



ÅBO AKADEMIS URVALSPROV FÖR EKONOMIE KANDIDAT- OCH MAGISTERUTBILDNINGEN

den 17 maj 2011 kl. 10:00-15:00

NATIONALEKONOMI

Eklund, Klas: Vår ekonomi, en introduktion till samhällsekonomin

1. Flerval: besvara följande åtta frågor genom att ringa in numret framför det korrekta svaret.
(1 poäng/rätt svar, totalt max. 8 poäng).

- a. Om ändpunkterna på produktionsmöjlighetskurvan, d.v.s. där produktionsmöjlighetskurvan möter de vertikala och horisontella axlarna, vet vi att:
1. de mäter produktionsmöjlighetskurvans lutning.
 2. **de mäter den kvantitet av var och en av varorna som kunde produceras om man producerade enbart den varan.**
 3. de mäter producentens vilja att öka produktionen av endera varan.
 4. de visar var produktionsresurserna används ineffektivt.
- b. Vad betyder alternativkostnad?
1. Kostnaden för att tillhandahålla ytterligare en enhet av en vara.
 2. Det tillskott till produktion som en nyanställd kan ge är mindre än den produktion som åstadkoms av var och en av de redan anställda.
 3. Marknadspriiset för det bästa av de alternativ som inte kan genomföras om ett visst alternativ väljs.
 4. **Värdet av det bästa av de alternativ som inte kan genomföras om ett visst alternativ väljs.**
- c. Vilken av följande formuleringar beskriver avtagande marginalnytta?
1. Nyttan stiger då priserna sjunker.
 2. Nyttan ökar då inkomsterna stiger.
 3. Ju mer konsumtion desto högre nytta.
 4. **De första enheterna som individen konsumerar ger högre nyttotillskott än senare enheter.**
- d. Vi studerar ett land som producerar två varor. Antag att alternativkostnaden för produktion av var och en av varorna är tilltagande. Landets produktionsmöjlighetskurva är då:
1. odefinierbar.
 2. **utåtbuktande.**
 3. inåtbuktade.
 4. en rät linje.



- e. Företagets utbudskurva vid perfekt konkurrens ges av den del av marginalkostnadskurvan som är ovanför den rörliga styckkostnadskurvans minimum. Hur vet vi att det är just dessa kvantiteter som utbjuds av företaget?
1. För varje pris visar denna del av marginalkostnadskurvan den kvantitet som ger störst intäkt.
 2. De rörliga kostnaderna avtar längs denna del av marginalkostnadskurvan.
 3. För varje pris visar denna del av marginalkostnadskurvan den kvantitet som ger lägst kostnad.
 4. **För varje pris visar denna del av marginalkostnadskurvan den kvantitet som ger störst vinst alternativt minst förlust.**
- f. Antag att ett pristak sätts på en vara som handlas på en marknad som kännetecknas av perfekt konkurrens. Vilket påstående är riktigt?
1. Utbudens kvantitet av varan minskar.
 2. **Efterfrågad kvantitet av varan ökar.**
 3. Efterfrågad kvantitet av varan minskar.
 4. Den svarta marknaden elimineras.
- g. Vad är jämviktspriset om efterfrågan ges av $Q = 30 - 2P$ och utbudet av $Q = 6 + 4P$? Där $Q =$ kvantitet och $P =$ pris.
1. 8
 2. 12
 3. **4**
 4. 6
- h. Vi studerar ett monopolföretag. Vilket av följande påståenden är korrekt vid den produktionsnivå där priset = marginalkostnaden?
1. Monopolisten maximerar vinsten.
 2. **Monopolisten maximerar inte vinsten och borde därför minska produktionen.**
 3. Monopolisten maximerar inte vinsten och borde därför öka produktionen.
 4. Inget av ovanstående.



2. Besvara följande påståenden genom att svärta cirkeln för det som Du anser korrekt, antingen rätt (**R**), fel (**F**) eller ”vet ej” (**X**). Rätt svar ger 1 poäng, fel svar ger -1 poäng och ”vet ej” ger 0 poäng (*totalt max. 8 poäng, min. 0 poäng*).

R X F

1. Skattekil är skillnaden mellan marknadspriset på varor och tjänster å ena sidan och priset efter skatt å den andra. **R**
2. Public Choice-skolan menar att byråkraternas mål är röstmaximering och att myndigheterna strävar efter vinstmaximering. **F**
3. Ur dynamisk synvinkel – när det gäller att skapa nya resurser – tycks konkurrens vara viktig, men den behöver inte vara ”ren”. Tvärtom tycks det som om viss koncentration och viss storlek på de konkurrerande företagen ofta är en fördel. **R**
4. En lägre inflation än omvärldens driver upp arbetslösheten, inflation högre än omvärldens minskar arbetslösheten. Om arbetslösheten ligger över NAIRU stiger inflationen, om arbetslösheten ligger under NAIRU sjunker inflationen. **F**
5. Att företag är ömsesidigt beroende av varandras beslut, gör att oligopolmarknader är mycket svåra att analysera. Det går inte att dra några generella slutsatser om var någonstans mellan rena konkurrenslösningen och monopollösningen en oligopolmarknad kommer att hamna. Ibland kan rivalitet mellan företagen faktiskt leda till lösningar som ligger mycket nära den perfekta konkurrensen. Ibland hamnar de långt därifrån. Osäkerheten beror på att företagen ofta hamnar i ”spel”-situationer, där de försöker gissa vad konkurrenternas nästa drag blir och på olika sätt anpassar sig till det. **R**
6. Staten kan, enligt den keynesianska analysen, motverka arbetslösheten genom att driva en kontraktiv politik – höja skatterna eller minska de offentliga utgifterna – under lågkonjunkturen. Då ökar sysselsättning och BNP utan att inflation behöver uppstå. **F**
7. Inkomstfördelningen bestäms via faktormarknaderna. Fördelningen av faktorinkomsterna påverkas av hur ägandet av de olika produktionsfaktorerna är fördelat och hur dessa prissätts på marknaden. **R**
8. Konjunkturörelsernas styrka mäts via produktionsgapet, differensen mellan den faktiska produktionsnivån och den potentiella. **R**



3. Flerval: besvara följande åtta frågor genom att ringa in numret framför det korrekta svaret. (1 poäng/rätt svar, max. 8 poäng).

a. Vad anger den s.k. långsiktiga Phillipskurvan?

1. Att det finns ett samband mellan inflation och förväntningar.
2. Att det finns ett långsiktigt samband mellan inflation och arbetslöshet.
3. **Att det inte finns ett långsiktigt samband mellan inflation och arbetslöshet.**
4. Att det finns ett samband mellan förändrad inflationstakt och arbetslöshet.

b. Om ett lands totala sparande överstiger landets investeringar så måste följande gälla:

1. Bytesbalansen visar ett underskott.
2. Bytesbalansen större än betalningsbalansen.
3. **Bytesbalansen visar ett överskott.**
4. Bytesbalansens saldo är noll.

c. Antag att aggregerad varuefterfrågan ges av $Z = C(Y - T) + I + G$ där Y är produktion/inkomst, I investeringar och G offentlig konsumtion och där konsumtionsfunktionen är $C(Y - T) = c_0 + c_1(Y - T)$. Sätt $c_0 = 1$, $c_1 = 0.5$, $T = 0.5$, $I = 0.25$ och $G = 0.5$.

Vad är produktionen i jämvikt på varumarknaden ($Z = Y$)?

1. **3**
2. 2
3. 2.25
4. 1.75

d. Om centralbanken köper obligationer på den öppna marknaden kan vi förvänta oss att:

1. **penningmängden ökar.**
2. den monetära basen minskar.
3. kreditmultiplikatorn stiger.
4. kreditmultiplikatorn sjunker.



- e. Vi analyserar den förenklade Keynesianska modellen och antar att nationalinkomstens fullsysselsättningsnivå ligger högre än jämviktsnivån.
Vilket av påståendena nedan är korrekt?

1. Den samlade efterfrågan överstiger det tillgängliga utbudet; ett inflationsgap kommer att uppstå, där flaskhalsar i produktionen driver upp prisnivån.
2. **Ekonomin utnyttjar inte alla resurser fullt ut; ett arbetslöshetsgap uppstår.**
3. Det har uppstått ett utbudsöverskott på arbetskraft, vilket har framkallats av att lönerna legat över jämviktslönenivån.
4. Det går inte att sänka lönerna för att öka sysselsättningen – arbetslösheten är i själva verket ”frivillig”.

- f. Antag att vi har en sluten ekonomi (utan utrikeshandel) som kan beskrivas av följande samband:
- $$Y = C + I + G$$
- $$C = c_0 + c_1 \times Y_D$$
- $$Y_D = Y - T$$

där Y = BNP, C = konsumtionsefterfrågan, Y_D = disponibel inkomst, I = investeringar, G = offentliga utgifter. Antag vidare att följande parametervärden gäller, $c_0 = 50$, $c_1 = 0,8$, $I = 200$, $G = 400$ och $T = 100$

Hur stor blir BNP i jämvikt?

1. 1650
 2. 2450
 3. **2850**
 4. 3250
- g. Antag modellen i delfråga f ovan. Vi vet att potentiell BNP = 3000 och att staten gör en balanserad ökning av de offentliga utgifterna med 100. Detta innebär att T ökar med 100 samtidigt som även G ökar med 100. Befinner sig ekonomin i en låg- eller högkonjunktur efter ökningen?

1. **Lågkonjunktur.**
2. Högkonjunktur.
3. Informationen är otillräcklig för att svara på frågan.
4. Ekonomin befinner sig på potentiell BNP-nivå.

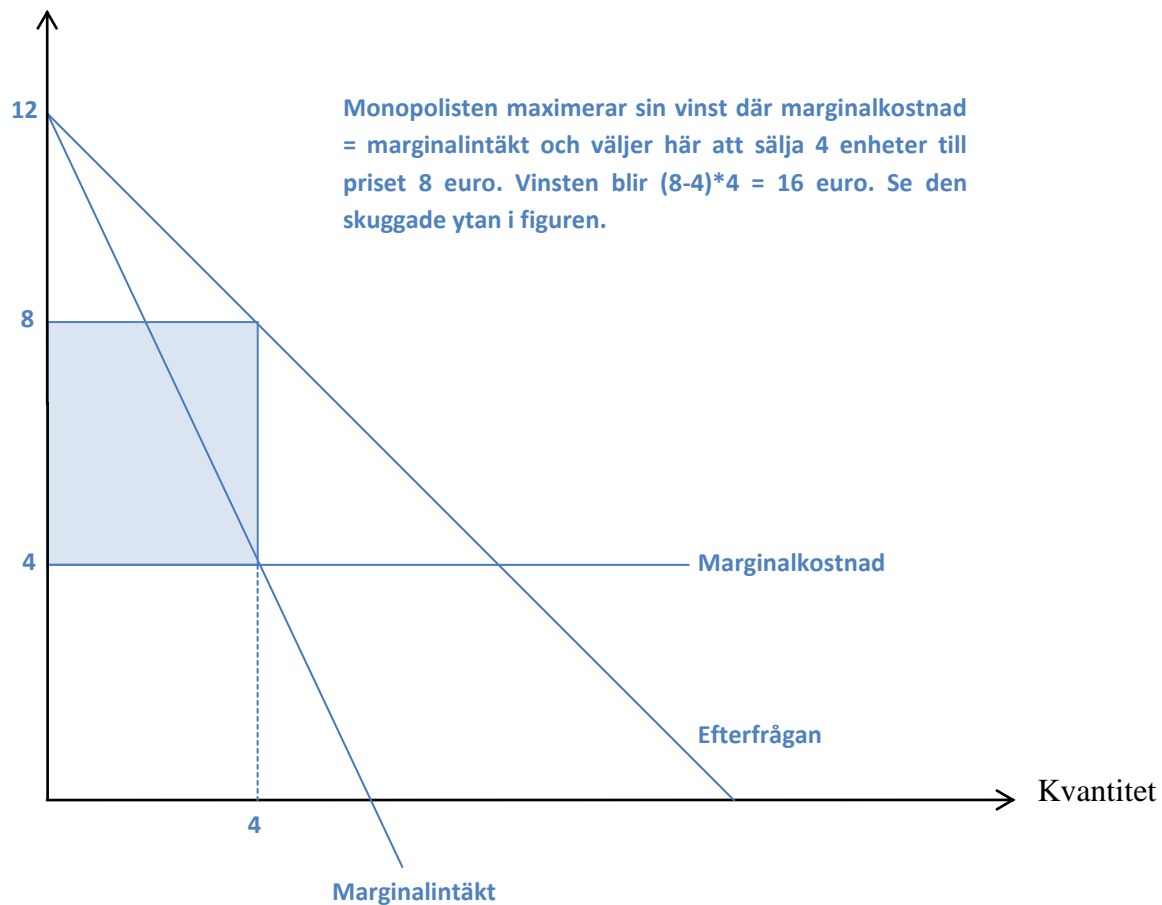
- h. Vilket av följande påståenden är korrekt?

1. Till BNP räknas inte det som produceras i den offentliga sektorn eftersom detta inte säljs på en marknad.
2. **En uppställning som visar hur BNP används till konsumtion, investeringar och utrikeshandel kallas för försörjningsbalans.**
3. Underskottet i bytesbalansen täcks genom lån till utlandet.
4. Förädlingsvärdet är produkten av försäljningsvärdet och kostnaden för inköp av halvfabrikat och råvaror.



4. En monopolist möter efterfrågekurvan $P = 12 - Q$ och marginalintäktskurvan $P = 12 - 2Q$, där $P =$ pris och $Q =$ kvantitet. Företaget har inga fasta kostnader men en konstant marginalkostnad på 4 euro. Beräkna monopolvinsten. Rita och namnge de olika kurvorna, markera vilken kvantitet som säljs och till vilket pris samt markera monopolvinsten i diagrammet nedan. (max. 8 poäng)

Pris,
kostnad



**FÖRETAGSEKONOMI**

Olsson, Jan och Per-Hugo Skärvad: Företagsekonomi 100, faktabok

5. Påläggskalkylering (*max. 8 poäng*)

Företaget Alfa som tillverkar hushållsmaskiner har budgeterat för nästa år följande kostnader:

Löner

Företagsledning	150 000
Ekonomiavdelning	220 000
Personalavdelning	180 000
Inköpspersonal	120 000
Lagerpersonal	130 000
Planeringsavdelning	100 000
Tillverkningsavdelning	1 080 000
Försäljningsledning	50 000
Försäljare	168 000
Råmaterial	800 000
Hyror för lagerlokaler	250 000
Avskrivningar på maskiner och byggnader	170 000
Försäkringar på råmateriallager	20 000
Patentkostnader	10 000
Reklamkostnader	36 000

Klassificera de olika kostnadsposterna i

Direkta Löner	dL
Direkt Material	dM
Övriga direkta Tillverkningskostnader	Övr. dT
Materialomkostnader	MO
Tillverkningsomkostnader	TO
Administrationsomkostnader	AO
Försäljningsomkostnader	FO

i den bifogade tabellen samt **beräkna det totala beloppet för varje kostnadsklass.****Beräkna pålägg enligt budgetmetoden:**

Materialomkostnadspålägg
Tillverkningsomkostnadspålägg
AffO-pålägg

Alfa planerar att börja produktion av en ny speciell dammsugarmodell för krävande användare. Ekonomiavdelningen beräknar dM till 100 €, dL till 240 € och övriga direkta tillverkningskostnader till 35 € per dammsugare. **Beräkna självkostnaden per dammsugare med hjälp av de uträknade påläggen.**

Visa klart och tydligt alla dina beräkningar.



	dM	dL	Övr. dT	MO	TO	AO	FO
Löner							
Företagsledning						150 000	
Ekonomiavdelning						220 000	
Personalavdelning						180 000	
Inköpspersonal				120 000			
Lagerpersonal				130 000			
Planeringsavdelning					100 000		
Tillverkningsavdelning		1 080 000					
Försäljningsledning							50 000
Försäljare							168 000
Råmaterial	800 000						
Hyror för lagerlokaler				250 000			
Avskrivningar					170 000		
Försäkringar				20 000			
Patentkostnader			10 000				
Reklamkostnader							36 000
TOTALT (Summa)	800 000	1 080 000	10 000	520 000	270 000	550 000	254 000

MO-pålägg:

$$\frac{\text{MO}}{\text{dM}} = \frac{520\,000}{800\,000} = 65\%$$

TO-pålägg:

$$\frac{\text{TO}}{\text{dL}} = \frac{270\,000}{1\,080\,000} = 25\%$$

AffO-pålägg:

$$\text{AffO} = \text{AO} + \text{FO} = 550\,000 + 254\,000 = 804\,000$$

Tillverkningskostnad = dM + MO + dL TO + Övriga tillv.kostn.

$$= 800\,000 + 520\,000 + 1\,080\,000 + 270\,000 + 10\,000 = 2\,680\,000$$

$$\text{AffO-pålägg} = \frac{\text{AffO}}{\text{Tillv.kostnad}} = \frac{806\,000}{2\,680\,000} = 30\%$$



Självkostnad per dammsugare:

dM	100
+ MO: $0,65 \times 100$	65
+ dL	240
+ TO: $0,25 \times 240$	60
+ Övriga tillv.kostn.	<u>35</u>
= Tillv.kostn	500
+ AffO: $0,30 \times 500$	<u>150</u>
= Självkostnad	650

Svar: MO-pålägg: **65 %**

TO-pålägg: **25 %**

AffO-pålägg: **30 %**

Självkostnad per dammsugare: **650 €**



6. Redovisnings- och finansieringsbegrepp (max. 8 poäng)

Klassificera följande begrepp i

- Balansräkningsposter
- Resultaträkningsposter
- Begrepp för investeringskalkylering
- Begrepp för finansiell analys

Anteckna med "X" i tabellen.

	Balansräkning	Resultaträkning	Investeringskalk.	Finansiell analys	
Aktiekapital	X				
Annuitet			X		
Avskrivningar		X			
Avsättningar	X				
Bokslutsdispositioner		X			
Bruttoresultat		X			
Eget kapital	X				
Ekonomisk livslängd			X		
Finansiella intäkter		X			
Fordringar	X				
Grundinvestering			X		
Inbetalningsöverskott			X		
Internränta			X		
Kalkylränta			X		
Kapitalvärde			X		
Likviditet				X	
Nuvärde			X		
Nyckeltal				X	
Omsättning		X			
Omsättningstillgångar	X				
Personalkostnader		X			
Restvärde			X		
Räntabilitet				X	
Rörelseresultat		X			
Skulder	X				
Skuldsättningsgrad				X	
Soliditet				X	
Tillgångar	X				
Uppskrivningsfond	X				
Varulager	X				
Vinstmarginal				X	
Återbetalningstid			X		



FÖRETAGSEKONOMI (forts.)

Olsson, Jan och Per-Hugo Skärvad: Företagsekonomi 100, faktabok

7. Definiera följande åtta begrepp som berör marknadsföring (*totalt max. 8 poäng, max 1 poäng per begrepp*):

- a) marknadsundersökning

Marknadsundersökningar är undersökningar som görs främst för att upptäcka kundernas behov och preferenser, identifiera affärsmöjligheter och att bedöma hur intressanta dessa affärsmöjligheter är. Finns behov som kan tillgodoses? Kan behoven tillgodoses på ett bättre sätt? Kan nya behov förutses eller t o m skapas? (s 237)

- b) operativ eller taktisk marknadsföring

Taktisk (operativ) marknadsföring kan beskrivas som marknadsföring på kort sikt och omfattar alla de åtgärder som företaget vidtar för att sälja de produkter som tillverkas eller köps in. (s 238)

- c) segmentering

Segmentering går ut på att indela marknaden i relevanta och meningsfulla delmarknader, att identifiera framgångsfaktorerna på dessa delmarknader och att välja vilka delmarknader som ska betjänas. (s 237)

- d) organisationsmarknad

Organisationsmarknaden består av alla kunder som köper för sin organisations räkning. Denna marknad indelas i producentmarknaden, återförsäljarmarknaden och den offentliga sektorn. (s 242)

- e) produkt

Produkten är det som en organisation erbjuder marknaden för att lösa kundens problem och/eller skapa värde för kunden på något sätt. Produkten är ett mycket viktigt konkurrensmedel. Produkten kan vara förutom en fysisk produkt även en tjänst, person, en plats, en aktivitet, en organisation och idéer. (s 267)

- f) varumärke

Varumärken används för att differentiera produkterna och anpassa dem till speciella krav på olika marknadssegment. Ett varumärke ska ge positiva associationer och framhäva produktegenskaper, uttrycka kundvärde, symbolisera företagets värderingar, uttrycka personlighetsdrag och knyta an till kunderna. (s 271)



- g) marknadskommunikation

Marknadskommunikation är information och påverkan om en viss produkt och dess egenskaper. Men marknadskommunikation syftar man direkt eller indirekt till att informera om företagets varor och tjänster och påverka kunden till köp. Syftet är således att åstadkomma försäljning. (s 280-281)

- h) reklam

Reklam är alla former av presentation som syftar till att främja försäljningen av varor och tjänster. Reklamen är betald av en identifierbar sänkare och inriktas på att uppnå ett fastställt kommunikationsmål. Ett reklambudskap utformas och förmedlas via valda media till målgrupperna. (s 283)

8. Besvara följande två frågor om organisation och ledning (*max. 8 poäng*):

- a) Nämn fyra av fem kännetecken för modernt kvalitetsarbete. (*4 poäng*)

En modern syn på kvalitetsarbete kan sammanfattas i följande punkter: (s 120-121)

- **Kvalitet är förmågan att uppfylla fastställda krav som har tydliggjorts och utgår ifrån kunderna**
- **Kvalitetshandlar i första hand om att förebygga, dvs. hindra att kvalitetsproblem uppstår, och i andra hand om att åtgärda fel**
- **Ambitionsnivån är ”inga fel”**
- **Kvalitetsbristkostnaderna, d.v.s. kostnaden för fel, mäts och följs upp**
- **Företaget skapar en kvalitetskultur – att göra rätt från början – där kvalitet ingår i strategier, mål och planer**

- b) Taylorismen - klassisk arbetsorganisation - bygger på ett antal principer. Vilka är de fyra principer som nämns i boken *Företagsekonomi 100?* (*4 poäng*)

Till taylorismens principer hörde att: (s 98)

- **Eftersträva långt driven arbetsfördelning och specialisering av arbetsuppgifterna**
- **Fastlägga med hjälp av systematiska arbetsstudier den bästa metoden för att utföra varje arbetsuppgift**
- **Tillämpa individuell ackordlön som löneform**
- **Eftersträva noggrann övervakning och klara gränser mellan arbetsledning och arbetare**

**STATISTIK**

Kontkanen, Pekka m.fl.: Ellips, lång matematik för gymnasiet 6, Sannolikhet och statistik

Besvara följande frågor på konceptpapper (*totalt max. 16 poäng*):

9. Sannolikheten att en skidskytt träffar måltavlan med sitt första skott vid stående skytte är 0.9. Om skytten träffar tavlan med ett skott är sannolikheten för träff i följande skott 0.95, bommar däremot skytten ett skott är sannolikheten för träff i följande skott 0.8. Skidskytten skjuter 5 skott.

- a. Vad är sannolikheten att alla fem skotten träffar? (*2 poäng*)

$$\mathbf{TTTTT, sannolikheten = 0.9*0.95*0.95*0.95*0.95 = 0.7330554}$$

- b. Vad är sannolikheten att skidskytten skjuter exakt en bom? (*3 poäng*)

BT... eller BT... eller BT... eller BT... eller BT...

$$\begin{aligned} \mathbf{sannolikheten} &= \mathbf{0.10*0.8*0.95*0.95*0.95 + 0.9*0.05*0.8*0.95*0.95 +} \\ &\mathbf{0.9*0.95*0.05*0.8*0.95 + 0.9*0.95*0.95*0.05*0.8 + 0.9*0.95*0.95*0.95*0.05} \\ &= \mathbf{0.06859 + 0.03249 + 0.03249 + 0.03249 + 0.0385818 = 0.2046418} \end{aligned}$$

- c. Vad är sannolikheten att andra skottet träffar då vi inte vet om första är en träff eller en bom? (*3 poäng*)

$$\mathbf{TT... eller BT..., sannolikheten = 0.9*0.95 + 0.1*0.8 = 0.855 + 0.08 = 0.935}$$



10. Ett företag har 28 anställda. De anställdas ålder framgår av uppställningen nedan:

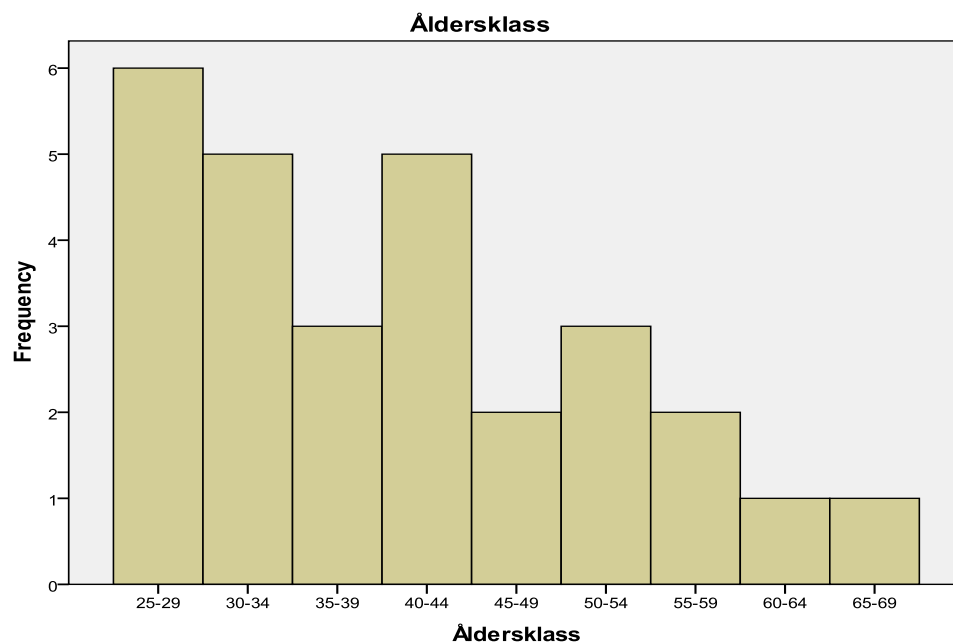
33 50 57 46 69 42 52 63 44 42 50 49 35 33

34 26 25 37 26 29 44 42 35 26 29 32 57 33

- a. Gör en klassindelning med 5-års åldersklasser och ställ upp en frekvenstabell samt åskådliggör frekvensfördelningen i ett diagram. (3 poäng)

Åldersklass

		Frequency	Percent
Valid	25-29	6	21.4
	30-34	5	17.9
	35-39	3	10.7
	40-44	5	17.9
	45-49	2	7.1
	50-54	3	10.7
	55-59	2	7.1
	60-64	1	3.6
	65-69	1	3.6
	Total	28	100.0





- b. Beräkna medelåldern, medianåldern samt standardavvikelsen för åldern i företaget. (5 poäng)

Uppordning:

25	26	26	26	29	29	32	33	33	33	34	35
35	37	42	42	42	44	44	46	49	50	50	52
57	57	63	69								

Medelåldern: $\sum x_i = 1140$, medelvärdet = $1140/28 = 40.7$ år

Medianåldern: $n=28$, jämnt antal, de två mittersta observationerna är 37 resp. 42. Md = medelvärdet av dessa = 39.5 år.

Standardavvikelsen, $\sum x_i^2 = 50214$

$$s = [(\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2/n)/(n-1)]^{1/2} = [(50214 - 1140^2/28)/27]^{1/2} = 11.86 \text{ år}$$