



Det gemensamma urvalsprovet 2017 för  
Handelshögskolan vid Åbo Akademi och  
Hanken Svenska handelshögskolan



## **MODELLSVAR**

**Det gemensamma urvalsprovet för  
Handelshögskolan vid Åbo Akademi och  
Hanken Svenska handelshögskolan  
den 6 juni 2017 kl. 10:00-15:00**

**Urvalsprovet kan ge max. 80 poäng.**

*Vänligen notera att sidnumreringen kan variera beroende på upplagan.*

**Ekonomisk matematik: Hassinen, Hemmo, Taskinen, Ekonen & Stenberg. Sigma 7.**  
*Ekonomisk matematik.*

- 1 Henriks beskattningsbara inkomst kommer i år att vara 37 500 euro. Nedan finns statens inkomstskatteskala för år 2017. (2 p)

| Statens inkomstskatteskala 2017       |                               |  |
|---------------------------------------|-------------------------------|--|
| Beskattningsbar förvärvsinkomst, euro | Skatt vid nedre gränsen, euro | Skatt på den del av inkomsten som överskrider den nedre gränsen, % |
| 16 900 - 25 300                       | 8                             | 6,25   |
| 25 300 - 41 200                       | 533,00                        | 17,5   |
| 41 200 - 73 100                       | 3 315,50                      | 21,5   |

Hur mycket inkomstskatt ska Henrik betala till staten?

- A 6 562,50 €  
B 2 668,00 € (*kapitel 2.1, s. 19-20*)  
C 2 135,00 €  
D 533,00 €

*Inkomstskatten är  $533,00 + (37500 - 25300) * 0,175 = 2688,00$  €*

- 2 Helena köper en begagnad bil av en bekant. Helena har lite ont om pengar så försäljaren föreslår att hon kan betala 2 000 euro idag samt 1 000 euro om ett år. För Helenas del skulle den första betalningen gärna få vara mindre, så hon föreslår att hon kan betala X euro idag och 2 000 euro om ett år. Hur mycket bör Helena betala idag (X euro) för att båda alternativen ska vara lika förmånliga? Använd en årlig ränta på fem procent för båda alternativen. (2 p)

- A 1 157,89 €  
B 1 095,24 €  
C 1 047,62 € (*kap. 3.2, s. 57-58*)  
D 1 000,00 €

*Diskonterar för att jämföra alternativen.*

*Nuvärdet av försäljarens förslag:  $2000 + 1000 \cdot 1,05^{-1} \approx 2952,38 \text{ €}$*

*Nuvärdet av Helenas förslag:  $x + 2000 \cdot 1,05^{-1} \approx x + 1904,76 \text{ €}$*

*För att båda alternativen ska vara lika förmånliga bör  $x = 2952,38 - 1904,76 = 1047,62 \text{ €}$ .*

- 3 Då man sätter in pengar på bank eller lånar pengar av en bank bestäms räntan utgående från en referensränta (t.ex. euribor) och en kundspecifik räntemarginal. Den slutliga räntan fås som: (2 p)

- A Deposition: slutlig ränta = referensränta – räntemarginal**  
Lån: slutlig ränta = referensränta + räntemarginal (kap. 3.1, s. 44)
- B Deposition: slutlig ränta = referensränta + räntemarginal  
Lån: slutlig ränta = referensränta – räntemarginal
- C Deposition: slutlig ränta = referensränta + räntemarginal  
Lån: slutlig ränta = referensränta + räntemarginal
- D Deposition: slutlig ränta = referensränta – räntemarginal  
Lån: slutlig ränta = referensränta – räntemarginal

- 4 Ett annuitetslån är ett lån där beloppet som återbetalas förblir detsamma vid varje återbetalning så länge som räntesatsen inte förändras. Storleken på en återbetalning kan bestämmas med hjälp av formeln för annuitet: (2 p)

$$A = K q^n \frac{1-q}{1-q^n}$$

Här är A = annuiteten, K = lånebeloppet, n = antalet lånebetalningar och q = räntefaktorn.

Familjen Hämmäläinen har bestämt sig för att lyfta ett annuitetslån för att renovera en gammal sommarstuga. Deras bank erbjuder ett annuitetslån med fem års lånetid, månatliga återbetalningar och tre procents årlig ränta. Hur stort är det största lånet som familjen Hämmäläinen kan lyfta då de inte vill att de månatliga återbetalningarna ska överstiga 300 euro?

- A 17 475,73 €  
B 16 981,56 €  
C **16 695,71 € (kap. 4.2, s. 86-94)**  
D 16 372,15 €

*Det största möjliga lånebeloppet fås genom att lösa ut  $K$  i formeln, utgående från att  $A = 300$ ,  $n = 5 \cdot 12 = 60$ , och  $q = 1 + 0,03/12 = 1,0025$ .*

$$\text{Då får man } K = \frac{300}{1,0025^{60}} \cdot \frac{1 - 1,0025^{60}}{1 - 1,0025} \approx 16695,71 \text{ €}.$$

- 5 I tabellen nedan anges konsumentprisindexet för de senaste åren, här används år 2010 som basår. (2 p)

| År                 | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Konsumentprisindex | 100,0 | 103,4 | 106,3 | 107,9 | 109,0 | 108,8 | 109,2 |

Med hur många procent har priserna stigit från år 2011 till år 2016?

- A 109,2 %  
B 9,2 %  
C 5,8 %  
D 5,6 % (kap. 5.2, s. 113-115)

*Jämför indextalen  $109,2/103,4 \approx 1,056$ . Prisökningen är alltså ca 5,6%.*

- 6 Adam ska ut på en arbetsresa, och under resan kommer han att göra en kort mellanlandning i Stockholm. För säkerhets skull växlar han 150 euro till svenska kronor (SEK). Det visar sig att han inte alls behövde sin reservkassa, och hemma igen växlar han tillbaka hela summan till euro. Hur många euro får Adam då? Köpkursen för den svenska kronan är 1 euro = 9,681 SEK, säljkursen är 1 euro = 9,017 SEK. Beakta också att Adam måste betala en växlingsavgift, en procent av beloppet, i båda fallen. (2 p)

Adam får:

- A 157,84 €  
B 136,93 € (kap. 5.1, s. 100-104)  
C 127,25 €  
D 99,58 €

*Vid växling euro till SEK säljer valutaväxlingsföretaget svenska kronor åt Adam, då används säljkursen. Adam får  $(150 \cdot 9,017) \cdot 0,99 \approx 1339,02$  SEK.*

*Vid växling SEK till euro köper valutaväxlingsföretaget svenska kronor av Adam, då används köpkursen. Adam får  $(1339,02/9,681) \cdot 0,99 \approx 136,93$  €.*

**Nationalekonomi: Eklund, Klas. *Vår ekonomi, en introduktion till samhällsekonomin.***

- 7 Benny kan komponera tre melodier eller skriva sex låttexter på en vecka. Björn kan komponera två melodier eller skriva åtta låttexter på en vecka. Vad är sant? (2 p)
- A Benny har en relativ fördel i att komponera melodier. (s. 30)**  
B Benny har en absolut fördel i båda aktiviteterna.  
C Björn har en absolut fördel i båda aktiviteterna.  
D Björn har en komparativ fördel i att komponera melodier.
- 8 Med en Tobin-skatt avses (2 p)
- A en skatt på humankapital.  
B en skatt på ohälsosamma livsmedel, t.ex. socker.  
C en löneskatt där höginkomsttagare betalar en högre procentsats än låginkomsttagare.  
**D en omsättningsskatt på valutahandel. (s. 90)**
- 9 Vad karakteriserar en monopolistisk konkurrensmarknad? (2 p)
- A Många säljare som säljer en homogen vara.  
B Höga inträdeshinder och många säljare som säljer en differentierad vara.  
C Höga inträdeshinder och många säljare som säljer en homogen vara.  
**D Inga höga inträdeshinder. Många säljare som säljer en differentierad vara. (s. 64)**
- 10 Vad leder en positiv extern effekt till? (2 p)
- A Produktionen blir mindre än vad som vore önskvärt för samhället. (s. 113)**  
B Produktionen blir större än vad som vore önskvärt för samhället.  
C Marknaden når en effektiv produktionsnivå.  
D Statsbudgeten visar underskott.

- 11 Vad gäller alltid då marginalkostnaden är större än styckkostnaden? (2 p)
- A **Styckkostnaden ökar då produktionen ökar. (s. 57)**
  - B Den rörliga styckkostnaden faller då produktionen ökar.
  - C Den totala kostnaden minskar då produktionen ökar.
  - D Företaget går med vinst.
- 12 Vad innebär begreppet *hysteresis*? (2 p)
- A Att staten inte bör ägna sig åt expansiv efterfrågepolitik.
  - B Att djuriska instinkter kan skapa stora skift i mängden investeringar.
  - C **Att en tillfällig lågkonjunktur kan leda till permanent högre arbetslöshet. (s. 71)**
  - D Att en räntesänkning kan leda till överdriven konsumtion.
- 13 Ett land befinner sig i långsiktig jämvikt. Plötsligt inträffar en negativ utbudsschock. Vad händer? (2 p)
- A Den aggregerade utbudskurvan skiftar åt höger.
  - B **Samhället drabbas av stagflation. (s. 173)**
  - C Den aggregerade efterfrågekurvan skiftar åt vänster.
  - D Samhället drabbas av deflation.
- 14 Inflationen har snedvridande effekter på inkomst- och förmögenhetsfördelningen. Vilken grupp skadas extra mycket? (2 p)
- A **De med trögrörliga löner. (s. 152)**
  - B Låntagare.
  - C Grupper med indexerade inkomster.
  - D De som kunnat sätta sina pengar i reala tillgångar.

**Marknadsföring: Olsson, Jan & Skärvad, Per Hugo: Företagsekonomi 100, faktabok.**

- 15 I ett marknadsorienterat företag uppnås lönsamhet genom (2 p)
- A produktionsorientering.
  - B produktorientering.
  - C säljorientering.
  - D **kundorientering. (s. 100)**
- 16 Marknadsföring går inte ut på att (2 p)
- A förstå kunden och dess behov.
  - B utveckla sådana varor och tjänster som skapar värde åt kunden.
  - C utveckla goda kundrelationer.
  - D **uppnå monopol på marknaden. (s. 98)**
- 17 Marknadsföringen blir hållbar (hållbar marknadsföring) då (2 p)
- A man håller sig till budgeten.
  - B man beaktar vad som säljer mest.
  - C största delen av produkterna man säljer är stjärnprodukter.
  - D **företagets marknadsföring också bidrar till att lösa samhällets problem. (s. 100)**
- 18 Producenterna säljer och levererar sina produkter via olika marknadsförings- och distributionsformer, som t.ex. (2 p)
- A **franchising. (s. 124)**
  - B reklambyråer.
  - C konsultföretag.
  - D nya ”blåa ocean” marknader.

- 19 Enligt den traditionella synen på marknadsföring operationaliseras marknadsföring via de fyra P:na. Vilken av de följande hör inte till dessa funktioner? (2 p)
- A Erbjudandet, d.v.s. produkten eller tjänsten man säljer.
  - B Prissättningsfrågor.
  - C **Personaladministration. (s. 126)**
  - D Distributionsfrågor.
- 20 Tjänstemarknadsföring, relationstänkande och nätverkssynsättet representerar modern syn på marknadsföring. Vilket av följande påståenden stämmer inte? (2 p)
- A Kundvärde och kundvård står i centrum.
  - B Man lägger fokus på att även förstå det nätverk som står mellan kunden och företaget.
  - C **Företaget och kunden bildar hela nätverket. (s. 156)**
  - D Man har utvidgat fyra P till att även förstå människor, processer och fysiska bevis.



**Finansiell ekonomi: Olsson, Jan & Skärvad, Per Hugo: Företagsekonomi 100, faktabok.**

- 21 Ett företag planerar att göra en investering som kostar 15 000 euro år 0. (3 p)  
Investeringen förväntas generera årliga inbetalningar som uppgår till 3 850 euro per år under de två första åren, 4 750 euro under det tredje året och 5 100 euro under det fjärde och sista året. Den ekonomiska livslängden av investeringen är fyra år och restvärdet är 1 000 euro. Företagets kalkylränta är 9,5 % och företaget anser att investeringen bör vara återbetald inom högst tre år. Företaget analyserar investeringens lönsamhet med hjälp av två olika metoder: kapitalvärdemetoden (nuvärdemetoden) och Pay back-metoden (återbetalningsmetoden). Välj det alternativ nedan som är korrekt.

- A Investeringen är lönsam både enligt kapitalvärdemetoden och Pay back-metoden.  
B Investeringen är lönsam endast enligt kapitalvärdemetoden.  
C Investeringen är lönsam endast enligt Pay back-metoden.  
D **Investeringen är inte lönsam enligt någondera metoden. (s. 309-312)**

*Enligt kapitalvärdemetoden är nuvärdet  $-15\ 000\ € + (3\ 850\ €)/(1,095^1) + (3\ 850\ €)/(1,095^2) + (4\ 750\ €)/(1,095^3) + (4\ 750\ €)/(1,095^4) + (1\ 000\ €)/(1,095^4) = -412,22\ € < 0\ €$ . Enligt Pay back-metoden bör investeringen återbetala sig inom den givna tiden (d.v.s. tre år). Vi får  $(15\ 000\ €)/(3\ 850\ € + 3\ 850\ € + 4\ 750\ € + (5\ 100\ €)/2) = 15\ 000\ € = 3,5\text{år} > 3\text{ år}$ . Eftersom nuvärdemetoden anger att nuvärdet är mindre än noll är investeringen inte lönsam enligt denna metod. Det samma gäller för Pay back-metoden där återbetalningstiden överskrider den högst tillåtna återbetalningstiden.*

- 22 Ett företag finansierar sitt kapitalbehov med en lämplig kombination av eget kapital och främmande kapital. Nedan anges olika påståenden om de väsentligaste skillnaderna mellan eget kapital och främmande kapital. Vilket av följande påståenden är inte korrekt? (2 p)

- A Långivarna kräver ofta säkerhet, såsom borgen eller pant, för sitt kapital medan aktieägarna inte har sådana säkerheter.  
B Det egna kapitalet avkastar enligt företagets förmåga att generera vinster medan långivarna har en avtalsenlig rätt till en bestämd avkastning.  
C **På grund av att långivarna tillför så kallat riskkapital har de ett dominerande inflytande över företaget medan ägarna endast har ett begränsat inflytande över företaget. (s. 336-337)**  
D Det egna kapitalet har i princip obegränsad löptid medan det främmande kapitalet har en begränsad löptid.

23 Företag behöver kapital, d.v.s. resurser, för sin verksamhet. Nedan finner du fyra påståenden om kapital i företag. Vilket av påståendena är inte korrekt? (2 p)

- A Humankapital är kunskap, skicklighet och kompetens bland företagets medarbetare och återfinns oftast inte i ett företags balansräkning.
- B Finansiellt kapital är det kapital som används som buffert i beräkningar av kapitalbehov eftersom beräkningar av kapitalbehov sällan kan bli säkra och precisa. Finansiellt kapital används för att klara eventuella störningar i driften och på marknaden, och beräknas som en procentsats av omsättningen. (s. 323)**
- C Anläggningsskapital är tillgångar som är avsedda för stadigvarande bruk. Exempel på anläggningsskapital är inventarier, maskiner och bilar.
- D Rörelsekapital är kapital som företaget behöver på grund av att det kan uppstå en tidsskillnad mellan då utbetalningar bör göras och innan företaget får betalt för levererade varor och tjänster. Företaget har ett behov av rörelsekapital också på grund av att kapital binds i råvarulager, produkter, arbete, färdigvarulager och kundfordringar.

24 Anta att ett företag ett specifikt år ger en utdelning som uppgår till 1,55 euro per aktie, att företagets direktavkastning i slutet av samma år är 4,5 procent samt att dess resultat efter finansiella intäkter, kostnader och skatter är 1 036 000 000 euro detta år. Anta dessutom att företagets totala antal aktier i slutet av året är 225 452 000. Siffrorna visas i tabellen nedan: (3 p)

|  |               |
|--|---------------|
| <b>Utdelning per aktie (euro)</b>                                      | 1,55          |
| <b>Direktavkastning (%)</b>  | 4,5           |
| <b>Resultat efter finansiella intäkter, kostnader och skatt (euro)</b> | 1 036 000 000 |
| <b>Antal aktier (stycken)</b>  | 225 452 000   |

Du är intresserad av att beräkna företagets P/E-tal (avrundat till två decimaler). Vilket av följande alternativ är korrekt?

- A Företagets P/E-tal är 5,27.
- B Företagets P/E-tal är 7,50. (s. 409-412)**
- C Företagets P/E-tal är 10,20.
- D Företagets P/E-tal är 20,89.

*För att räkna ut rätt svar bör man kunna använda sig av tre olika formler. Formeln för P/E-talet är  $P/E\text{-tal} = \text{Börskurs}/\text{Resultat per aktie}$  (s. 411). För att kunna använda oss av formeln bör vi veta både börskurs och resultat per aktie, av vilka ingendera är givna. Vi använder oss av formeln för direktavkastning (s. 412), d.v.s.  $\text{Direktavkastning} = \text{Utdelning dividerat med Börskurs gånger } 100$ . Vi vet direktavkastningen (= 4,5 %) och vi vet utdelning per aktie (= 1,55 € per aktie). För att få reda på vad börskursen är multiplicerar vi båda sidorna med börskurs och vi får:  
 $\text{Börskurs} * \text{Direktavkastning} = \text{Utdelning} * 100$ . Sedan dividerar vi med  $\text{Direktavkastning}$  för att få  $\text{Börskurs}$  ensamt på vänster sida, vi får:  $\text{Börskurs} = (\text{Utdelning} * 100) / \text{Direktavkastning}$ . Börskursen är således =  $(1,55 \text{ € per aktie} * 100) / 4,5 = 34,4444... \text{ € per aktie}$ . För att räkna ut företagets  $\text{Resultat per aktie}$  använder vi oss av följande formel (s. 409):  $\text{Resultat per aktie} = \text{Resultat} / \text{Antalet aktier} = 1\,036\,000\,000 \text{ €} / 225\,452\,000 \text{ aktier} = 4,5952... \text{ € per aktie}$ . Nu kan vi räkna ut P/E-talet.  $P/E\text{-talet} = \text{Börskursen} / \text{Resultat per aktie} = 34,4444... / 4,5952... = 7,4957... \approx 7,50$ . P/E-talet indikerar om börskursen är hög eller låg i förhållande till företagets vinstnivå (s. 411).*

- 25 Om ett företag redovisar enligt traditionell redovisning, d.v.s. redovisning baserad på anskaffningsvärde, kan inflationen (fallande penningvärde) ge en ofullständig bild av företagets resultat. Boken *Företagsekonomi 100, faktabok* beskriver två effekter som kan uppkomma vid inflation då ett företag följer traditionell redovisning. Vilket svarsalternativ presenterar dessa två effekter? (2 p)
- A Vid inflation visar företaget å ena sidan skenförluster genom att intäkter under en period jämförs med nästa periods utgifter, men å andra sidan visar företaget skenvinster då skuldernas nominella värde minskar, trots att deras reala värde hålls oförändrat.
- B Vid inflation visar företaget å ena sidan reala vinster genom att intäkter under en period är reellt sett högre än utgifterna från tidigare perioder, men å andra sidan gör företaget förlust genom att skuldernas värde ökar nominellt, trots att deras reala värde hålls oförändrat.
- C Vid inflation visar företaget å ena sidan skenförluster genom att intäkter från en period jämförs med utgifter från tidigare perioder, men å andra sidan gör företaget en real förlust då skuldernas reala värde ökar.
- D Vid inflation visar företaget å ena sidan skenvinster genom att intäkter under en period jämförs med utgifter från en tidigare period men å andra sidan gör företaget reala vinster genom att skuldernas reala värde minskar, trots att deras nominella belopp hålls oförändrat. (s. 417)**

**Organisation och ledning:** Olsson, Jan & Skärvad, Per Hugo: *Företagsekonomi 100, faktabok.*

- 26 Företagets livscykel – vilket av följande alternativ ingår inte i företagets livscykel? (2 p)
- A Etableringsfasen.
  - B Engagemangsfasen. (s. 19)**
  - C Tillväxtfasen.
  - D Mognadsfasen.
- 27 Företag tar allt oftare formen av affärsnätverk. Vilket av följande alternativ medverkar enligt *Företagsekonomi 100, faktabok* inte i värdeleveranssystemet? (2 p)
- A Kunder.
  - B Leverantörer.
  - C Affärspartners.
  - D Beslutsfattare. (s. 65)**
- 28 Företagets affärsidé brukar inte uttryckas i termer av (2 p)
- A idéns operativa utformning.
  - B verksamhetens övergripande inriktning.
  - C precisering av företagets kompetenser.
  - D företagets personalpolitik. (s. 71)**
- 29 Enligt *Företagsekonomi 100, faktabok* är strategiarbetets kärna i många företag att (2 p)
- A skapa, utnyttja och upprätthålla konkurrensfördelar. (s. 86)**
  - B erövra internationella marknader.
  - C utvärdera företagets resurser.
  - D förkasta en SWOT-analys.

- 30 Med begreppet organisering menas framförallt sättet att (2 p)
- A fördela vinsten.
  - B samordna och styra verksamheten. (s. 169)**
  - C utvärdera konkurrenter.
  - D marknadsföra organisationen.
- 31 Vad kännetecknar inte en modern organisation enligt *Företagsekonomi 100, faktabok*? (2 p)
- A Tydliga gränsdragningar mellan olika avdelningar. (s. 195)**
  - B Teamarbete och flexibilitet.
  - C Lärande arbetsorganisation.
  - D Rotation mellan arbetsuppgifter.

**Redovisning: Olsson, Jan & Skärvad, Per Hugo: Företagsekonomi 100, faktabok.**

- 32 Företaget Gamma Ab budgeterar bl.a. följande kostnader för det kommande året: (3 p)

|  |                |
|--|----------------|
| <b>Direkta löner (dL)</b>                  | 2 800 000 euro |
| <b>Direkt material (dM)</b>                | 3 200 000 euro |
| <b>Fasta tillverkningsomkostnader (TO)</b> | 875 000 euro   |
| <b>Fasta materialomkostnader (MO)</b>      | 240 000 euro   |
| <b>Fasta affärsomkostnader (AffO)</b>      | 1 550 700 euro |

Som kalkylmetod tillämpas i företaget självkostnadskalkylering med normalårspålägg. Verksamhetsvolymen är 80 % av den normala. För en ny produkt estimeras dL till 400 euro, dM till 500 euro samt övriga direkta tillverkningskostnader till 220 euro.

Självkostnaden för den nya produkten är

- A 1 290 €
- B 1 330 €
- C 1 475 € (kap. 18, s. 276-277)
- D 1 562 €

***Påläggsberäkning och påläggsanvändning:***

*Normal dL:*  $2\,800\,000/0,8 = 3\,500\,000\ \text{€}$

*Normal dM:*  $3\,200\,000/0,8 = 4\,000\,000\ \text{€}$

*Fasta TO* 875 000 €

*Fasta MO* 240 000 €

*Normal tillverkningskostnad* 8 615 000 €

*TO-pålägg:*  $875\,000/3\,500\,000 = 25\ \%$

*MO-pålägg:*  $240\,000/4\,000\,000 = 6\ \%$

*AffO-pålägg:*  $1\,550\,700/8\,615\,000 = 18\ \%$

*Självkostnads kalkyl för den nya produkten:*

|                                   |                       |                   |
|-----------------------------------|-----------------------|-------------------|
| <i>dM</i>                         |                       | <i>500</i>        |
| <i>MO</i>                         | $6\% \times 500 =$    | <i>30</i>         |
| <i>dL</i>                         |                       | <i>400</i>        |
| <i>TO</i>                         | $25\% \times 400 =$   | <i>100</i>        |
| <u><i>Övriga tillv.kostn.</i></u> |                       | <u><i>220</i></u> |
| <i>Tillverkningskostnad</i>       |                       | <i>1 250</i>      |
| <u><i>AffO</i></u>                | $18\% \times 1 250 =$ | <u><i>225</i></u> |
| <i>Självkostnad</i>               |                       | <i>1 475</i>      |

- 33 I företaget Fyrklöveren Ab överväger man att höja priset på en av sina produkter. (3 p)  
I utgångsläget gäller följande förutsättningar:

|                               |               |
|-------------------------------|---------------|
| <b>Försäljningspris/styck</b> | 240 euro      |
| <b>Täckningsbidrag/styck</b>  | 60 euro       |
| <b>Täckningsgrad</b>          | 25 %          |
| <b>Försäljningsvolym</b>      | 3 000 stycken |

Man funderar på att höja priset med 20 %. Med hur många procent kan då försäljningsvolymen sjunka utan att lönsamheten försämras?

- A 17 %  
B 25 %  
C 44 % (kap. 16, s. 248-249)  
D 60 %

*Känslighetsanalys av prisändringar:*

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <i>Försäljningspris efter prishöjning:</i> | $1,20 \times 240 = 288 \text{ €}$  |
| <i>Täckningsbidrag efter prishöjning:</i>  | $60 + (288 - 240) = 108 \text{ €}$ |

*För att lönsamheten inte skulle försämrars ska det totala täckningsbidraget (TTB) förbli oförändrad.*

$$\text{TTB före prishöjning} = \text{TTB efter prishöjning}$$

$$60 \times 3\,000 = 108 \times X$$

$$X = 180\,000 / 108 = 1\,667$$

|   |              |
|---|--------------|
| <i>Försäljningsvolym före prisändring</i>       | 3 000        |
| <i>- Försäljningsvolym efter prisändring</i>    | <u>1 667</u> |
| <i>= Möjlig minskning i försäljningsvolymen</i> | 1 333        |

*Möjlig minskning i %:*  $1\,333/3\,000 = 0,44 = 44\%$

*Alternativt med formeln:*

$$\text{Möjlig volymminskning} = \frac{\text{Prishöjning i \%}}{\text{Nuvarande TG i \%} + \text{Prishöjning i \%}}$$

*Möjlig minskning i % =  $0,20/(0,25 + 0,20) = 0,20/0,45 = 0,44 = 44\%$*

- 34 Med tanke på de centrala begreppen för kostnads- och intäktsanalys *Utgift*, *Kostnad*, *Intäkt* och *Inkomst* – vilket av följande påståenden stämmer? (2 p)
- A Utgiften uppstår när företaget betalar en leverantör för en vara.
  - B Utgiften uppstår vid försäljningstillfället och registreras bokföringsmässigt när fakturan sänds i väg.
  - C Resultat = Intäkter – Utgifter.
  - D **Intäkter avser värdet av levererade prestationer under en period. (s. 214-216)**
- 35 Kostnader som ökar snabbare än verksamhetsvolymen kallas för (2 p)
- A **progressivt rörliga kostnader. (s. 220)**
  - B degressivt rörliga kostnader.
  - C halvfasta kostnader.
  - D särkostnader.
- 36 Den finansiella ställningen för ett företag vid en viss tidpunkt visas i en (2 p)
- A resultaträkning.
  - B finansieringsanalys.
  - C **balansräkning. (s. 320)**
  - D revisionsberättelse.



- 37 Med skuldsättningsgrad mäts företagets (2 p)
- A resultatgenereringsförmåga.
  - B likviditet.
  - C **soliditet. (s. 390)**
  - D substansvärde.
- 38 Allt flera företag styr nuförtiden verksamheten i enlighet med tankarna i det balanserade styrkortet. Grundtanken bakom balanserat styrkort är att se och styra företaget ur fyra viktiga perspektiv. Dessa fyra perspektiv är (2 p)
- A **det finansiella perspektivet, kundperspektivet, processperspektivet och förnyelse- och utvecklingsperspektivet. (s. 437)**
  - B det ekonomiska perspektivet, företagarperspektivet, processperspektivet och förnyelse- och utvecklingsperspektivet.
  - C företagarperspektivet, kundperspektivet, processperspektivet och leverantörsperspektivet.
  - D det finansiella perspektivet, miljöperspektivet, processperspektivet och arbetstagarperspektivet.