wsparcie – może zauważysz u siebie obszary wymagające jeszcze pracy – rozwoju.

W zależności od tego jaki mamy punkt wyjścia, tak będziesz dopasowywać ścieżkę dalszej pracy, poprzez dodawanie lub odejmowanie poszczególnych elementów. EMS to rozwiązanie, które jest elastyczne i możemy powiedzieć, że „żyje” razem z firmą, którą ma wspierać, z jej Nestorem i Sukcesorem. Pozwoli Wam się do siebie lepiej dopasować.

Czego możesz spodziewać się w tym podręczniku. Otóż znajdziesz tutaj opisy i instrukcje wykorzystania wszystkich narzędzi – m.in. poszczególnych plansz, sposobów korzystania z nich, wzory kart pracy, kwestionariuszy oraz wiedzę niezbędną do wprowadzenia dziecka w świat biznesu, która może także dla Ciebie stanie się uzupełnieniem tego co już od dawna wiesz i wykorzystujesz.

Czeka na Was wspianała, wspólna przygoda – więc do dzieła !!!

2. Model EMS

MODEL EMS

Diagnoza
Wstępna

Scenariusz

Podręcznik
dla
Sukcesora
i
Nestora

Karty
wiedzy

Mapa
otoczenia

Karty
zadań

Mapa
firmy

Gra
Razem
na Szczyt

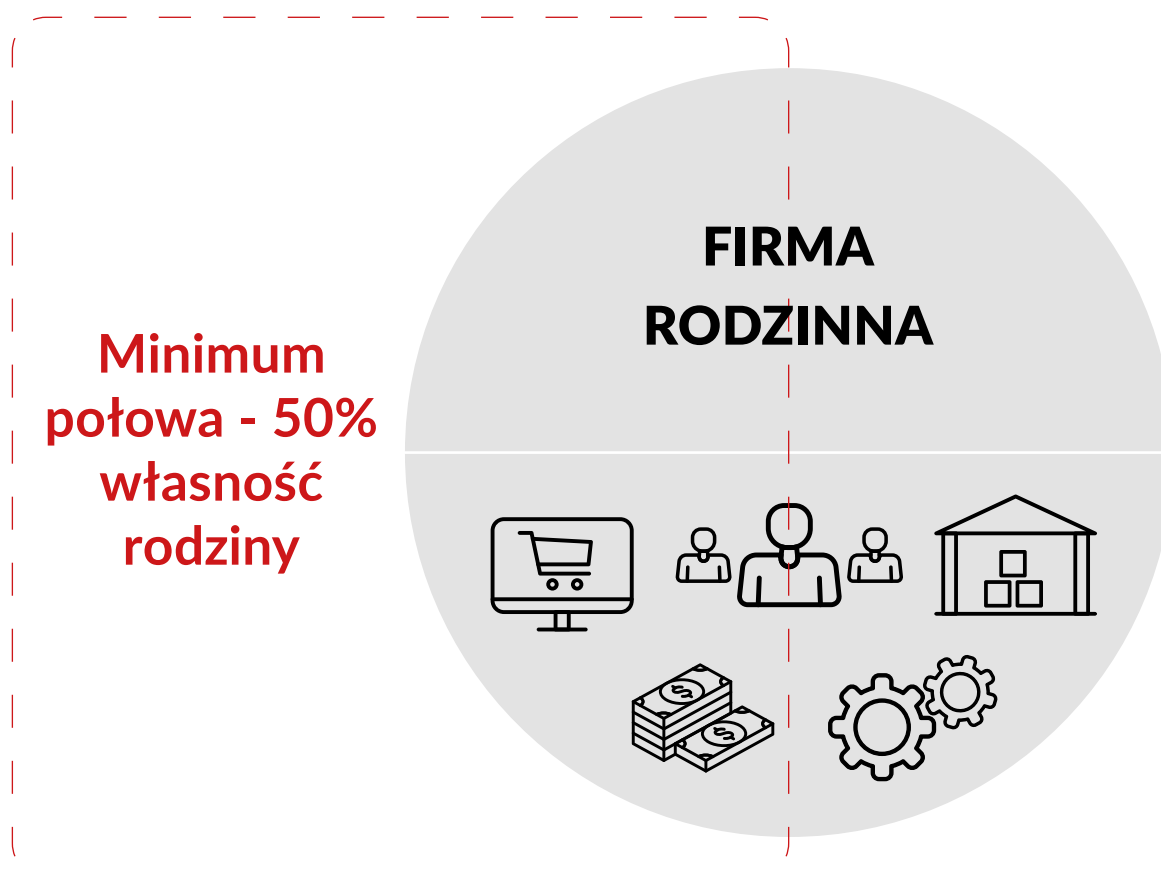
Plan
sukcesji

3. Firma rodzinna

Często zastanawiamy się co oznacza określenie **Firma Rodzinna** lub inaczej mówiąc **Przedsiębiorstwo Rodzinne**. Co wyróżnia taką firmę od innych działających w gospodarce? Definicji pojęcia Firma rodzinna znajdziemy bardzo dużo. My oprzemy się na jednej z nich.

Profesor Łukasz Sułkowski uważa, że przedsiębiorstwo rodzinne jest podmiotem, w którym większa część własności (przynajmniej 50% kapitału) oraz funkcje zarządzania znajdują się w rękach członków rodziny. Nie oznacza to, że w takiej organizacji wszystkie zatrudnione osoby muszą być ze sobą spokrewnione. Za firmy rodzinne uważa się takie jednostki, w których władzę sprawuje rodzina. Wystarczy więc, aby prezes, dyrektorzy poszczególnych działów czy członkowie rady nadzorczej połączeni byli więzami krwi, a przynajmniej ta część, która decyduje o najważniejszych sprawach w firmie.

Co to znaczy, że przynajmniej 50% kapitału znajduje się w rękach rodziny? Najprościej mówiąc oznacza to, że przynajmniej połowa wszystkiego co składa się na firmę należy do członków jednej rodziny.



Firmą rodzinną może być zarówno mały sklep, hotel, piekarnia, restauracja, jak i wielka firma produkująca samochody. Jeśli takie przedsiębiorstwo jest przynajmniej w połowie własnością Twojej rodziny to znaczy, że jest to firma rodzinna.

W małych i średnich firmach najczęściej członkowie rodziny pełnią najważniejsze funkcje w firmie. Są jednocześnie właścicielami tych firm i kierują nimi na co dzień. W większych firmach właściciele często zatrudniają na stanowiska kierownicze fachowców, którzy mogą być w przedsiębiorstwie dyrektorami, kierownikami czy nawet prezesami.

Jedną z cech firm rodzinnych jest dążenie do zapewnienia ciągłości kontroli firmy przez rodzinę.

Dzieci, wnuki (SUKCESORZY) właścicieli firm rodzinnych (NESTORÓW) najczęściej są przygotowywane do pracy w firmach dużo wcześniej. Od tego jak ten proces będzie przebiegał zależy przyszłość firmy rodzinnej.

Dlatego wszystkie narzędzia, które są tutaj opisane, mają służyć temu, abyś sprawnie wprowadził swoje dziecko w firmę należącą do Twojej rodziny, bo jej przyszłość kiedyś będzie w jej lub jego rękach!!!

Co składa się na firmę – przedsiębiorstwo rodzinne

Ludzie



Nieruchomości i urządzenia - budynki, place, biura, hale, samochody, komputery itp.



Środki finansowe - np. pieniądze



Wiedza: technologia, patenty, znajomość rynku i klientów itp. Nazwa firmy, znaki towarowe, marka.



4. Jak korzystać z EMS

Krok 1.

Aby wystartować w pierwszej kolejności wypełnij narzędzie diagnostyczne - kwestionariusz dla Nestorów. Z niego dowiesz się na jakim poziomie gotowości do przekazania Sukcesorowi znajduje się Twoja firma w tej chwili. Co ewentualnie powinnaś/powinieneś jeszcze zrobić, bo będzie to miało wpływ na skuteczność przyszłego transferu pokoleniowego. Twój przyszły Sukcesor – ona lub on – także wypełni kwestionariusz (dopasowany do swojego wieku) własnej gotowości do udziału w całym procesie. Możecie także sprawdzić poziom swojej wiedzy biznesowej oraz zdiagnozować swoje kompetencje miękkie. Wszystko to znajdziesz w “Zestawie narzędzi diagnostycznych i testów wiedzy”, które są integralną częścią EMS.

Krok 2

Kiedy dowiecie się już jak wygląda Wasza gotowość do udziału w procesie, ustalcie odpowiedni dla Was scenariusz działania. Musi być on dopasowany do dwóch parametrów – rozmiaru Twojej firmy i wieku Twego Sukcesora. Sprawdźcie to w podręczniku w rozdziale „scenariusze działania”.

Krok 3

Postępując się odpowiednim scenariuszem przystąpicie wspólnie do „podróży po firmie” oraz wzbogacania / zdobywania wiedzy biznesowej. Ułatwią Wam to takie narzędzia jak „**Mapa firmy**”, „**Mapa otoczenia firmy**”, gra „**Nasza firma. Razem na szczyt**” oraz **karty wiedzy i karty zadań**. Kolejność poszczególnych kroków jest opisana w danym scenariuszu, a instrukcja postępowania się planszami i narzędziami w odpowiednich rozdziałach podręcznika. Korzystajcie z plansz wspólnie – działając jak zespół.

Krok 4

Zaplanowaliśmy trzy etapy - poziomy. Kiedy zakończycie dany etap, dokonujecie wspólnie z Sukcesorem podsumowania tego co się wydarzyło. Wypełniacie odpowiednią kartę posumowania realizacji scenariusza (wzór karty także znajdziesz w podręczniku) i możecie przystąpić do kolejnego etapu.

Po zakończeniu całej przygody z EMS przygotowujecie wspólnie plan sukcesji który w przyszłości powinien doprowadzić Was do momentu, w którym Twój Sukcesor stanie się osobą współzarządzającą Firmą Rodzinną, a może i jej właścicielką / właścicielem. Możesz także sprawdzić poziom swojej wiedzy biznesowej oraz zdiagnozować swoje kompetencje miękkie. Wszystko to znajdziesz w “Zestawie narzędzi diagnostycznych i testów wiedzy”, które są integralną częścią EMS. “Plan Edukacji/Plan Sukcesji” jest także dołączony do EMS.

Pamiętaj !!!!

Ten proces jest rozłożony na lata. EMS nie jest przygodą na jeden wieczór czy weekend. Jeśli chcesz aby Twoje dziecko stało się częścią świata biznesu, rozumiało procesy w nim zachodzące, zarządzało w przyszłości firmą, rozwijało ją, a może zakładało nowe firmy, to potrzebujesz do tego 3 rzeczy :

- **ZAANGAŻOWANIA**
- **PASJI**
- **CIERPLIWOŚCI**

Powodzenia !!!!

5. Scenariusze wykorzystania narzędzi EMS

Jak korzystać ze scenariuszy

Scenariusze są wskazaniem sposobu wdrażania Sukcesorów w świat firmy rodzinnej prowadzonej lub współprowadzonej przez ich rodziców lub członków rodziny. Mają pomóc Ci w uporządkowaniu planu wdrażania Sukcesorów w sprawy ich firmy.

Każdy scenariusz jest dopasowany zarówno do odpowiedniej grupy wiekowej Sukcesorów jak i do wielkości i branży firmy rodzinnej.

Są 3 główne scenariusze dla Sukcesorów:

1. Grupa A w wieku 7-11 lat (klasy 1-4 SP)
2. Grupa B w wieku 12-15lat (klasy 5-8 SP)
3. Grupa C w wieku 16-19lat (szkoła ponadpodstawowa)

W każdej z tych grup wiekowych są 3 warianty postępowania w zależności od wielkości i złożoności firmy rodzinnej.

Firma mikro: zatrudnienie poniżej 10 osób

Firma mała: zatrudnienie od 10 do 50 osób

Firma średnia: zatrudnienie od 50 do 250 osób

WAŻNE !!!

- Jeśli korzystanie z EMS zaczyna się w grupie wiekowej B lub C to ważne, abyście zrealizowali razem zadania zawarte we wcześniejszych scenariuszach i dopiero wtedy przystąpili do realizacji zadań z kolejnego poziomu wiekowego. Np. jeśli Sukcesor ma 13 lat, czyli jest w grupie B to zanim przystąpi do poznawania wiedzy z poziomu B, powinien poznać wiedzę i zrealizować zadania z poziomu A. Dla Sukcesora z przedziału C konieczne jest przejście scenariuszy A i B.
- Zalecamy Wam byście wykonywali Mapy Firmy i Mapy Otoczenia przynajmniej raz w roku i porównywali je z wcześniej opracowanymi wersjami. Kolejne wersje możecie utrwać np. poprzez fotografowanie.
- Przystawiony w scenariuszach katalog zadań nie jest zamknięty, zarówno Ty jako Nestor jak i Twoje dziecko jako Sukcesor, możecie rozszerzać je o własne, nowe pomysły. Do czego serdecznie Was zachęcamy.

EMS

matryca doboru scenariusza

	Firma Mikro >10 osób	Firma Mała < 10,50 <	Firma Średnia < 50, 250<
7-11 lat (klasy 1-4 SP)	A1	A2	A3
12-15 lat (klasy 5-8 SP)	B1	B2	B3
16-19 lat (szkoła ponadpodstawowa)	C1	C2	C3

Legenda oznaczeń:

T - tak

N - nie

O - opcja

Zestawienie zadań dla przedziału wiekowego A

Zdanie do wykonania – opis	A1	A2	A3
Opowiedzenie historii firmy przez Nestora/ Rodzica Sukcesorowi/Dziecku.	T	T	T
Omawianie raz w miesiącu tego co najważniejsze wydarzyło się w firmie.	T	T	T
Wspólne zwiedzanie firmy.	T	T	T
Zapoznanie z pracownikami.	T	T	O
Zapoznanie z najważniejszymi osobami w firmie.	O	O	T
Zapoznanie ze specyfiką poszczególnych działów.	N	O	T
Wspólne obejrzenie filmu o tematyce biznesowej.	T	T	T
Przeczytanie wybranej książki o tematyce biznesowej.	T	T	T
Zbudowanie Mapy Firmy – Plansza EMS (zadanie dla Nestora – z gry).	T	T	T
Zbudowanie Mapy Otoczenia Firmy – Plansza EMS (zadanie dla Nestora – z gry).	T	T	T
Gra w grę EMS „Nasza firma. Razem na szczyt” – Etap 1.	T	T	T
Wspólna wizyta u któregoś z Klientów/Dostawców/Partnerów.	O	O	T
Analiza konkurencji (zadanie dla Sukcesora - z gry) – opis w podręczniku*.	T	T	T
Analiza strony internetowej (zadanie dla Sukcesora - z gry) – opis w podręczniku.	T	T	T
Lista towarów/usług (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
„Pokaż klientowi, że Ci na nim zależy” (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
Zlecenie prostych zdań do wykonania dla firmy.	O	O	O

Zestawienie zadań dla przedziału wiekowego B

Zdanie do wykonania - opis	B1	B2	B3
Zadania dla przedziału wiekowego A jeśli Sukcesor zaczyna pracę z EMS będąc w wieku z przedziału B.	T	T	T
Omawianie raz w miesiącu tego co najważniejsze wydarzyło się w firmie.	T	T	T
Wspólne obejrzenie filmu o tematyce biznesowej (zdanie wspólne z gry w etapie 2).	T	T	T
Przeczytanie wybranej książki o tematyce biznesowej.	T	T	T
Gra w grę EMS „Nasza firma. Razem na szczyt” – etap 2.	T	T	T
Wspólna wizyta u któregoś z Klientów/Dostawców/Partnerów.	O	O	T
Nakręcenie filmu o firmie z wykorzystaniem „smartphone” (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
„3 nowe produkty” (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
Opis procesu powstawiania produktu (zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
Schemat organizacyjny firmy (zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
Analiza SWOT (zadanie wspólne z gry w etapie2).	T	T	T
Zlecenie prostych zadań do wykonania dla firmy.	T	T	T

Zestawienie zadań dla przedziału wiekowego C

Zdanie do wykonania - opis	C1	C2	C3
Zadania dla przedziału wiekowego A i B jeśli Sukcesor zaczyna pracę z EMS będąc w wieku z przedziału C.	T	T	T
Omawianie raz w miesiącu tego co najważniejsze wydarzyło się w firmie.	T	T	T
Gra w grę EMS „Nasza firma. Razem na szczyt” – etap 3.	T	T	T
Wspólna wizyta u któregoś z Klientów/Dostawców/Partnerów.	O	O	T
Analiza działań firmy w obszarze promocji i reklamy (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
„3 inspiracje biznesowe” (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
„Finanse firmy” (zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
„Najważniejsze projekty” (zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
„Model Business Canvas dla firmy” (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
„Misja i wizja” (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
Praktyki w poszczególnych działach firmy.	O	T	T
Uczestnictwo w aktualnych, wybranych projektach biznesowych.	T	T	T
Wykonywanie uzgodnionych wspólnie z Nestorem prac na rzecz firmy.	T	T	T

Karta zadania

KARTA ZADANIA		
Nazwa zadania		
Opis zadania		
Termin realizacji od - do		
Potrzebne zasoby (materiały, narzędzia, środki finansowe)		
Osoba bezpośrednio wspierająca		
Planowane efekty		
Potwierdzenie realizacji	Podpis Sukcesora	Podpis Nestora

Karta posumowanie realizacji scenariusza

Karta podsumowania realizacji scenariusza - A,B,C*		
Omówienie i ocena poszczególnych zadań. Co było trudne, co wymagałoby dodatkowych wyjaśnień czy wsparcia.		
Czy Nestor i Sukcesor są zadowoleni. Oce- na w skali od 1 do 10, gdzie 1 jest najniższą ocena, a 10 najwyższą.	Sukcesor	Nestor
Jakie efekty osiągnął Sukcesor?		
Jakie efekty osiągnął Nestor?		
Jakie efekty osiągnięto dla firmy?		
Jakie są oczekiwania od kolejnego etapu.	Oczekiwania Sukcesora	Oczekiwania Nestora

*- należy zaznaczyć odpowiedni rodzaj scenariusza A, B lub C, jeśli jest taka konieczność wydrukuj więcej niż jedną kartę do podsumowania danego poziomu

6. Poznawanie firmy i biznesu

WAŻNE !!! Dotyczy wszystkich scenariuszy.

Swoją przygodę z firmą rodzinną i biznesem Twoje dziecko może rozpocząć w każdym wieku. Pamiętaj jednak proszę, że jeśli zacznie ją mając już lat „naście”, czyli, np. w wieku 15 lat, to i tak powinnaś/eś przekazać jej/jemu wiedzę ze wszystkich poziomów scenariuszy i zadań z wcześniejszych kategorii, zaczynając od A, poprzez B i dopiero wtedy przejść do scenariuszy C. Gdy startujecie na poziomie A i po jego zakończeniu Twoja Sukcesorka/Twój Sukcesor nadal ma mniej niż 12 lat, ale chce dalej i szybciej się rozwijać, nic nie stoi na przeszkodzie abyście wspólnie przeszli do pracy z materiałem z kolejnego poziomu. Ważne jest to, aby zadania i pojęcia były dla niej/niego jasne i zrozumiałe.

Poznawanie firmy i biznesu – Scenariusz A

Co poznajemy realizując scenariusz A

- Ten etap jest kluczowym z punktu widzenia Nestora i Sukcesora.
- W czasie pracy nad tym scenariuszem powinnaś/powinieneś:
 - o Wesprzeć Sukcesorkę/Sukcesora w poznaniu firmy
 - o Ułatwić jej/jemu zapoznać się z pracownikami
 - o Przeprowadzić przez poszczególne części/działy firmy
 - o Pomóc zrozumieć w jakim otoczeniu działa firma
 - o Zainicjować budowanie więzi z rodzinnym biznesem
- Także na tym etapie Sukcesor będzie samodzielnie lub z Twoją pomocą realizować proste zadania, tak aby poczuć lepiej specyfikę firmy, tego co i w jaki sposób robi.
- Propozycje przykładowych zadań znajdziecie zarówno w scenariuszu, jak i w kartach zadań – są opisane na kolejnych stronach.

Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu A


Celem jest wprowadzenie Sukcesora w świat pojęć biznesowych, służyć temu będzie Wasza wspólna praca – zabawa z wykorzystaniem plansz edukacyjnych – gra, mapa firmy, mapa otoczenia. Może się też okazać, że i Ty dowiesz się czegoś nowego lub zyskasz inne, szersze spojrzenie na znane Ci kwestie czy pojęcia.

Zakres pojęć wprowadzanych w podczas realizacji scenariusza A jest wypisany poniżej, pojęcia są także opisane na kartach wiedzy.

UWAGA !!! Podstawowe pojęcia opisane na kartach wiedzy są umieszczona na kolorowym tle, dodatkowe pojęcia na tle szarym.

W czasie pracy ze scenariuszem A realizowane są także zadania opisane poniżej, które są częścią gry, dodatkowo są opisane na kartach zadań.

Pojęcia biznesowe A (scenariusze A1, A2, A3)

Pojęcie	Opis	Kategoria	Hasła z innych kart
 FINANSE			
ZYSK	<p>Zysk najprościej można opisać jako różnicę pomiędzy wszystkimi przychodami firmy, a wszystkimi jej kosztami.</p> <p>Zysk może być liczony w skali całej firmy lub pojedynczych transakcji.</p> <p>Zysk można wyliczyć dla różnych okresów np. zysk roczny.</p>	Finanse	Przychód Koszt Transakcja
PIENIĄDZ	Zaakceptowany przez ludzi rodzaj towaru , w którym wyrażamy wartość różnych produktów . Pieniądz danego kraju nazywamy walutą . Pieniądz może postać materialną i niematerialną. Rolę pieniądza w historii często spełniały takie towary jak: metale szlachetne, kamienie szlachetne, muszle, korale itp.	Finanse	Towar Produkt Waluta
CENA	Jest to wartość czegokolwiek wyrażona w pieniądzu. Podczas transakcji kupna-sprzedaży, kupujący płaci sprzedającemu tyle pieniędzy , ile obie strony zaakceptowały i określiły w konkretnej cenie .	Finanse	Transakcja Pieniądz Cena
KOSZT	To wszystkie poniesione przez przedsiębiorcę wydatki niezbędne, aby wytworzyć jakiś produkt. Koszty opisujemy za pomocą pieniądza. Wydatkami będą np. koszty wynagrodzeń dla pracowników, koszt zakupu surowców niezbędnych do produkcji, koszt energii elektrycznej itp.	Finanse	Przedsiębiorca Surowiec
PRZYCHÓD	Całkowita ilość pieniędzy jaką uzyskujemy ze sprzedaży oferowanych przez nas produktów . Przychód może być dzienny, miesięczny, roczny itp.	Finanse	Pieniądz Produkt

STRATA	W działalności przedsiębiorstwa jest to ujemny wynik. Powstaje generalnie wtedy, kiedy osiągnięte przychody są niższe od poniesionych kosztów . Stratę możemy liczyć w różnych okresach czasu, ale także dla konkretnej transakcji . Jeśli sumujemy wszystkie przychody i odejmiemy od nich sumę wszystkich kosztów, to jeśli wynik będzie ujemny mamy stratę, a jak dodatni to zysk .	Finanse	Przedsiębiorstwo Przychód Koszt Transakcja Zysk
KREDYT	Umowa regulowana ustawą Prawo bankowe zobowiązująca bank do oddania do dyspozycji kredytobiorcy na oznaczony czas kwoty środków pieniężnych z przeznaczeniem na ustalony cel , a kredytobiorcę do korzystania z niej na warunkach określonych w umowie, a także do zwrotu kwoty wykorzystanego kredytu wraz z odsetkami w oznaczonych terminach spłaty oraz zapłaty prowizji od udzielonego kredytu. Czyli Bank daje do dyspozycji klienta określoną kwotę pieniędzy na określonych warunkach.	Finanse	Cel
KONTO BANKOWE	To inaczej rachunek bankowy, prowadzony przez bank dla przedsiębiorstwa . Pieniądze ze sprzedaży gromadzone są na koncie i z niego opłacane są także koszty przedsiębiorstwa.	Finanse	Przedsiębiorstwo Pieniądz Koszt
WALUTA	To nazwa pieniądza obowiązującego w danym kraju. Polską walutą jest Złoty Polski.	Finanse	Pieniądz
PRZELEW	Bezgotówkowa usługa płatnicza polegająca na uznaniu określoną kwotą rachunku płatniczego odbiorcy (beneficjenta), realizowana z konta bankowego /rachunku płatniczego płatnika. Operację tę przeprowadza bank prowadzący rachunek płatnika (lub inny dostawca usług płatniczych), na podstawie jego dyspozycji. Usługę tę nazywa się także poleceniem przelewu lub przelewem bankowym. Przelew bankowy jest podstawowym sposobem rozliczeń w biznesie.	Finanse	Konto bankowe

 **MARKETING**

PRODUKT	Wszystko, co może być oferowane na rynku i jest przedmiotem wymiany handlowej . Produktem może być dobro materialne – towar , może to też być usługa , miejsce, organizacja bądź idea.	Marketing	Rynek Usługa Wymiana handlowa Towar
HANDEL	To działalność polegająca na dokonywaniu przez przedsiębiorstwo transakcji sprzedaży w celu uzyskania zysku . Czyli przedsiębiorstwo kupuje towar , dolicza swoją marżę i go odsprzedaje, np. sklep.	Marketing	Przedsiębiorstwo Transakcja Zysk Towar Marża
DOSTAWCA	To ktoś (firma, osoba, instytucja) od kogo przedsiębiorstwo kupuje towary, usługi, surowce, materiały , które służą jemu do prowadzenia działalności gospodarczej.	Marketing	Przedsiębiorstwo Towar Usługa Surowce Materiał
KLIENT	Każdy (osoba, przedsiębiorstwo , instytucja itp.), kto dokonuje zakupu jakiegoś produktu dla swoich potrzeb lub w celu dalszego przetworzenia, lub też odsprzedania.	Marketing	Przedsiębiorstwo Produkt
USŁUGA	Działalność gospodarcza o charakterze nieprodukcyjnym, nie wytwarza namacalnych produktów . Polega na działaniach podejmowanych w celu dostarczenia określonych korzyści lub zaspokojenia potrzeb, np. usługi zdrowotne, usługi hotelarskie itp.	Marketing	Działalność gospodarcza Produkt
TRANSAKCJA	Jest to czynność, w której jedna ze stron oferuje (sprzedaje) jakiś produkt określając jego cenę , a druga jest gotowa kupić ten produkt płacąc określoną sumę pieniędzy .	Marketing	Produkt Cena Pieniądz

TOWAR	Towar to zakupione dobra materialne przeznaczone do sprzedaży, bez ich przetworzenia. Jeśli takie dobro zostanie przetworzone to wtedy określamy je materiałem , a po przetworzeniu otrzymamy wyrób gotowy . Np. kupujemy mąkę. Jeśli sprzedamy ją w sklepie z marżą to będzie towar. Jeśli z tej mąki upieczemy chleb to mąka będzie materiałem, a chleb wyrobem gotowym. Dla sklepu, który kupi chleb i go sprzeda z marżą , chleb będzie towarem.	Marketing	Dobro materialne Materiał Wyrób gotowy Marża
SUROWIEC	Surowiec – materiał przeznaczony do dalszej przeróbki. Surowce są produktami przemysłu wydobywczego, rolnictwa, leśnictwa lub powstają w wyniku przerobu odpadów. Surowcem może być np. drzewo z którego wytwarza się deski.	Marketing	Materiał
MATERIAŁ	W najbardziej ogólnym sensie jest to surowiec w postaci pierwotnej lub częściowo przetworzony, z którego wytwarza się produkty . Materiałem mogą być deski, które służą do produkcji mebli.	Marketing	Surowiec Produkt
WYRÓB GOTOWY	Powstaje w wyniku procesu produkcyjnego z wykorzystaniem zakupionych materiałów i procesu technologicznego. Jest całkowicie skończony. Może być sprzedawany jako towar do klienta końcowego lub jako produkt do wykorzystania w produkcji innych produktów. Wyrobem końcowym są meble, które powstały z materiału jakim są deski, a deski powstały z surowca jakim jest drzewo.	Marketing	Materiał Towar Produkt Surowiec


ZARZĄDZANIE

PRZEDSIĘBIORSTWO	Przedsiębiorstwo to praktycznie cały prowadzony przez kogoś biznes, potocznie zwany Firmą. W języku prawnym przedsiębiorstwo jest tzw. zorganizowanym zespołem składników materialnych i niematerialnych , używanym do prowadzenia działalności gospodarczej.	Zarządzanie	Składniki materialne Składniki niematerialne
PRZEDSIĘBIORCA	Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą. Przedsiębiorcą może być osoba fizyczna, osoba prawna i inna jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność do czynności prawnych.	Zarządzanie	Osoba fizyczna Osoba prawna
PRACOWNIK	Każda osoba pracująca dla firmy, zatrudniona na podstawie umowy o pracę , powołania, wyboru, mianowania lub spółdzielczej umowy o pracę.	Zarządzanie	Umowa o pracę
MENEDŻER	Menedżer, także menadżer (ang. manager) – pracownik przedsiębiorstwa - osoba, której podstawowym zadaniem jest realizacja procesu zarządzania: planowanie i podejmowanie decyzji, organizowanie, przewodzenie, motywowanie i kontrolowanie . Zazwyczaj zarządza jakimś zespołem pracowników.	Zarządzanie	Pracownik Przedsiębiorstwo Motywowanie Planowanie Kontrolowanie
ZARZĄDZANIE	Jest to zestaw działań (obejmujący planowanie i podejmowanie decyzji, organizowanie, przewodzenie , tj. kierowanie ludźmi, i kontrolowanie), skierowanych na zasoby organizacji (ludzkie, finansowe, rzeczowe i informacyjne). Zarządzanie jest realizowane przez osoby kierujące przedsiębiorstwem i wykonywane z zamiarem osiągnięcia celów organizacji w sposób sprawny i skuteczny.	Zarządzanie	Planowanie Przewodzenie Kontrolowanie
NEGOCJACJE	Negocjacje to proces zachodzący pomiędzy dwoma stronami mającymi rozbieżne interesy, którego celem jest dojście do porozumienia. Można je rozumieć jako sekwencję wzajemnych posunięć, poprzez które strony dążą do osiągnięcia możliwie korzystnego rozwiązania dla każdej ze stron.	Zarządzanie	

STRUKTURA ORGANIZACYJNA	Struktura organizacyjna – jest to sposób zorganizowania firmy, zestaw takich elementów jak: stanowiska, działy, zespoły (części wyodrębniane przez samą firmę). Struktura organizacyjna pokazuje także powiązania i zależności pomiędzy poszczególnymi jej elementami. Struktura może być opisana oraz przedstawiona graficznie w formie schematu organizacyjnego.	Zarządzanie	
DELEGOWANIE	Delegowanie zadań, uprawnień i obowiązków jest to technika zarządzania polegająca na podziale zadań i przydzieleniu ich innym osobom (pracownikom). Wraz z podziałem zadań dzielona jest też odpowiedzialność za nie ponoszona. Pracownikom , oprócz przydzielenia zadań, należy też przydzielić zakres uprawnień i odpowiedni stopień decyzyjności.	Zarządzanie	Zarządzanie Pracownik
CEL	Cel jest to opisany stan jaki chcemy osiągnąć w danym obszarze życia – działalności. Cel w przedsiębiorstwie opisuje stan-efekt jaki ma być osiągnięty w określonym terminie. Dobrze opisany cel powinien mieć tzw. cechy SMART czyli powinien być: Skonkretyzowany (ang. Specific), Mierzalny (ang. Measurable), Osiągalny (ang. Achievable), Istotny (ang. Relevant) i Określony w czasie (ang. Time-bound)	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo
PLANOWANIE	Planowanie stanowi jedną z 4 funkcji zarządzania . Samo planowanie polega głównie na ustanawianiu celów i zgodnych do nich działań. Pojęcie to można rozumieć jako projekt na przyszłość i dobór odpowiednich środków dla jego organizacji. Planowanie może być również rozumiane jako działanie w przyszłość, opierające się na przewidywaniu późniejszych zdarzeń w ograniczonym czasie oraz dobór odpowiednich i najkorzystniejszych środków, celów , zadań i sposobów.	Zarządzanie	Zarządzanie Cel

Zadania A (scenariusze A1, A2, A3)

Zadania wykonywane podczas realizacji gry

Zadania dla Sukcesora/Dziecka	Zadania dla Nestora/Rodzica	Zadania wspólne
<p>Pole nr 7</p> <p>Wejdź na stronę internetową Waszej firmy. Zastanów się co Ci się na niej podoba, a co byś zmienił/zmieniła. Czego według Ciebie brakuje? Czy można coś dodać, czy coś usunąć? Jak wyglądają zdjęcia, grafiki, opisy itp.? Wykorzystaj do tego formularz z Twojego podręcznika. Jeśli firma nie ma strony www to zaproponuj, jak powinna wyglądać. Zobacz strony konkurencji i porównaj z Waszą stroną lub oprzyj na nich propozycję nowej strony.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p>	<p>Pole nr 7</p> <p>Wykorzystując planszę „Mapa firmy”, wytłumacz dziecku jak wygląda Wasza firma. Jakie są jej najważniejsze działy i jakie wypełniają zadania. Wykorzystaj do tego instrukcję z podręcznika.</p> <p>Zadanie można przeprowadzić firmie i połączyć to zadanie z jej poznawaniem.</p> <p>Czas: 1- 3 godzin</p>	<p>Pole nr 21</p> <p>Stwórzcie wspólnie listę produktów Waszej firmy. Ustalcie co jest ich najważniejszymi wartościami i korzyściami jakie dostaje klient. Dla każdego waszego produktu znajdźcie odpowiedniki jakie ma konkurencja. Uzgodnijcie ich cechy wspólne i to co je różni. Wykorzystajcie formularz z podręcznika Nestora/Rodzica.</p> <p>Czas: 1-3 godzin</p>
<p>Pole nr 14</p> <p>Firma Twoich rodziców ma konkurentów. Firmy, które sprzedają podobne produkty. Zrób wywiad. Poszukaj przynajmniej 5 konkurentów dla Waszej firmy. Opisz te firmy wykorzystując formularz z podręcznika. Gotową listę omów z Rodzicem.</p> <p>Przykład: konkurencją dla Poczty Polskiej jest firma Inpost – właściciel „Paczkomatów”, konkurentem firmy Volkswagen są inni producenci samochodów.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p>	<p>Pole nr 14</p> <p>Wykorzystując planszę „Mapa otoczenia firmy” wyjaśnij dziecku w jakich realiach działa Wasza firma. Wypełnij razem z dzieckiem formularz z najważniejszymi informacjami o partnerach biznesowych, instytucjach, konkurencji, dostawcach, działających w otoczeniu Waszego biznesu.</p> <p>Czas: 1-3 godzin</p>	<p>Pole nr 21</p> <p>Zastanówcie się wspólnie jak możecie pokazać, że zależy Wam na swoich klientach. W jaki sposób Klienci mogą się dowiedzieć i przekonać, że są dla Was ważni? Co sprawi, że wybierając Wasze produkty poczują, że Wam na nich zależy?</p> <p>Wykorzystajcie formularz z podręcznika Nestora/Rodzica.</p> <p>Forma – burza mózgów</p> <p>Czas: 2-4 godzin</p>

Zadania dla Sukcesora

Zadania dla Sukcesora realizowane na etapie scenariusza A są opisane na kartach zadań. Opis jak używać plansz Mapa Firmy i Mapa Otoczenia znajdziecie w rozdziale 7 tego podręcznika.

Zadanie dla Nestora

Zadanie „Jak wygląda nasza firma” pole 7

Niby wszystkie firmy są takie same, ale jednak często znacznie różnią się od siebie. Tak strukturą, jak jej funkcjonalnością czy działającymi w jej wnętrzu procesami. Wykorzystując planszę „Mapa firmy”, wytłumacz dziecku jak wygląda Wasza firma. Jakie są jej najważniejsze działy i jakie wypełniają zadania. W jaki sposób wpływają na siebie i od siebie zależą. Spraw, aby była to dla Was taka wirtualna wycieczka, którą, w kolejnym kroku, zamienicie na realną – wtedy już Twoje dziecko będzie wiedziało, dokąd idzie i czego może się tam spodziewać – będzie miało mapę Waszej firmy.

Czas: 1- 3 godzin

Zadanie „Jak wygląda nasza firma” pole 14

Każda organizacja działa w otoczeniu innych podmiotów, nie jest osamotnioną wyspą, na bezkresnym oceanie niczego. Tak i Wasza firma rodzinna funkcjonuje w pewnym kontekście i relacjach. Otaczające ją urzędy, NGO'sy (organizacje pozarządowe – fundacje, stowarzyszenia), inne przedsiębiorstwa oraz społeczność jako taka. Ważne jest, aby Sukcesorka czy Sukcesor zdawali sobie sprawę z wpływu tego otoczenia na firmę i jej na to otoczenie. Z wzajemności tych relacji.

Wykorzystując planszę „Mapa otoczenia firmy” wyjaśnij dziecku w jakich realiach działa Wasza firma. Wypełnij razem z dzieckiem formularz z najważniejszymi informacjami o partnerach biznesowych, instytucjach, konkurencji, dostawcach, działających w otoczeniu Waszego biznesu.

Czas trwania 1-3 godzin

Formularz pomocniczy do „Mapy otoczenia”

Nazwa podmiotu	Rola w otoczeniu: <ul style="list-style-type: none"> • Dostawca • Konkurent • Klient • Urząd instytucja • Dostawca usług 	Znaczenie dla firmy <ul style="list-style-type: none"> • Duże • Średnie • Małe 	Opis prowadzonej działalności	Co daje naszej Firmie

Zadanie wspólne dla Nestora i Sukcesora formularze wsparcia

Zadanie „Opis produktów firmy” pole 21

Produkt – towar/ usługa	Opis produktu	Korzyści dla klienta	Produkty konkurencyjne	Różnice produktów naszych i konkurencji

Zadanie „Pokaż Klientowi, że Ci na nim zależy” pole 21

W zadaniu chodzi o to, aby stworzyć jak najwięcej pomysłów, które pomogą pokazać, że zależy Wam na swoich klientach. Wymyślcie w jaki sposób Klienci mogą się dowiedzieć i przekonać, że są dla Was ważni. Co sprawi, że wybierając Wasze produkty poczują, że Wam na nich zależy?

Zastosujecie tutaj proces twórczego myślenia tzw. „Burzę mózgów”.

Zasady „burzy mózgów”:

1. Wyznaczamy limit czasowy wymyślania pomysłów np. 20 minut
2. Wszystkie pomysły zapisujemy (bez względu na ich jakość)
3. Skupiamy się na ilości (czyli pomysły, pomysły i jeszcze raz pomysły)
4. Powstrzymujemy krytykę (na ocenę przyjdzie czas później)
5. Witamy niezwykłe pomysły (czytaj szalone, niepoważne, dziwne)
6. Można łączyć i ulepszać pomysły (z powstałych tworzymy kolejne, nowe pomysły)
7. Po zamknięciu listy analizujemy pomysły w 4 wymiarach wykorzystując poniższą matrycę

	Tanio		
	Tanie – Długie wdrożenie	Tanie – Szybkie wdrożenie	
Wolno	Drogie – Długie wdrożenie	Drogie – Szybkie wdrożenie	Szybko
	Drogo		

Po tym etapie Twój spadkobierca powinien rozumieć logikę prowadzonego przez Was biznesu rodzinnego. Jak on w istocie działa? Czym się zajmuje? Co oferuje Klientom?

Jaka jest jego pozycja na rynku? Jaki ma zasięg i czym zajmują się poszczególne działy w organizacji?

Zamknięciem każdego etapu jest wypełnienie karty posumowania realizacji scenariusza ewaluacji, której wzór znajduje się w rozdziale poświęconym scenariuszom.

Poznanie firmy i biznesu – Scenariusz B

Co poznajemy realizując scenariusz B

- Ten etap jest kontynuacją poznawania zarówno firmy jak i sposobu jej prowadzenia.
- W czasie pracy na tym scenariuszem powinniście razem:
 - o Uwspólnić swoją wiedzę o firmie i rynku na jakim ona działa
 - o Sprawić, aby Sukcesorka/Sukcesor mogła/mógł dobrze poczuć się w Waszej firmie i być rozpoznawalną przez pracowników osobą
 - o Wzmocnić zaangażowanie Sukcesorki/Sukcesora w życie firmy
 - o Zrealizować razem i samodzielnie kolejne zadania wynikające ze scenariusza

Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu B

Celem tej części jest rozszerzenie wiedzy biznesowej. Realizacja tego scenariusza pozwoli na utwalenie materiału zdobytego w poprzednim etapie oraz wprowadzenie nowych terminów i pojęć, które pozwolą na zrozumienie bardziej złożonych spraw związanych z zarządzaniem firmą.


Podobnie jak w poprzednim scenariuszu służyć temu będzie wspólna praca z Sukcesorem – nadal z wykorzystaniem plansz edukacyjnych – gra, mapa firmy, mapa otoczenia.

Zakres pojęć wprowadzanych podczas realizacji scenariusza B jest wypisany poniżej, pojęcia są także opisane w kartach wiedzy.

UWAGA !!! Podstawowe pojęcia umieszczone opisane na kartach wiedzy są umieszczona na kolorowym tle, dodatkowe pojęcia na tle szarym.

W czasie pracy ze scenariuszem B realizowane są także zadania opisane poniżej, które są częścią gry, dodatkowo są opisane w kartach zadań.

Pojęcia biznesowe B (scenariusze B1, B2, B3)

Pojęcie	Opis	Kategoria	Hasła z innych kart
 FINANSE			
PODATEK	<p>Obowiązkowe świadczenie pieniężne pobierane przez związek publicznoprawny (państwo, jednostka samorządu terytorialnego) bez konkretnego, bezpośredniego świadczenia wzajemnego. Zebrane podatki są wykorzystywane na potrzeby realizacji zadań publicznych.</p> <p>Współcześnie pieniądze z podatków trafiają do skarbu państwa, województwa, powiatu albo gminy, które dzięki temu mogą inwestować w rozwój infrastruktury, wojska, policji, oświaty, służby zdrowia itp.</p>	Finanse	
UBEZPIECZENIE	<p>Umowny obowiązek dokonania świadczenia przez ubezpieczyciela na rzecz ubezpieczonego na wypadek powstania zdarzeń określonych w umowie ubezpieczeniowej, występujących w życiu, zdrowiu lub mieniu ubezpieczonego; wykonanie obowiązku ubezpieczyciel realizuje poprzez wypłatę odszkodowań lub świadczeń z funduszu tworzonego ze składek wnoszonych przez ubezpieczonych.</p>	Finanse	
UBEZPIECZENIE SPOŁECZNE	<p>Ubezpieczenia społeczne to system świadczeń pieniężnych i rzeczowych przysługujących pracownikom i ich rodzinom w razie choroby, niezdolności do pracy, starości, śmierci, macierzyństwa.</p>	Finanse	

PŁYNNOŚĆ FINANSOWA	Płynność finansowa - jest to zdolność firmy do spłacania bieżących zobowiązań (płatnych do 1 roku) oraz do dokonywania zakupów wszelkiego rodzaju towarów i usług . Od płynności zależy czy, w terminie wypłacane jest wynagrodzenie pracownikom , zobowiązania dostawcom za dobra i usługi oraz czy firma jest w stanie dokonać zakupów dóbr i usług, kiedy są one potrzebne do zaspokojenia własnych potrzeb.	Finanse	Towar Usługa Pracownik
STOPA PROCENTOWA	Wyrażony procentowo koszt kredytu lub zwrot z zainwestowanych środków. Pojęcie stóp procentowych może dotyczyć m.in. stóp banku centralnego, stóp rynku międzybankowego lub oprocentowania kredytów i depozytów bankowych. Stopy procentowe mogą mieć różną wysokość zależnie od długości kontraktu (zapadalności), ryzyka związanego z kontrahentem i innych czynników.	Finanse	
BIZNESPLAN	Biznesplan (plan biznesowy, ang. business plan) – dokument przedsiębiorstwa zawierający ocenę opłacalności przedsięwzięcia gospodarczego. Sporządzany m.in. w celu pozyskania źródeł finansowania inwestycji. Zawiera opis celów, jakie przedsiębiorstwo zamierza realizować w przyszłości z uwzględnieniem istniejących uwarunkowań rynkowych, finansowych, marketingowych, technologicznych, organizacyjnych i kadrowych. Jego elementami są m.in. analiza finansowa, analiza rynku, analiza SWOT.	Finanse	
MARŻA	Jest to swoisty zysk uzyskiwany z transakcji . Różnica pomiędzy kosztami zakupu/wytworzenia danego produktu i jego ceny sprzedaży. Marżę możemy opisać wartościowo lub procentowo.	Finanse	Zysk Transakcja Koszt Produkt Cena

PODATKI BEZPOŚREDNIE i POŚREDNIE	Podatki bezpośrednie – nałożone na dochód lub majątek podatnika, np. podatek dochodowy, gruntowy, spadkowy; Podatki pośrednie – nakładane na przedmiot spożycia, np. VAT, akcyza – ostatecznie płaci konsument.	Finanse	Dochód Podatek
PODATEK AKCYZOWY (AKCYZA)	Jest rodzajem podatku pośredniego (obok podatku VAT) nakładany na wytwórcę lub sprzedawcę (towaru lub usługi akcyzowej) przeliczony jest na konsumenta w postaci podwyższonej ceny sprzedawanych towarów i usług .	Finanse	Podatek VAT Towar Usługa Cena
PODATEK VAT	Inaczej zwany podatkiem od wartości dodanej, jest specyficznym typem pośredniego, powszechnego podatku obrotowego, który obciąża ostatecznego nabywcę towaru i zawarty jest w jego cenie zakupu. Podatek ten nakłada się na każdą transakcję sprzedaży w procesie produkcji i dystrybucji.	Finanse	

 **MARKETING**

MARKETING	Wszelkie działania przedsiębiorstwa , które służą jak najlepszemu dopasowaniu oferowanych produktów do oczekiwań i potrzeb klientów .	Marketing	Przedsiębiorstwo Klient Produkt
RYNEK	Aby istniał rynek potrzebni są nabywający (klienci) i sprzedający, oraz zasady i warunki dokonywania między nimi transakcji kupna-sprzedaży. Tą przestrzeń możemy określić rynkiem. Jeśli są przedsiębiorstwa produkujące i sprzedające rowery i są klienci , którzy je kupują to możemy mówić o „rynku rowerów”.	Marketing	Klient Transakcja Przedsiębiorstwo
REKLAMA	Wszelkie działania, których celem jest skłonienie ludzi najczęściej do zakupu określonych towarów, usług lub skłanianie ich do określonych zachowań.	Marketing	Towar Usługa

PROMOCJA	Wszelkie działania przedsiębiorstwa mające zwiększyć popyt na oferowane towary lub usługi , a przez to powodujące wzrost ich sprzedaży i w konsekwencji wzrost przychodów .	Marketing	Przedsiębiorstwo Towar Popyt Usługa Przychód
ANALIZA SWOT	Analiza SWOT jest jedną z podstawowych metod analizy strategicznej przedsiębiorstwa . Nazwa metody jest akronimem angielskich słów strengths (mocne strony), weaknesses (słabe strony), opportunities (szanse potencjalne lub zaistniałe w otoczeniu), threats (zagrożenia prawdopodobne lub istniejące w otoczeniu). Można ją stosować dla całego przedsiębiorstwa, lub w poszczególnych sferach jego funkcjonowania, np. marketingu , finansach, produkcji, itp. Może być także wykorzystywana w działalności doradczej (konsultingu).	Marketing	Przedsiębiorstwo Marketing
POPYT	Popyt - ogólnie rzecz biorąc popyt to ilość dóbr, jaką nabywcy są w stanie zakupić przy różnych poziomach ceny . Zamiar i oferta kupna poparte odpowiednią są sumą pieniędzy , jaką dysponuje potencjalny nabywca W większości przypadków rozmiary popytu i cena to wielkości odwrotnie proporcjonalne. Gdy cena rośnie, ilość sprzedawanego dobra spada i na odwrót - jeżeli cena maleje to ilość dobra, które jest sprzedawane rośnie. Prawidłowość ta jest nazwana prawem popytu .	Marketing	Cena Pieniądz Prawo popytu
PODAŻ	Podaż najprościej zdefiniować jako ilość lub objętość sprzedawanych dóbr, które znajdują się w danej chwili na rynku . Mają one określoną cenę w konkretnym czasie i miejscu. Na podaż mają wpływ takie czynniki jak: koszty produkcji, technologie, polityka państwa, konkurencja, czynniki losowe itp.	Marketing	Rynek
EXPORT	Sprzedaż oferowanych towarów , usług i innych dóbr materialnych za granicę danego kraju. Np. jeśli polskie przedsiębiorstwo sprzedaje sery do Niemiec to mówimy, że eksportuje sery do Niemiec.	Marketing	Przedsiębiorstwo Towar Usługa

IMPORT	Zakup towarów, usług i innych dóbr materialnych za granicę danego kraju. Np. jeśli przedsiębiorstwo z Polski kupuje w Szwajcarii czekolady, żeby je sprzedawać w Polsce, to mówimy, że importuje czekolady ze Szwajcarii.	Marketing	Przedsiębiorstwo Towar Usługa
LOGO	To graficzne przedstawienie nazwy firmy lub produktu .	Marketing	Firma Produkt

 **ZARZĄDZANIE**

ZASOBY PRZEDSIĘBIORSTWA	Zasoby przedsiębiorstwa , to wszystkie materialne i niematerialne elementy, które są niezbędne przedsiębiorstwa do osiągnięcia założonych celów biznesowych. Możemy wyróżnić cztery takie grupy zasobów: zasoby ludzkie (pracownicy i ich umiejętności), zasoby finansowe, zasoby rzeczowe (budynki, sprzęt, materiały, itp.), zasoby informacyjne (dane, informacje niezbędne do prowadzenia biznesu).	Zarządzanie	Cel Przedsiębiorstwo
MONOPOL	Monopol to struktura-sytuacja rynkowa polegająca na tym, że jedna firma dostarcza całą produkcję dóbr i usług w danym kraju lub na danym obszarze (poczta, gazociągi miejskie). Może przybierać formę związków producentów. Związki te dają przewagę ekonomiczną nad konkurentami, poprzez osiągnięcie wyższych zysków , dzięki korzystnemu ustalaniu cen sprzedaży. Przestanką istnienia monopolu może być posiadanie patentu, praw autorskich lub prawo wyłączności na sprzedaż danego produktu na danym ryнку .	Zarządzanie	Usługa Zysk Cena Rynek
MOTYWOWANIE	Jest to sposób oddziaływania na innych ludzi (pracowników), poprzez różnego rodzaju narzędzia (pieniądze, nagrody, szkolenia itp.). Celem motywowania jest osiągnięcie założonych celów przy jednoczesnym oferowaniu różnych korzyści wymiernych i niewymiernych zaangażowanym w osiągnięcie tych celów pracownikom.	Zarządzanie	Cel Pracownik

KONTROLOWANIE	Kontrolowanie polega na sprawdzeniu czy osiągnięto cele postawione przez kierownictwo w procesie planowania . Dzięki kontrolowaniu możliwe jest identyfikowanie błędów, wskazywanie możliwości lepszego wykonania zadań w przyszłości, doskonalenie.	Zarządzanie	Cel Planowanie
PRZEWODZENIE/ PRZYWÓDZTWO	Przywódstwo można rozumieć jako umiejętność wpływania na jednostki lub grupę w celu uzyskania określonych efektów. W zarządzaniu należy rozumieć jako zdolność do wpływania na zachowania pracowników w celu realizacji określonych celów. Przywództwo opiera się przede wszystkim na autorytecie danej osoby, a także władzy, którą inni dobrowolnie akceptują. Przywództwo to również motywowanie i inspirowanie, wyzwalamie energii w ludziach. Przywództwo jest niezbędne do tworzenia zmian, a zarządzanie do systematycznego uzyskiwania wyników. Dobry menadżer to przywódca.	Zarządzanie	Cel Zarządzanie Motywowanie Menadżer
ZARZĄD	Zespół ludzi odpowiedzialny za kierowanie przedsiębiorstwem. Prawnie - organ wykonawczy spółki akcyjnej, spółki z o.o., spółdzielni, fundacji i innych osób prawnych , reprezentujący te instytucje na zewnątrz. Podejmuje większość najważniejszych decyzji.	Zarządzanie	Spółka Osoba prawna
PRZEWAGA KONKURENCYJNA	Przewaga konkurencyjna jest to osiągnięcie przez przedsiębiorstwo lepszej pozycji wobec większej liczby konkurentów. Pozwala na zaoferowanie klientom usług lub produktów odpowiadających ich oczekiwaniom, a lepszych niż oferty konkurencji. Wyraża się to w wyższej jakości produktu, niższej cenie i lepszej obsłudze lub bardziej kompleksowym zaspokojeniu potrzeb klienta.	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo Produkt Usługa Cena

PROJEKT BIZNESOWY	Projekt - jest tymczasowym przedsięwzięciem, który ma na celu stworzenie unikalnej usługi lub produktu . Tymczasowości określa, że to przedsięwzięcie ma bardzo ściśle określony początek i koniec, zaś unikalność oznacza, że usługa lub produkt w zauważalny sposób jest całkowicie inna niż wszystkie podobne usługi bądź produkty. Pojęcie projektu wymaga sprecyzowania głównych cech. Należą do nich: cel , niepowtarzalność, złożoność, określoność, zmienność, zaangażowanie zasobów ludzkich, ograniczoność czasowa.	Zarządzanie	Produkt Usługa Cel
SKŁADNIKI/ZASOBY MATERIALNE	Do składników materialnych można zaliczyć wchodzące w skład przedsiębiorstwa nieruchomości oraz ruchomości - urządzenia, materiały , czy też wytworzone przez przedsiębiorstwo towary i wyroby .	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo Materiał Towar Wyrób gotowy
SKŁADNIKI/ZASOBY NIEMATERIALNE	Składnikami niematerialnymi są w szczególności: <ul style="list-style-type: none"> • nazwa przedsiębiorstwa; • wierzytelności, prawa z papierów wartościowych i środki pieniężne; • koncesje, licencje i zezwolenia; • patenty i inne prawa własności przemysłowej; • majątkowe prawa autorskie i majątkowe prawa pokrewne; • tajemnice przedsiębiorstwa (know-how); księgi i dokumenty związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa.	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo

Zadania B (scenariusze B1, B2, B3)

Zadania wykonywane podczas realizacji gry

Zadania dla Sukcesora/Dziecka	Zadania dla Nestora/Rodzica	Zadania wspólne
<p>Pole 28</p> <p>Wiesz jakie produkty/usługi sprzedaje Wasza firma. Zastanów się jakie nowe produkty (towary/usługi) byś zaproponował/a, aby rozszerzyć Waszą ofertę. Przygotuj listę co najmniej 3 takich usług produktów i opisz je wykorzystując „kartę produktów” zamieszczoną w Twoim podręczniku. Po wykonaniu zadania przedyskutujcie razem z rodzicem/ami Twoje propozycje.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p>	<p>Pole 28</p> <p>Wytłumacz dziecku w jaki sposób przygotowujecie swoje produkty/ usługi, tak aby najlepiej spełniały oczekiwania klientów. Pokaż cały proces od momentu wymyślenia produktu/usługi/rozszerzenia asortymentu do momentu sprzedaży. Wykorzystaj „kartę procesu” umieszczoną w Twoim podręczniku. Przedyskutujcie razem cały proces. Zwróć uwagę na spostrzeżenia i propozycje dziecka.</p> <p>Czas: 2-4 dni</p>	<p>Pole 42</p> <p>Obejrzyjcie wspólnie jeden z filmów o tematyce biznesowej z listy umieszczonej w podręcznikach dla poziomów 1-2. Po obejrzeniu przedyskutujcie to co zobaczyliście. Zastanówcie się jakie części i wątki filmu można odnieść do Waszego biznesu. Co można wykorzystać i dlaczego. Wykorzystajcie listę pytań do filmu z podręcznika.</p> <p>Czas: 3-5 godzin</p>
<p>Pole 35</p> <p>Odwiedź firmę ze swoim telefonem komórkowym. Zrób zdjęcia, kręć filmy. Wykorzystaj nagrany materiał do przygotowania filmu/ prezentacji pokazującej Waszą firmę klientom. Zrób prezentację filmu dla pracowników firmy, dla znajomych. Posłuchaj, jak oni odbierają Waszą firmę i Twój film. Po uzgodnieniu z Rodzicem umieść firm w mediach społecznościowych.</p> <p>Czas: 1-2 tygodni</p>	<p>Pole 35</p> <p>Pokaż dziecku schemat organizacyjny Waszej firmy. Jeśli go nie masz to narysuj wykorzystując instrukcję z podręcznika. Omów zadania poszczególnych komórek – działów. Wyjaśnij zależności pomiędzy nimi. Zaznacz kto odpowiada za poszczególne obszary.</p> <p>Czas: 2-4 godzin</p>	<p>Pole 42</p> <p>Opracujcie wspólnie Analizę SWOT dla Waszej firmy. Przedyskutujcie co ma się znaleźć w poszczególnych polach i dlaczego. Po wypełnieniu wszystkich pól przeprowadźcie analizę wyników i zastanówcie się jakie wnioski i jakie działania możecie wdrożyć teraz a jakie w przyszłości.</p> <p>Wykorzystacie matrycę analizy SWOT i instrukcję z podręcznika dla Nestora/Rodzica.</p> <p>Czas: 3-6 godzin</p>

Zadania dla Nestora

Zadanie „Prezentacja procesów” pole nr 28

Zadanie polega na wytłumaczeniu Sukcesorowi czym jest proces i jakie procesy są realizowane w Waszej Firmie.

Przykładowe procesy: proces składania zamówienia, proces reklamacji, proces produkcyjny, proces rekrutacji i zatrudnienia pracownika itp. wykorzystaj w zadaniu umieszczoną poniżej kartę procesów.

Na czym polega projektowanie procesów? Jest to usystematyzowane działanie, którego rezultatem ma być ujednoczenie sposobu wykonywania danej czynności (lub ich zespołu), które zagwarantuje jego powtarzalność, a tym samym niezmienną jakość. Jeśli wszyscy w organizacji wykonują dane zadanie w taki sam, wspólnie ustalony, sposób to możemy mieć przekonanie, iż za każdym razem powinniśmy otrzymać taki sam rezultat – szarlotka pieczona przez kilka osób wg ich własnych receptur zawsze będzie smakowała inaczej. Może spotkamy smaki wybitne, ale może też trafić się zakalec. Dla firmy taki zakalec to porażka w oczach Klienta, a ona może generować dodatkowe, nieprzewidziane koszty. Kontrola wydatków i przychodów to jedno z zadań szefa przedsiębiorstwa, dlatego też wprowadzenie procedur pozwala na pewną przewidywalność w obszarze kosztów, dostarczanej jakości oraz określonych parametrów oferowanych produktów (towarów lub usług).

Oto przykładowy proces, który powinien być obecny w każdej organizacji. Jest to proces **stworzenia nowego stanowiska**. Aby odbył się on właściwie konieczne są następujące kroki:

1. Przygotowanie opisu zadań do wykonania – zadań, które zostaną przypisane do jednej osoby. Aktualnie może nikt ich nie wykonywać (nie było dotąd takiej potrzeby), albo mogą być przypisane w całości lub części do jednej lub kilku osób (pojawiały się w różnych okresach i przypisano je tym, których obowiązki były najbliższe, albo tym, którzy mieli najmniej pracy).
2. Do powstałego zakresu obowiązków dodajemy listę kompetencji potrzebnych do ich skutecznego wykonania.
3. Do każdej z kompetencji dodajemy opis zachowań jakie się na nią składają.
4. Dla każdej z opisanych szczegółowo kompetencji przygotowujemy skalę ocen na minimum 3 poziomach. Choć bardziej skuteczne są skale 4 lub 5 stopniowe.
5. Dodatkowo możemy dodać:
 - a. Konsekwencje uzyskania poszczególnych ocen w okresie 1-3 miesięcy.
 - b. Wysokości ewentualnych premii, jeśli w organizacji funkcjonuje system premiowania w oparciu o uzyskane oceny jakości pracy.
 - c. Kryteria awansu na wyższe stanowiska – np. w oparciu o jedną lub kilka możliwych ścieżek rozwoju.

Przygotowanie nowego produktu to też proces. Jak możemy go rozpisać? Poniżej znajdziesz przykład, który pozwoli Ci wykorzystać go w pracy ze swoim dzieckiem nad generowaniem autentycznych rozwiązań z pomysłów jakie wygenerujecie.

Krok	Pytania / Akcja	Odpowiedź / Rozwiązanie
Diagnoza	Jaki mamy stan obecny?	
	W czym tkwi problem?	
	Co nie działa (u nas lub u Klienta)?	
	Co może funkcjonować lepiej?	
Opis stanu docelowego	Jak chcemy, aby było?	
	Co ma się zadziać?	
	Po czym poznamy, że osiągnęliśmy zakładany rezultat?	
Działanie	Opis potrzebnych i posiadanych zasobów - Matryca 4U	
	Prototypowanie	
	Testowanie prototypu	
	Aktualizacja rozwiązania	
	Przygotowanie wersji ostatecznej	

Matryca 4U

Utrzymać – mam i chcę mieć	Uzyskać – nie mam a chcę mieć
Utracić – mam i nie chcę mieć	Uniknąć – nie mam i nie chcę mieć

Zadanie „Schemat organizacyjny” pole 35

Schemat organizacyjny to graficzne przedstawianie struktury firmy. Jeśli macie w firmie taki schemat to omówcie wszystkie jego elementy i zależności pomiędzy nimi. Kto komu podlega, jakie zadania wykonuje, jakie są wzajemne zależności pomiędzy poszczególnymi działami firmy. Jeśli nie macie schematu to można go narysować ręcznie lub skorzystać ze schematu blokowego np. w PowerPoint. Rysowanie ręczne może być bardziej kreatywne i dawać więcej możliwości zrobienia „portretu” firmy.

Wykorzystaj poniższą inspirację.



Źródło: <https://pl.freepik.com/>

Zadania wspólne dla Nestora i Sukcesora formularze wsparcia

Zadanie „Oglądanie filmu o tematyce biznesowej” pole 42

Wspólne oglądanie filmu może być świetną przygodą. Możecie skorzystać z listy filmów rekomendowanych przez nas (lista na końcu podręcznika) lub znaleźć jakiś inny film. Ważne, żeby opowiadał historię związaną z prowadzeniem firmy, karierą biznesową lub konkretnym produktem. Takich historii w kinie jest mnóstwo.

Po obejrzeniu podyskutujcie razem na temat tego co zobaczyliście, pomocne w tym mogą być poniższe pytania.

1. Jaka jest historia głównego bohatera/ów?
2. W jakich czasach rozgrywa się akcja filmu?
3. O jakiej firmie, produkcie jest ten film?
4. Które problemy są podobne do tego co możecie spotkać wokół swojej Firmy?
5. Jakie wyzwania biznesowe były pokazane w firmie?
6. Co było źródłem sukcesów lub porażek bohatera/ów filmu?
7. Jakie pomysły, inspiracje mogą być wykorzystane w Waszej Firmie?
8. Dlaczego warto oglądać takie filmy?
9. Co podobało Ci się u głównego bohatera, a co nie?
10. Jakie cechy pomagają, a jakie przeszkadzają w osiągnięciu sukcesu?

Zadanie „Opracowanie analizy SWOT” pole 42

Analiza SWOT jest jedną z klasycznych i podstawowych metod tzw. analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Nazwa jest akronimem od angielskich określeń poszczególnych obszarów tej analizy tj.

STRENGTHS – mocne strony

WEAKNESSES – słabe strony

OPPORTUNITIES – szanse

THREATS – zagrożenia

Analiza SWOT może być stosowana zarówno do całego przedsiębiorstwa, jak i do poszczególnych obszarów jego działania np. produkcji, marketingu, finansów.

Zawartość poszczególnych pól matrycy:

Mocne strony – to wewnętrzne pozytywne czynniki, które są atutami firmy, wyróżniają ją wśród konkurencji, pozwalają osiągać sukces. Mocnych stron możemy szukać w takich obszarach jak: wiedza i ludzie, produkcja, logistyka, technologia, badania, sprzedaż i obsługa klienta, zasoby finansowe, zarządzanie, procesy biznesowe, marketing.

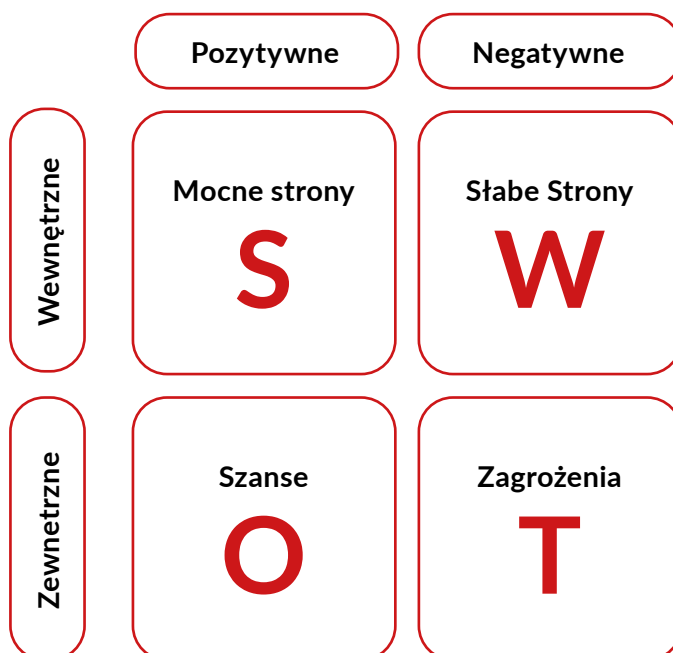
Słabe strony – wszystkie czynniki negatywne wewnątrz firmy. Mogą być w takich obszarach jak: kwalifikacje pracowników, przestarzała technologia, brak zasobów finansowych, brak procesów i procedur, nieskuteczna organizacja sprzedaży i obsługi klienta itd. Wszystko to co sprawia, że firma nie działa sprawnie i nie potrafi właściwie reagować na zmiany w otoczeniu, oraz zachowania konkurencji.

Szanse – wszystkie czynniki zewnętrzne – pozytywne. Wszelkie zjawiska, procesy, zachowania konsumentów, trendy w technologii itd., które mogą pomóc firmie w budowaniu przewagi konkurencyjnej.

Zagrożenia – wszystkie czynniki zewnętrzne – negatywne, które mogą osłabić firmę i spowodować problemy w różnych obszarach. Mogą być także barierą w rozwoju. Np. trudność w realizacji procesu sukcesji.

Obszary będące najczęściej źródłem szans i zagrożeń to zjawiska:

- Polityczne
- Gospodarcze
- Technologiczne
- Prawne
- Ochrona środowiska
- Etyczne
- Społeczno-kulturowe



Poznanie firmy i biznesu – Scenariusz C

Co poznajemy realizując scenariusz C

Celem tej części jest pogłębienie wiedzy biznesowej. Realizacja tego scenariusza pozwoli na utrwalenie materiału zdobytego w dwóch poprzednich etapach oraz wprowadzenie nowych terminów i pojęć.

Realizując ten scenariusz Twoje dziecko powinno stać się pełnoprawnym partnerem w rozmowach o firmie oraz być włączane w procesy decyzyjne dotyczące prostych i codziennych spraw zarządzania firmą.

Także na tym etapie jako mentor – Nestor, powinieneś wprowadzić praktyki (np. w wakacje) w firmie połączone z określonymi zadaniami, odpowiedzialnością oraz koniecznie wynagrodzeniem za pracę.

Pod koniec realizacji scenariusza C Sukcesor – powinien być postrzegany w firmie jako przyszły jej pracownik, a z czasem osoba, która kiedyś będzie także odpowiadała za firmę.

Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu C

Zadania realizowane w tym scenariuszu mają walory praktyczne i służą firmie oraz jej rozwojowi.


Podobnie jak w poprzednich scenariuszach wpływać na to będzie Wasza wspólna praca – nadal z wykorzystaniem plansz edukacyjnych – gra, mapa firmy, mapa otoczenia.

Zakres pojęć wprowadzanych w podczas realizacji scenariusza C jest wypisany poniżej, pojęcia są także opisane w kartach wiedzy.

UWAGA !!! Podstawowe pojęcia umieszczone opisane na kartach wiedzy są umieszczona na kolorowym tle, dodatkowe pojęcia na tle szarym.

W czasie pracy ze scenariuszem C realizowane są także zadania opisane poniżej, które są częścią gry, dodatkowo są opisane na kartach zadań.

Pojęcia biznesowe C (scenariusze C1, C2, C3)

Pojęcie	Opis	Kategoria	Hasła z innych kart
 FINANSE			
SPRAWOZDANIE FINANSOWE	Jest dokumentem, obrazującym sytuację finansową przedsiębiorstwa wyrażoną w pieniądku . Zestawia ono dane liczbowe, które dostarczają informacji na temat majątkowej, finansowej i dochodowej sytuacji jednostki dotyczące pewnego okresu (np. roku). W Polsce sprawozdanie finansowe sporządza się w języku i walucie polskiej, według ściśle określonych terminów (na dzień zamknięcia ksiąg rachunkowych lub inny dzień bilansowy) oraz zasad i wzorów zgodnych m.in. z ustawą o rachunkowości.	Finanse	Przedsiębiorstwo Pieniądz
CASH FLOW	Rachunek przepływów pieniężnych (ang. cash flow) jest jednym z elementów sprawozdania finansowego . Prezentuje on pomiar wyniku finansowego działalności przedsiębiorstwa w danym okresie. Rachunek przepływów pieniężnych stanowi różnicę wszystkich gotówkowych wpływów i gotówkowych wydatków. Innymi słowy, jest on wyjaśnieniem źródeł zwiększenia lub zmniejszenia stanu tych środków w bilansie .	Finanse	Sprawozdanie finansowe Bilans
BILANS PRZEDSIĘBIORSTWA	Bilans przedsiębiorstwa przedstawia wyrażony w pieniądku stan i strukturę posiadanych przez przedsiębiorstwo aktywów (majątku) oraz wskazuje na źródła ich finansowania - pasywa . Bilans w odróżnieniu od rachunku zysków i strat ma charakter statyczny - odzwierciedla stan majątku na dany moment i jest sporządzany na podstawie aktualnych w dniu jego sporządzenia danych z systemu księgowego firmy.	Finanse	Przedsiębiorstwo Aktywa Pasywa Rachunek zysków i strat

INFLACJA	Proces trwałego wzrostu cen w gospodarce związany ze spadkiem siły nabywczej pieniądza krajowego. Inflacja jest procesem przeciwnym do deflacji .	Finanse	Deflacja
DEFLACJA	Proces trwałego spadku cen w gospodarce związany ze wzrostem siły nabywczej pieniądza krajowego. Deflacja jest procesem przeciwnym do inflacji .	Finanse	Inflacja
AKTYWA	Kontrolowane przez przedsiębiorstwo zasoby majątkowe o wiarygodnie określonej wartości, uzyskane w wyniku przeszłych zdarzeń, które spowodują w przyszłości wpływ do jednostki korzyści ekonomicznych. Jeśli zasób majątkowy nie spełnia któregoś z powyższych kryteriów, nie może być ujęty w bilansie . Np. jeśli firma posiada w magazynie towar , który może być sprzedażny w przyszłości to zostanie wykazany w bilansie. Jeśli towar jest przeterminowany/bezwartościowy to nie zostanie wykazany jako majątek.	Finanse	Przedsiębiorstwo Bilans Towar
PASYWA	Pasywa są to źródła finansowania majątku przedsiębiorstwa. Pojęcie pasywów jest ściśle związane z bilansem przedsiębiorstwa . Pasywa w przedsiębiorstwie dzielą się na dwie grupy: <ul style="list-style-type: none"> • Kapitał własny – są to wartości wniesione do spółki przez jej właścicieli (głównie kapitał zakładowy) oraz środki uzyskane w trakcie działalności i będące własnością spółki (głównie zysk) • Kapitały obce – są to wszelkiego rodzaju źródła finansowania przy wykorzystaniu kapitału obcego. Będą to w dużej mierze kredyty i pożyczki oraz zobowiązania handlowe 	Finanse	Pasywa Bilans przedsiębiorstwa

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	Rachunek zysków i strat (rachunek wyników) stanowi obok bilansu kluczowy element sprawozdania finansowego . Jest syntetycznym zestawieniem operacji finansowych przeprowadzonych w przedsiębiorstwie w ciągu danego okresu, zazwyczaj jednego roku. Różnica między przychodami i kosztami pokazuje obraz wyniku finansowego przedsiębiorstwa (zysk lub stratę) brutto. Wynik brutto skorygowany o obowiązkowe obciążenia wyniku brutto (głównie podatek dochodowy) ukazuje wynik finansowy netto za dany okres.	Finanse	Bilans Sprawozdanie finansowe Przychód Koszt Wynik finansowy
WYNIK FINANSOWY	Wynik finansowy to różnica pomiędzy przychodami a kosztami ich uzyskania, informuje nas o finansowym rezultacie działalności gospodarczej danego przedsiębiorstwa . Jest pozycją w bilansie przedsiębiorstwa.	Finanse	Przychód Koszt Przedsiębiorstwo Bilans
KAPITAŁ	Kapitał - pojęcie z dziedziny ekonomii i finansów oznaczające zasoby trwałe (majątek, środki, aktywa) służące rozpoczęciu lub kontynuacji działalności gospodarczej. Jest jednym z podstawowych, klasycznych czynników produkcji, obok: pracy i ziemi, które są potrzebne do rozpoczęcia lub kontynuowania produkcji. Występujące w postaci zasobów pieniężnych, środków produkcji oraz zasobów intelektualnych.	Finanse	Aktywa

 **MARKETING**

ZNAK TOWAROWY	To znak graficzny (wyraz, rysunek, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna), melodia lub sygnał dźwiękowy, który w jednoznaczny sposób pozwala odróżnić produkt jednego przedsiębiorstwa od produktu tego samego rodzaju innych przedsiębiorstw.	Marketing	Produkt Przedsiębiorstwo
MARKA	Marka to nazwa, symbol, termin, wzór, znak graficzny lub ich kombinacja stworzona po to, aby oznaczyć i odróżnić produkty przedsiębiorstwa od produktów konkurencyjnych. Marka może składać się z części werbalnej -słownej (nazwy) i niewerbalnej (symbolu, logo).	Marketing	Produkt Przedsiębiorstwo
PRAWO POPYTU	W większości przypadków rozmiary popytu i cena to wielkości odwrotnie proporcjonalne. Gdy cena rośnie, ilość sprzedawanego dobra spada i na odwrót- jeżeli cena maleje to ilość dobra, które jest sprzedawane rośnie. Prawidłowość ta jest nazwana prawem popytu.	Marketing	Popyt Cena
SEGMENTACJA RYNKU	Segmentacja rynku to proces podziału rynku według określonych kryteriów na możliwie jednolite grupy nabywców tzw. segmenty rynkowe, które wymagają zastosowania odmiennych strategii marketingowych . Chodzi o to aby poszukać takiej grupy klientów, której oczekiwania i preferencje najpełniej odpowiadają naszym towarom i usługom. Tak aby realizować założone cele sprzedażowe i finansowe.	Marketing	Rynek Marketing

E-MARKETING	Marketing internetowy (e-marketing) oznacza prowadzenie działalności marketingowej poprzez globalną sieć. Internet nie zastępuje tradycyjnych sposobów działania ani też nie ustanawia nowych zasad marketingowych. Jest on natomiast nowym narzędziem marketingowym. Główną wartością e-marketingu jest sposób i czas komunikacji, łatwość zdobywania informacji o kliencie i jego szeroki zakres, poszerzenie rynku odbiorców o klientów wcześniej niedostępnych, uelastycznienie współpracy z zewnętrznymi partnerami, a w efekcie szanse na obniżenie kosztów prowadzonej działalności.	Marketing	Marketing Rynek Koszt
SUBSTYTUT	To produkt (towar lub usługa) zaspokajający te same potrzeby nabywcy, ale inny ze względu na technologię wytwarzania. Przykładowo substytutem masła jest margaryna, a substytutem parkietu – wykładzina z tworzyw sztucznych. Możliwość pojawienia się substytutów to jeden z kluczowych czynników zagrażających atrakcyjności danego sektora gospodarki.	Marketing	Produkt Towar Usługa
KANAŁ DYSTRYBUCJI	Układ wzajemnie zależnych organizacji/firm zaangażowanych w proces udostępniania produktu bądź usługi konsumentom lub odbiorcom przemysłowym. Możemy wyróżnić: <ul style="list-style-type: none"> • Kanał bezpośredni – producent dostarcza produkty bezpośrednio finalnym nabywcom; brak pośredników handlowych • Kanał pośredni – produkty sprzedawane są finalnym nabywcom przy pomocy co najmniej jednego pośrednika handlowego (np. hurtownia) 	Marketing	Produkt

STRATEGIA PRZEDSIĘBIORSTWA	Strategia Przedsiębiorstwa to pewna ogólna formuła mówiącej o tym, w jaki sposób przedsiębiorstwo zamierza konkurować oraz jakie powinny być jego cele i jakie zasady postępowania będą potrzebne do realizacji tych celów. Zazwyczaj strategia dotyczy dłuższego horyzontu czasowego – powyżej 3 lat.	Marketing	Przedsiębiorstwo Cel
POLITYKA CENOWA	Strategia cenowa przedsiębiorstwa to nic innego jak określenie poziomu cenowego dla produktów i usług. Poprzez poziom cen decydujemy do jakich grup odbiorców będziemy kierować nasze produkty (towary/ usługi) , oraz na jaką marżę możemy liczyć. Zazwyczaj niskie ceny oznaczają ukierunkowanie na rynek konsumenta masowego, a wysokie ceny na klientów bardziej wymagających i bogatszych.	Marketing	Przedsiębiorstwo Cena Produkt Towar Usługa
RÓWNOWAGA RYNKOWA	Jest to taka sytuacja na rynku danego dobra, w której wielkość popytu równa jest wielkości podaży . Czyli oczekiwania konsumentów są zaspakajane przez producentów w sposób dopasowany. Rynek na którym występuje stan równowagi jest rynkiem stabilnym. W przeciwnym wypadku mówimy o rynku niestabilnym.	Marketing	Popyt Podaż Rynek


ZARZĄDZANIE

SPÓŁKA	Pod pojęciem spółki należy rozumieć rodzaj działalności osób fizycznych lub osób prawnych oparty na umowie lub statucie, którego celem jest zazwyczaj prowadzenie działalności gospodarczej.	Zarządzanie	Osoba fizyczna Osoba prawna
OUTSOURCING	Outsourcing dotyczy zlecenia zadań, które dotychczas były realizowane w przedsiębiorstwie innym podmiotom poprzez wydzielenie ich ze struktury organizacyjnej. Jest to rozwiązanie podejmowane zazwyczaj w następstwie działań restrukturyzacyjnych. Outsourcing wykorzystać można nie tylko do pojedynczych usług , czy nawet funkcji pomocniczych, ale zwłaszcza w zakresie procesów gospodarczych realizowanych wcześniej samodzielnie przez zleceniodawcę.	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo Usługa
SPÓŁKA CÓRKA	Spółka zależna nazywana również spółką-córką jest przedsiębiorstwem kontrolowanym przez inne przedsiębiorstwo, bądź przez takie, które posiada więcej niż 50 procent udziałów, nazywanym przedsiębiorstwem dominującym lub "spółką-matką". W przypadku gdy do spółki matki należy 100 procent kapitału, przedsiębiorstwo to staje się spółką w pełni zależną.	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo Spółka

UDZIAŁY W SPÓŁCE	<p>Za udziały w spółce uważa się ogół praw i obowiązków wspólnika wobec spółki. Wyznaczają one status prawny wspólnika. Ponadto stanowią one podstawę bycia wspólnikiem w spółce. Powinny one również odzwierciedlać wkłady, jakie zostały wniesione do spółki.</p> <p>Udziały w spółkach mogą być również rozumiane jako część kapitału zakładowego firmy. Suma udziałów składa się na kapitał zakładowy danego przedsiębiorstwa. Kapitał ten dzieli się na udziały o równej albo nierównej wartości nominalnej.</p>	Zarządzanie	Spółka Przedsiębiorstwo
AKCJE SPÓŁKI	<p>Akcja (equity, stock, share) jest to papier wartościowy dający prawo jej posiadaczowi do udziału (współwłasności) w spółce akcyjnej, która go wyemitowała. Podmiot (osoba), który nabywa akcje zostaje jej akcjonariuszem, co oznacza, że jest współwłaścicielem jej majątku i ma określone prawa do pobierania nowych akcji, uczestniczenia w podziale wypracowanego przez spółkę zysku (dywidendy), uczestnictwa w walnych zgromadzeniach akcjonariuszy, a także majątku spółki w przypadku jej likwidacji. Akcje zaliczamy do papierów wartościowych dających zmienny dochód.</p>	Zarządzanie	Spółka Zysk Dochód
START-UP	<p>Start-up, także startup – nowo utworzone przedsiębiorstwo lub tymczasowa organizacja poszukująca modelu biznesowego, który zapewniłby jej zyskowny rozwój. Startupy zazwyczaj mają nowatorski pomysł produktu (towaru lub usługi) we wstępnej fazie i poszukują możliwości rozwoju biznesu poprzez pozyskanie partnerów, kapitału lub jednego i drugiego. Istnieje wiele definicji start-upów. Podmioty zaliczane do tej kategorii są najczęściej związane z technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi (ICT) oraz sektorami high tech.</p>	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo Produkt Usługa

MODEL BIZNESOWY	<p>Model biznesowy jest sposobem, metodą opisu działalności przedsiębiorstwa, pokazującym w jaki sposób firma działa i realizuje zyski.</p> <p>Model biznesowy obejmuje opis segmentów do jakich kierowany jest produkt/usługa, wartości jakie są oferowane klientom, kanały dystrybucji, źródła przychodów, koszty, itp. Model wynika ze strategii przedsiębiorstwa.</p>	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo Zysk Przychód Koszt Strategia przedsiębiorstwa Produkt Usługa
KODEKS SPÓŁEK HANDLOWYCH	<p>Kodeks spółek handlowych (skrót K.s.h. lub KSH) to akt prawny zawierający zbiór przepisów dotyczących ustroju i działalności spółek handlowych. Drugim ważnym aktem prawnym w obszarze biznesu jest „ustawa o swobodzie działalności gospodarczej” regulująca podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.</p>	Zarządzanie	
OSOBA FIZYCZNA	<p>Osoba fizyczna. Prawne określenie człowieka od chwili narodzin do chwili śmierci.</p>	Zarządzanie	
OSOBA PRAWNA	<p>Osoba prawna to jednostka organizacyjna (np. Skarb Państwa, przedsiębiorstwo państwowe, bank, spółka kapitałowa, fundacja, spółdzielnia, stowarzyszenie) stworzona w określonych celach, której przepisy szczególne przyznają osobowość prawną i uznają ją za samodzielny podmiot prawa cywilnego, mający zdolność do występowania w obrocie prawnym jako podmiot praw i obowiązków. Zdolność prawna polega na możliwości posiadania praw i obowiązków w dziedzinie prawa cywilnego.</p>	Zarządzanie	Przedsiębiorstwo

Zadania C (scenariusze C1, C2, C3)

Zadania wykonywane podczas realizacji gry

Zadania dla Sukcesora/Dziecka	Zadania dla Nestora/Rodzica	Zadania wspólne
<p>Pole nr 49</p> <p>Przygotuj własną analizę działań firmy w obszarze promocji i reklamy w Internecie. Sprawdź z jakich kanałów dotarcia do klientów korzysta Wasza firma. Jak wyglądają poszczególne profile w mediach społecznościowych. Zaproponuj zmiany lub wprowadzenie nowych narzędzi. Wykorzystaj listę pytań zawartą w Twoim podręczniku.</p> <p>Czas: 2-5 dni</p>	<p>Pole nr 49</p> <p>Przygotuj aktualną informację finansową dla Waszej firmy. Może to być Rachunek wyników, F04 lub po prostu zestawienie kosztów i przychodów, oraz wynik finansowy. Wyjaśnij co buduje koszty w Waszej firmie, jaki udział w przychodach mają poszczególne produkty/ usługi, w jaki sposób prowadzisz zarządzanie finansami i kto jest za to odpowiedzialny. Wykorzystaj instrukcję do zadania z podręcznika.</p> <p>Czas: 2-4 dni</p>	<p>Pole nr 63</p> <p>Przygotujcie razem aktualny model biznesowy Waszej firmy wykorzystując matrycę Model Business Canvas zawartą w podręczniku Rodzica/ Nestora, oraz instrukcję do jej wypełniania. Przedyskutujcie wspólnie wyniki waszej pracy.</p> <p>Zastanówcie się co w przyszłości może ulec zmianie i dlaczego.</p> <p>Czas: 2-3 dni</p>
<p>Pole nr 56</p> <p>Zastanów się jakie firmy podziwiasz, dlaczego mogą stanowić inspirację i wzór dla Waszej firmy. Wybierz 3 takie firmy. Poszukaj informacji o ich historii, aktualnej pozycji na rynku, liderach i ich produktach i usługach. Przygotuj taką analizę wykorzystując formularz z podręcznika. Przedstaw swoje wnioski Rodzicowi/om. Przedyskutujcie Twoją pracę i co można wykorzystać w Waszej firmie.</p> <p>Czas: 1-3 dni</p>	<p>Pole nr 56</p> <p>Przygotuj listę najważniejszych zadań/ projektów jakie będą realizowane w Waszej firmie w najbliższym roku. Pokaż listę dziecku i omów zakres tych zadań. Zapytaj dziecko, który z projektów z jego punktu widzenia wydaje się najbardziej atrakcyjny i ciekawy. W którym wzięłby udział osobiście. Zaproponuj udział w takim zadaniu/projekcie swojemu dziecku. Ustalcie jakie zadania może ono wykonywać i w jakim zakresie.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p> <p>Udział w projekcie – w zależności od ustaleń.</p>	<p>Pole nr 63</p> <p>Jeśli Wasza firma posiada wizję i misję to przedyskutujcie jej brzmienie i zastanówcie się na ile jest ona aktualna i jakie wyzwania będą dla Was największe w przyszłości. Jeśli nie macie wizji i misji to spróbujcie ją wspólnie opracować.</p> <p>W trakcie dyskusji wykorzystajcie opracowaną wcześniej analizę SWOT oraz Model Biznesowy.</p> <p>Wykorzystajcie instrukcję do zadania z podręcznika Nestora/ Rodzica.</p> <p>Czas: 3 -5 dni</p>

Zadania dla Nestora

Zadanie „Analiza dokumentów Firmy” – pole 49

Pokazanie Sukcesorowi wybranych dokumentów finansowych pomoże jemu lepiej zrozumieć logikę prowadzenia biznesu oraz w sposób praktyczny zobaczyć zastosowanie pojęć z zakresu finansów, które poznawał podczas realizacji poprzednich scenariuszy. Jest to też sposób na okazanie zaufania dziecku i zbudowanie jego poczucia odpowiedzialności za firmę.

W firmach, które posiadają własne służby finansowe lub np. księgową, można włączyć te osoby w proces edukacji Sukcesora. Takie analizy powinny być prowadzone wspólnie co pewien czas, np. raz na pół roku.

Zadanie „Najważniejsze projekty” – pole 56

To zadanie jest okazją do włączenia Sukcesora w rzeczywistą pracę na rzecz firmy. Najlepiej wybrać projekty, które nie są bardzo skomplikowane, oraz można w nich wyodrębnić takie działania, które mogłyby być realizowane przez Sukcesora. Przykładem może być np. projekt udziału w imprezie targowej lub projekt wymyślenia nowego produktu. Warto, aby udział w takim projekcie wykorzystywał mocne strony i zainteresowania Sukcesora. To wpłynie pozytywnie na jego motywację i zaangażowanie.

Zadania wspólne dla Nestora i Sukcesora formularze wsparcia

Zadanie „Business Model Canvas” – pole 63

Do przygotowania obrazu działalności Waszej Firmy wykorzystamy poniższy szablon, zwany Business Model Canvas. Jest to obecnie jeden z najpopularniejszych modeli pokazujących w sposób spójny i skondensowany filozofię organizacji i prowadzenia biznesu przez daną firmę.

Twórcą Business Model Canvas jest Alexander Osterwalder. Ten szwajcarski przedsiębiorca przeanalizował działalność firm z przeróżnych branż i na tej podstawie wyodrębnił dziewięć podstawowych elementów każdego biznesu. Są one związane z kluczowymi obszarami działalności biznesowej: klientami, ofertą, infrastrukturą i odpowiednią pozycją finansową.

Na 9 polach przedstawiono najważniejsze elementy związane z działalnością organizacji, które można zapisać na jednej kartce A4.



Ważne jest, aby wypełnianie pól odbywało się w kolejności przedstawionej poniżej.

1. Segmentacja Klientów

- a. Opisujemy tutaj naszych klientów – ludzi, firmy, instytucje itd., do których kierujemy naszą „propozycję wartości”.
- b. Odpowiadamy na pytania: Dla kogo powstaje produkt/usługa? Kto może być potencjalnym klientem i dlaczego? Kto będzie w stanie płacić za produkt?
- c. Zastanówcie się jakie wspólne cechy mają konkretne grupy Klientów, co ich łączy. Można zdefiniować parę segmentów Klientów.

2. Propozycja wartości

- a. Tutaj wpisujemy to co oferujemy Klientom – czyli jakie produkty (towary/usługi) i ich wartość, oraz korzyści jakie otrzymują Klienci.
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakie problemy klientów chcemy rozwiązać? Co ma największe znaczenie dla odbiorców? Co jest dla nich największą wartością? Jaką wartość generujemy dla klientów?
- c. Wartość może być oparta na wielu czynnikach takich jak: jakość, cena, wygoda, prestiż, bezpieczeństwo, nowość itp. Wartość powinna rozwiązywać problemy konsumenta albo zaspokajać jego potrzeby.

3. Kanały

- a. To pole opisuje w jaki sposób dostarczamy Klientom nasze produkty – naszą propozycję wartości.
- b. Odpowiadamy na pytania: Gdzie bywają nasi Klienci? Gdzie chcemy spotykać naszych klientów? Z jakich kanałów będziemy korzystać przy nawiązywaniu kontaktu z klientem? Jakie koszty generują poszczególne kanały? Jaka jest ich efektywność?
- c. W zależności od modelu biznesowego, kanały mogą mieć za zadanie przede wszystkim podnoszenie świadomości odbiorców o produktach lub usługach, które oferuje Twoja firma. Pomagają też klientom wyrabiać sobie opinię na temat Twojej oferty. Kanały umożliwiają konsumentom zakup i mogą zapewniać wsparcie posprzedażowe.

4. Relacje z klientami

- a. Tutaj opisujemy jaki charakter mają nasze relacje z klientami i jakich relacji oni oczekują podczas dostarczania propozycji wartości. Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi?
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakich relacji oczekują od naszej firmy Klienci? Czy możemy sprostać tym oczekiwaniom? Ile mnie to nas kosztuje? Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi?
- c. To właśnie od tego elementu modelu biznesowego zależy, jakie doświadczenie będzie miał klient w kontakcie z firmą. Czy będzie on zadowolony? W dobie mediów społecznościowych formy tradycyjnej relacji sprzedawca-klient to często po prostu za mało. Odbiorcy coraz częściej współtworzą wartość oferowaną przez firmę poprzez polecenie, wystawianie opinii i recenzji.

5. Struktura przychodów

- a. W tym miejscu modelu wypisujemy wszystkie możliwe źródła przychodów dla poszczególnych segmentów Klientów. Takich źródeł może być kilka w zależności od tego co sprzedajemy.
- b. Odpowiadamy na pytania: Za co płacą Wasi Klienci teraz i za jaką wartość byliby w stanie zapłacić? W jaki sposób płacą, a jak mogliby płacić? Jaki jest udział danych strumieni przychodów w ogólnych przychodach?

- c. Firma może mieć kilka strumieni przychodów, które będą różnić się mechanizmem cenowym. Przykładowo, za Wasze produkty klienci mogą płacić według ustalonego cennika, możesz też używać stawek, które można negocjować. Klienci mogą płacić jednorazowo za produkt, może to być także opłata abonamentowa. Jeden produkt może generować przychód w różnych formach.

6. Kluczowe zasoby

- a. W tej części wskazujemy wszystkie zasoby, które są potrzebne do wytworzenia produktu, dotarcia do klienta i generowania przychodów. Do kluczowych zasobów należą zasoby fizyczne (np. sprzęt, samochody, maszyny, magazyny) finansowe (pieniądze potrzebne do wyprodukowania wartości dla klienta), intelektualne (prawa autorskie, patenty) i ludzkie (pracownicy).
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakich zasobów wymaga propozycja wartości firmy? Jakie zasoby są potrzebne do prawidłowego funkcjonowania kanałów dystrybucji? Jakich zasobów wymagają relacje z klientami?
- c. Zasoby mogą być naszą własnością, możemy też je dzierżawić.

7. Kluczowe czynności

- a. Tutaj opisujemy jakie czynności trzeba wykonać aby generować przychody, nawiązać i utrzymywać relacje z klientami. Innymi słowy opisujemy kluczowe procesy naszego biznesu.
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakie działania musimy podjąć, aby zapewnić przychody? Co musimy zrobić, żeby nawiązać i utrzymać relacje z klientami? Jakich czynności wymagają kanały dystrybucji? Jakich najważniejszych działań wymaga propozycja wartości?
- c. Dla niektórych firm taką czynnością będzie sama produkcja, czyli wytwarzanie i dostarczanie towarów. Dla innych kluczową czynnością będzie rozwiązywanie problemów klienta. Mogą to być także czynności realizowane w Internecie, takie jak: prowadzenie e-sklepu, prowadzenie platformy usługowej, blog, itp.

8. Kluczowi partnerzy

- a. Czas na opisanie najważniejszych partnerów w naszym otoczeniu. Tych wszystkich, od których jest uzależniona działalność naszej firmy. To mogą być: dostawcy, wykonawcy, partnerzy handlowi, organizacje i instytucje itp.
- b. Odpowiadamy na pytania: Kim są nasi kluczowi dostawcy? Kim są nasi najważniejsi partnerzy biznesowi? Jakie produkty i usługi dostarczają nam partnerzy? W jakich obszarach i od kogo uzyskujemy wsparcie?
- c. Zastanówcie się, jakie korzyści daje Wam partnerstwo. Dzięki współpracy możecie zyskać dostęp do pewnych zasobów, zminimalizować ryzyko związane z prowadzeniem działalności czy też zmniejszyć koszty generowane przez firmę.

9. Struktura kosztów

- a. Nie przypadkowo ostatnim polem jest pole kosztów. Nie można policzyć kosztów bez wcześniejszej analizy takich czynników jak: zasoby, działania, partnerzy czy propozycja wartości.
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakie działania firmy wymagają największych nakładów finansowych? Co generuje największe koszty? Jakie kluczowe zasoby kosztują najwięcej?
- c. W modelach biznesowych firmy mogą koncentrować się na kosztach lub wartościach. W pierwszym przypadku celem jest obniżanie kosztów tam gdzie to jest możliwe (np. tanie linie lotnicze), w drugim przypadku celem jest dostarczenie wartości na odpowiednim poziomie (np. dobra i usługi luksusowe). Można też korzystać z modeli mieszanych.

UWAGA !!!

Business Model Canvas ma tą zaletę, że jest prosty i czytelny. Jest także łatwy do analizy i dlatego należy do niego wracać, zawsze wtedy, kiedy zmieniają się czynniki zarówno zewnętrzne jak i wewnętrzne. Aktualizacja modelu jest czynnością pomagającą skutecznie prowadzić biznes, wprowadzać zmiany i budować przewagę konkurencyjną.

Zadanie „Wizja i misja Firmy ” pole 63

Wizja firmy to nic innego jak wyobrażenie o tym jak nasza firma ma wyglądać za parę lat. Wizja jest pewnego rodzaju inspiracją. Dzięki wizji możemy budować plan jej realizacji, przekładać ją na konkretne strategie i sposoby osiągania założonych celów.

Zastanówcie się wspólnie jaka jest Wasza wizja prowadzonej przez Was Firmy. Wykorzystajcie poniższe pytania.

Wizja firmy:

- Jak będziemy wyglądać za 3-5lat?
- Jakie będą główne produkty (towary/usługi)?
- Kto będzie u nas pracował?
- Jakie będą kwalifikacje pracowników?
- Jakie postawy będą dla nich charakterystyczne?
- Jakie będą wspólne wartości organizacji?
- Z jakimi odczuciami będzie się wiązać praca w firmie?
- Jak pracownicy będą prezentowali firmę na zewnątrz?
- W jaki sposób organizacja będzie postrzegana przez: pracowników i współpracowników, klientów?
- Jakie technologie i narzędzia będą nam potrzebne?
- Jaką rolę będziemy spełniać w Firmie?

Misja Firmy

Misja firmy to nic innego jak pewna deklaracja skierowana zarówno do Klientów, otoczenia jak i samych pracowników. Misja wskazuje jakimi wartościami firma się kieruje, co jest DNA jej działania, na czy buduje swoją przewagę konkurencyjną i pozycję na rynku.

- Misja powinna być konkretna
- Unikamy niejasności
- Misja musi być zrozumiała dla wszystkich, którzy mają ją realizować
- Określenia dwuznaczne starannie definiujemy

Jeśli mamy być „najlepsi i najwięksi” to: najwięksi pod względem: wartości sprzedaży? przychodów? zysków? asortymentu? Najlepsi pod względem: obsługi klienta? poziomu zadowolenia klientów? jakości usług lub produktów? itd. ...

Misja powinna inspirować i wzbudzać zaufanie

Wybrane przykłady misji firm polskich i zagranicznych:

Wizja oraz idea biznesowa IKEA

„Naszą pasją jest życie w domu. Nasza kultura oparta jest na entuzjazmie, poczuciu wspólnoty i podejściu opartym na skutecznym działaniu. Jesteśmy optymistami, nieustannie szukającymi nowych i lepszych sposobów rozwoju – od tego, jak zaprojektować bujany fotel, który zmieści się w płaską paczkę, po stworzenie żarówek LED, na które będzie stać każdego. Nasza wizja to tworzenie lepszego życia codziennego dla wielu ludzi – dla klientów, ale też dla naszych pracowników, a także osób, które pracują u naszych dostawców.”

Źródło: <https://www.ikea.com/pl/pl/this-is-ikea/about-ikea/wizja-pub9cd02291>

Misja i wizja PGE S.A.

Grupa PGE chce odegrać kluczową rolę w modernizacji sektora energetycznego.

Misją Grupy PGE jest zapewnienie energii dla bezpiecznej przyszłości. Zgodnie z długoterminową wizją PGE ma zostać liderem zrównoważonej transformacji energetycznej w Polsce. Wizja spółki przekłada się na trzy priorytety strategiczne, które obejmują:

- wytwarzanie energii przyjaznej dla środowiska
- świadczenie nowoczesnych usług energetycznych
- sprawne i efektywne funkcjonowanie Grupy PGE

Źródło: <https://www.gkpge.pl/relacje-inwestorskie/Grupa/Kim-jestesmy>

Misja Lody Koral

„Misją naszej firmy jest sprawianie ludziom przyjemności - chcemy, by za sprawą naszych lodów poczuli się jak dzieci i wrócili do niewinnych chwil radości i bez troski. Każdy może pozwolić sobie na chwilę błogości - tu i teraz. Ta dewiza dotyczy również naszych produktów premium. Kluczem do sukcesu jest to, że wszystko co robimy, robimy z wielkim sercem.”

Źródło: <https://koral.com.pl/o-firmie/o-nas/item-14>

Misja Google

„Naszą misją jest uporządkowanie światowych zasobów informacji tak, by stały się powszechnie dostępne i użyteczne dla każdego.”

Źródło: https://about.google/intl/ALL_pl/

7. Opis jak korzystać z narzędzi edukacyjnych EMS

Gra „Nasza firma. Razem na szczyt”

Gra, którą otrzymujecie, jest wsparciem dla Sukcesora przy zdobywaniu wiedzy o waszej rodzinnej firmie i wiedzy o biznesie, oraz ma pokazywać, w którym miejscu tego procesu jesteście.

Opis gry

Gra przeznaczona jest dla 2 – 4 osób

Minimum jedna osoba powinna być właścicielem lub współwłaścicielem firmy, w grze zwana jest NESTOREM i minimum jedna osoba powinna być SUKCESOREM.

Cel gry

Gra ma na celu zapoznać uczestników lub rozwinąć ich wiedzę nt. podstawowych terminów i procesów biznesowych, a także wspierać ich w budowaniu wzajemnego zrozumienia i partnerstwa w relacjach osobistych. Zadaniem grających jest przejście wszystkich pól w kolejności tak jak są ponumerowane i wejście na szczyt. Gra kończy się wtedy, kiedy wszyscy zawodnicy staną na ostatnim polu nr 63 i zrealizują zadania przypisane temu polu.

Opis planszy

Plansza ma 3 poziomy trudności odpowiadające scenariuszom opisanym w podręczniku. W zależności od wieku i poziomu wiedzy można grę prowadzić od pola nr 1 aż do końca lub przeprowadzać ją na kolejnych poziomach. Każdy poziom oznaczony jest osobnym kolorem. Warunkiem jednak jest zaliczenie wcześniejszych poziomów. Czyli można np. przejść poziom 1 od pola 1 do 21 i na tym skończyć, a drugi poziom rozegrać po jakimś czasie.

Po zaliczeniu kolejnych poziomów uczestnicy otrzymują następujące tytuły:

Poziom A (pola od 1 do 21): Nestor – **Mentor 2 Stopnia**, Sukcesor – **Specjalista ds. firmy rodzinnej**

Poziom B (pola od 22 do 41): Nestor - **Mentor 1 Stopnia**, Sukcesor – **Ekspert ds. firmy rodzinnej**

Poziom C (pola od 42 do 64): Nestor – **Mistrz Mentoringu**, Sukcesor – **Partner w firmie rodzinnej**

Każdy poziom składa się z 21 pól, w tym na każdym poziomie są trzy „pola zadań” – są one jaśniejsze od pozostałych. Są to pola nr 7, 14, 21, 28, 35, 42, 49, 56, 63. Pierwsze dwa pola zadań na każdym poziomie są polami z zadaniami po jednym dla Nestora i Seniora. Są to pola – poziom A: 7 i 14, poziom B: 28 i 35, poziom C: 49 i 56. Ostatnie pola na każdym poziomie zawierają po dwa zadania wspólne, które służą praktycznemu wykorzystaniu zdobytej na danym poziomie wiedzy. Są to pola poziom A-21, poziom B-42, poziom C-63.

Wszystkie pola na planszy (łącznie z polami zadań) pełnią rolę pól wiedzy.

Dodatkiem do planszy są karty wiedzy – po 21 na każdy poziom i karty zadań – po 6 na każdym poziomie.

Zasady gry

Poznanie biznesu z wykorzystaniem kart wiedzy.

Grę zaczynamy losując z tali kart wiedzy dowolną kartę i odczytujemy pojęcie biznesowe jakie się na niej znajduje. Następnie ten z graczy, który wylosował kartę próbuje wyjaśnić sens pojęcia na niej zapisanego. W przypadku, kiedy dana osoba nie zna pojęcia z karty może poprosić o wyjaśnienie współgracza, który może pomóc. Po wyjaśnieniu sprawdzamy po drugiej stronie karty, na ile nasz opis zgadza się z opisem na karcie. Jeśli pojęcie zostało dobrze wyjaśnione gracz przesuwa się o jedno pole. Jeśli źle, gracz po zapoznaniu się opisem pojęcia próbuje z pamięci powtórzyć opis. W momencie, kiedy to się uda następuje ruch do przodu. Karta wraca do stosu i może być wylosowana jeszcze raz w dalszej części rozgrywki. Służy to weryfikacji wiedzy po czasie. Następnie to samo powtarza kolejny gracz. Postępy w zdobywaniu wiedzy zaznaczamy na Formularzu Postępu znajdującej się w podręczniku.

Przykład:

Sukcesor (dziecko) zaczyna i wylosował na poziomie A kartę z hasłem „Zysk”. Opisuje co rozumie pod pojęciem zysk lub informuje Nestora (rodzica), że nie zna tego pojęcia. Nestor wyjaśnia co on rozumie pod pojęciem „Zysk”, a następnie wspólnie sprawdzają opis na drugiej stronie karty. Jeśli sens opisu się zgadza i Sukcesor potrafi powtórzyć opis tego pojęcia. To obaj gracze zaznaczają ten fakt na Formularzu Postępu. Następnie Sukcesor przesuwa się na kolejne pole, a Nestor losuje kolejne pojęcie i cały proces się powtarza.

Po omówieniu pojęcia karta wraca zawsze do tali. Jeśli tą samą kartę wylosujemy na kolejnym polu, to utrwalamy sobie pojęciem, aby móc wykonać ruch do przodu.

Warunkiem ukończenia całego poziomu jest poznanie wszystkich 21 pojęć i zaznaczenie tego na formularzu postępu. Na koniec każdego etapu gracze mogą przeprowadzić sobie szybki sprawdzian wykorzystując same karty wiedzy. Losujemy na zmianę po jednej karcie i pytamy drugiego gracza „Co to znaczy?”. W przypadku dobrej odpowiedzi, kartę odkładamy na bok, w przypadku złej wraca ta karta do stosu. Sprawdzian jest prowadzony do momentu, kiedy wszystkie karty zostaną odłożone na bok, co potwierdzi opanowanie zakresu wiedzy z danego etapu.

Zadania do wykonania:

Co siódme pole jest także polem zadań. Pierwsze dwa pola zadań zawierają po jednym zadaniu dla Sukcesora i Nestora. Czyli na każdym poziomie Sukcesor i Nestor wykonują dwa zadania indywidualne. Ostatnie pole na każdym etapie to pole zadań wspólnych. Warunkiem zakończenia każdego etapu jest zrealizowanie tych dwóch zadań.

Opisy zadań i numer pól do jakich dane zadanie jest przypisane znajdują się w rozdziale nr 6 w opisie każdego scenariusza.

Karty wiedzy

Karty wiedzy stworzone zostały, aby wspomóc proces przekazywania wiedzy biznesowej Sukcesorom podczas korzystania z modelu EMS. Karty są wykorzystywane podczas gry, mogą być także wykorzystywane samodzielnie do utrwalania wiedzy na poszczególnych etapach.

Każda karta jest w kolorze danego poziomu gry. Na każdej karcie umieszczono pojęcie główne oraz informację z jakiej kategorii jest dane pojęcie. Dodatkowo w opisie znajdującym się na drugiej stronie karty wyróżnione są pojęcia, które opisane są w innych kartach wiedzy. Ikona wskazuje z jakiej są kategorii.

Dla uproszczenia przyjęto trzy kategorie merytoryczne w grupowaniu pojęć.

- Finanse 
- Marketing 
- Zarządzanie 

Obojętnie, ile lat ma Sukcesor zaczynający pracę z modelem EMS powinien on przejść przez wszystkie scenariusze, czyli poznać pojęcia ze wszystkich kart w kolejności od poziomu A do C. Oznacza to, że Sukcesor w wieku odpowiadającego kartom poziomu A powinien poznać pojęcia z tego etapu, ale już Sukcesor z drugiej grupy wiekowej powinien przed nauką pojęć z etapu znać pojęcia z poziomu A i B, a z trzeciej grupy wiekowej – najstarszej, z wszystkich poziomów.

Poziomy A, B, C są tożsame ze scenariuszami i wskazują na którym etapie wprowadzamy dane pojęcie.

A od 7 -11 lat

B od 12 do 15lat

C od 16 do 19 lat

Karty zadań

Karty zadań zawierają opis zadań, które realizowane są przez Sukcesora i Nestora indywidualnie po dwa dla każdego w poszczególnych etapach-scenariuszach oraz po 2 zadania wspólne na zakończenie każdego etapu. Każde zadanie jest dodatkowo wsparte formularzami pomocniczymi i listami pytań, oraz instrukcjami zawartymi w podręcznikach Sukcesora i Nestora. Scenariusze dodatkowo podpowiadają inne zadania. Należy pamiętać, że ten katalog jest otwarty i można wspólnie wymyślać kolejne zadania.

Mapa Firmy

Mapa firmy jest graficzną formą prezentacji najważniejszych obszarów istniejących w każdym przedsiębiorstwie. Oczywiście w zależności od specyfiki branży oraz wielkości firmy, pewne elementy mogą w niej nie występować. Wykorzystanie mapy firmy polega na ułożeniu na trzech górnych polach wizytówki firmy, wykorzystując załączone karty. Nazwę firmy wpisujemy (najlepiej ścieralnym markerem) na karcie „nazwa firmy”, wybieramy branżę, oraz produkt.

Na polach poniżej wizytówki układamy karty z nazwami obszarów, które występują w naszej firmie. Jeśli np. nie posiadamy magazynu, lub transportu to tych kart nie używamy.

Warto podobnie jak w przypadku mapy otoczenia zarchiwizować widok na dany dzień, np. zrobić zdjęcie i zobaczyć po roku co się zmieniło.

Mapa otoczenia Firmy

Żadna firma nie działa w pustce, posiada partnerów biznesowych, korzysta z usług różnych firm i instytucji, zmagają się z konkurencją. Mapa otoczenia firmy pozwala w sposób graficzny przedstawić świat otaczający firmę rodzinną i wytłumaczyć Sukcesorowi jak on wygląda. Mapę otoczenia wykonujemy poprzez układanie na poszczególnych polach otoczenia kart z tali kart pomocniczych. Na kartach klientów i konkurencji mamy puste miejsca, które możemy sami wypełnić (najlepiej ścieralnym markerem). Jeśli podczas sporządzania mapy firmy zabraknie nam w kartach jakiegoś podmiotu to możemy go opisać na pustej karcie i ułożyć na odpowiednim obszarze. Warto podobnie jak w przypadku mapy firmy zarchiwizować widok na dany dzień, np. zrobić zdjęcie i zobaczyć po roku co się zmieniło.

8. Polecane książki i filmy o tematyce biznesowej

Polecane wybrane filmy o tematyce biznesowej

Przedział wiekowy A

„Kupiliśmy ZOO” (We Bought a Zoo) 2011 reż. Cameron Crowe

„SzeF” (Chef) 2014 reż. Jon Favreau

„Historia powstania firmy LEGO - 80 lat” - <https://youtu.be/9gNaJD3t3xM>

Przedział wiekowy B

„McImperium” (The Founder) 2016 reż. John Lee Hancock

“The Social Network” 2010 reż. David Fincher

„W pogoni za szczęściem” (The Pursuit of Happyness) 2006 reż. Gabriele Muccino

Przedział wiekowy C

„Adidas kontra Puma”(Adidas vs. Puma) 2016 reż. Oliver Dommenges

“Aviator” (The Aviator) 2013 reż. Martin Scorsese

“Jobs” 2013 reż. Joshua Michael Stern

Polecane książki o tematyce biznesowej

Przedział wiekowy A

„Dzieci mądre finansowo” Dave Ramsey 2016

„Finansiaki” Julita Chruścielewska 2019 Mente

„Kot Biznesik jak pewien zwykły kot został biznesmenem” Arkadiusz Błażyca 2019 Fundacja Instytut Carla Mengera

„Zaskórniaki i inne dziwadła z krainy portfela. 50 opowiadań z ekonomią w tle (plus jedna).” Grzegorz Kasdepke, Zysk i S-ka 2016

Przedział wiekowy B

„Garbus. Długa niezwykła historia małego Vokswagena” Andrea Hiott Kraków 2013 Znak

„Historia IKEA. Ingvar Kamprad rozmawia z Bertilem Torekullem” Warszawa 1999 Vik

„Wizualna strona biznesu. Jak przekonywać, przewodzić i sprzedawać za pomocą rysunków” Dan Roam 2017 Helion S.A.

„Pieniądze nie rosną na drzewach. Wszystko o zarządzaniu swoimi pieniędzmi.” Paul Mason, Mike Gordon, Debit,

Przedział wiekowy C

„Droga Steve’a Jobsa” Brent Schlender, Rick Tetzeli Kraków 2015 Insignic Media

“Nowoczesne projektowanie modeli biznesowych” Patrick van der Pijl, Justin Lokitz, Lisa Kay Solomon 2018 Helion.S.A.

„Jednominutowy przedsiębiorca” Ken Blanchard, Don Huston Warszawa 2010 EMKA

„Dzieci mądre finansowo. Jak wychować następne pokolenie, by wygrywało w sferze finansów.” Dave Ramsey, Rachel Cruze, Szaron, 2016

9. Formularze postępu

Formularz postępu – karty wiedzy

Pojęcie	Kategoria	Poziom	Potrafę wyjaśnić - Sukcesor	Potrafę wyjaśnić - Nestor
ZYSK	FINANSE	A		
PIENIĄDZ	FINANSE	A		
CENA	FINANSE	A		
KOSZT	FINANSE	A		
PRZYCHÓD	FINANSE	A		
STRATA	FINANSE	A		
KREDYT	FINANSE	A		
PRODUKT	MARKETING	A		
HANDEL	MARKETING	A		
DOSTAWCA	MARKETING	A		
KLIENT	MARKETING	A		
USŁUGA	MARKETING	A		
TRANSAKCJA	MARKETING	A		
TOWAR	MARKETING	A		
PRZEDSIĘBIORSTWO	ZARZĄDZANIE	A		
PRZEDSIĘBIORCA	ZARZĄDZANIE	A		
PRACOWNIK	ZARZĄDZANIE	A		
MENEDŻER	ZARZĄDZANIE	A		
ZARZĄDZANIE	ZARZĄDZANIE	A		
NEGOCJACJE	ZARZĄDZANIE	A		
STRUKTURA ORGANIZACYJNA	ZARZĄDZANIE	A		
PODATEK	FINANSE	B		
UBEZPIECZENIE	FINANSE	B		
UBEZPIECZENIE SPOŁECZNE	FINANSE	B		
PŁYNNOŚĆ FINANSOWA	FINANSE	B		
STOPA PROCENTOWA	FINANSE	B		
BIZNESPLAN	FINANSE	B		
MARŻA	FINANSE	B		
MARKETING	MARKETING	B		
RYNEK	MARKETING	B		
REKLAMA	MARKETING	B		
PROMOCJA	MARKETING	B		
MARKA	MARKETING	B		
POPYT	MARKETING	B		
PODAŻ	MARKETING	B		

ZASOBY PRZEDSIĘBIORSTWA	ZARZĄDZANIE	B		
MONOPOL	ZARZĄDZANIE	B		
MOTYWOWANIE	ZARZĄDZANIE	B		
KONTROLOWANIE	ZARZĄDZANIE	B		
PRZEWODZENIE/ PRZYWÓDZTWO	ZARZĄDZANIE	B		
ZARZĄD	ZARZĄDZANIE	B		
PRZEWAGA KONKURENCYJNA	ZARZĄDZANIE	B		
SPRAWOZDANIE FINANSOWE	FINANSE	C		
CASH FLOW	FINANSE	C		
BILANS PRZEDSIĘBIORSTWA	FINANSE	C		
INFLACJA	FINANSE	C		
DEFLACJA	FINANSE	C		
AKTYWA	FINANSE	C		
PASYWA	FINANSE	C		
ZNAK TOWAROWY	MARKETING	C		
ANALIZA SWOT	MARKETING	C		
PRAWO POPYTU	MARKETING	C		
SEGMENTACJA RYNKU	MARKETING	C		
E-MARKETING	MARKETING	C		
SUBSTYTUT	MARKETING	C		
KANAŁ DYSTRYBUCJI	MARKETING	C		
SPÓŁKA	ZARZĄDZANIE	C		
OUTSOURCING	ZARZĄDZANIE	C		
SPÓŁKA CÓRKA	ZARZĄDZANIE	C		
UDZIAŁY W SPÓŁCE	ZARZĄDZANIE	C		
AKCJE SPÓŁKI	ZARZĄDZANIE	C		
START-UP	ZARZĄDZANIE	C		
MODEL BIZNESOWY	ZARZĄDZANIE	C		

Formularz postępu - zadania

Zadanie	Poziom	Zrealizowane	Uwagi
Analiza strony internetowej	A - Pole 7 Sukcesor		
Mapa Firmy	A - Pole 7 Nestor		
Analiza konkurencji	A - Pole 14 Sukcesor		
Mapa otoczenia firmy	A - Pole 14 Nestor		
Opis produktów firmy	A - Pole 21 Wspólne		
Pokaż klientowi że Ci na nim zależy	A - Pole 21 Wspólne		
Wymyśl 3 nowe produkty	B - Pole 28 Sukcesor		
Opis procesu	B - Pole 28 Nestor		
Nakręć film o firmie	B - Pole 35 Sukcesor		
Schemat organizacyjny	B - Pole 35 Nestor		
Oglądanie filmu razem	B - Pole 42 Wspólne		
Analiza SWOT	B - Pole 42 Wspólne		
Analiza promocji internetowej	C - Pole 49 Sukcesor		
Analiza finansowa firmy	C - Pole 49 Nestor		
Inspiracje biznesowe	C - Pole 56 Sukcesor		
Najważniejsze projekty w firmie	C - Pole 56 Nestor		
Model Business Canvas	C - Pole 63 Wspólne		
Wizja i misja firmy	C - Pole 63 Wspólne		



EMS

EDUKACYJNY MODEL SUKCESJI

Skład: Aleksander Wierstakow

