

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 1** (max 12 poäng)

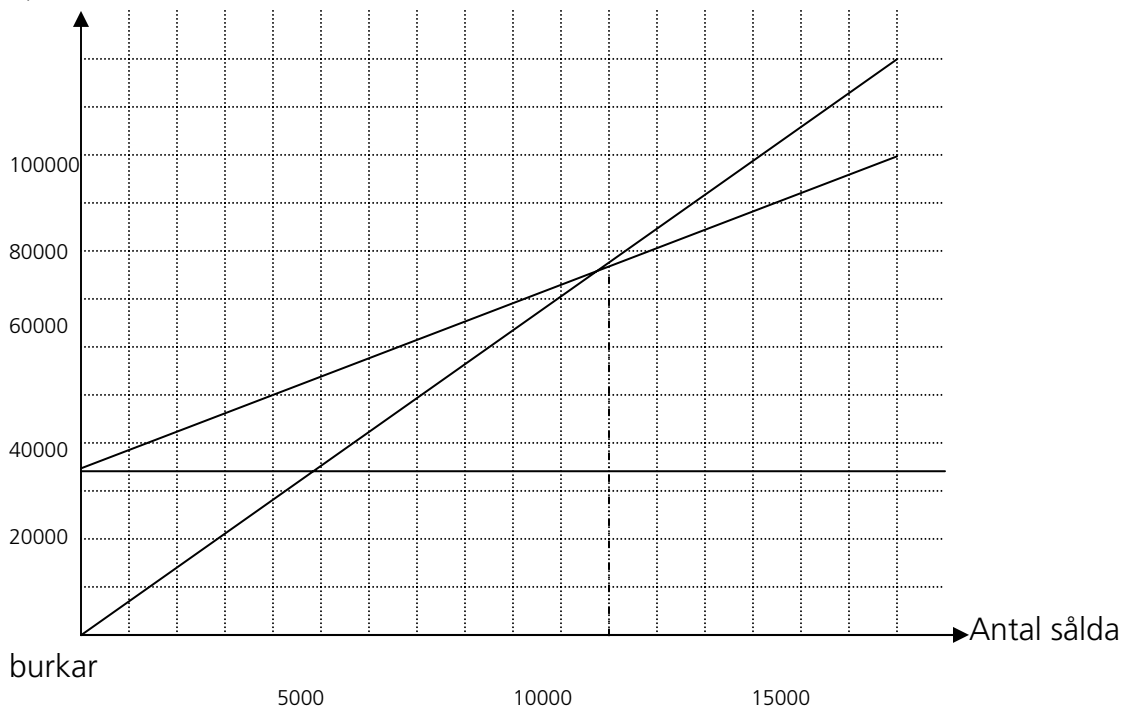
a)

Försäljning		91 000
Rörliga kostnader:		
material	39 000	
rörlig lön	13 000	
Rörliga sammanlagt		52 000
Resultat efter rörliga kostnader		39 000

Fasta kostnader		
fast lön		30 000
avskr		3 000
ränta		750

Fasta sammanlagt		33 750
Beskattningsbar vinst		5 250
Skatt		1 365
Vinst		3 885

b)



SVAR: Den kritiska volymen enligt grafen är: ca. 11.000 stycken

Säkerhetsmarginalen enligt grafen är: 13000-11000= ca.2000 stycken

$$c) \left[\frac{1}{0,05} - \frac{1}{0,05(1+0,05)^5} \right] * X = 15.000 \Leftrightarrow X = 3.464,20$$

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 2** (max 8 poäng)

Besvara alla delfrågor genom att kryssa för det korrekta alternativet. Rätt svar ger +1 poäng, fel svar - 0,5 poäng och obesvarad fråga ger noll poäng.

- 1) Effektiv marknadsföring
 - går ut på att skapa långsamma intäkter på såväl kort som lång sikt
 - utgör ett samspel mellan företaget och marknaden
 - innebär behovstillfredsställelse hos kunderna och lönsamhet för det säljande företaget

- 2) Prisdifferentiering innebär att företaget
 - erbjuder produkten till samma pris för olika kundgrupper
 - försöker få kunden att betala ett högre pris som en följd av att produkten är unik
 - sätter priset olika på samma eller i stort sett samma vara för olika kundgrupper

- 3) Business-to-business-marknaden kännetecknas av att
 - företagen har lägre marknadsföringskostnader
 - kunderna köper varor och tjänster för sin organisations räkning
 - efterfrågan är härledd från många kunders efterfrågan

- 4) I relationsmarknadsföringssynsättet ligger fokus främst på att
 - skapa transaktioner av engångskaraktär
 - skapa relevant och användbar kunskap om kunderna och deras preferenser och önskemål
 - skapa återköp genom relationsskapande

- 5) Lojalitetseffekten går bl.a. ut på att
 - det krävs mindre resurser för att hantera gamla kunder än nya kunder
 - lojala kunder betalar ett lägre pris under en längre period
 - lojala kunder köper mera

- 6) Produktlivscykelns utvecklingsstadier kännetecknas av
 - utvecklingsfaser då olika varumärken kan utvecklas
 - olika faser som beskriver produktens framgång
 - fem faser som reflekterar produktens utveckling på marknaden

7) Direktmarknadsföring innebär att

- marknadsföringen sker genom etablerade kundkontakter
- marknadsföringen sker direkt till de slutliga kunderna
- marknadsföringen utnyttjar direkt olika mellanhänder

8) Det nya marknadsföringsparadigmet framhäver

- att det är viktigt att tillämpa marketing mixteorin
- betydelsen av skräddarsydda lösningar för kundernas behov
- att marknadsföring är en uppgift för alla medarbetare i en organisation

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 3** (max 10 poäng)

För att uppnå god ekonomi i ett företag gäller det att hushålla med resurserna och att använda dem så att de ger största möjliga nytta. Analys av intäkter, kostnader, bidrag och vinst används härvid som stöd för beslutsfattandet.

Nedanstående tabell ger ekonomisk information om verksamheten i ett företag som tillverkar fyra produkter. Alla produkter som tillverkas kan säljas eftersom efterfrågan är god.

Komplettera tabellen med de saknade uppgifterna.

	Rörlig kostnad/st	Försäljnings- pris/st	Fast kostnad	Produktion i st	Totala kostnader	Totala intäkter	Totalt täckningsbidrag	Vinst	
	EUR	EUR	EUR	st	EUR	EUR	EUR	EUR	
Produkt									Poäng
A	75	600	120000	1800	255000	1080000	945000	825000	2,00
B	9	36	84000	30000	354000	1080000	810000	726000	2,00
C	120	480	1587000	18000	3747000	8640000	6480000	4893000	2,00
D	90	120	486000	12300	1593000	1476000	369000	-117000	2,00

D ger förlust, men täckningsbidraget är positivt vilket kan motivera tillverkning och försäljning vid ledig kapacitet om de fasta kostnaderna för D ändå kvarstår.

2,00 poäng
Totalt: 10,00 poäng

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 4** (max 8 poäng)

Då en variabel mäts regelbundet bildar observationerna en tidsserie. Inom tidsserieanalysen försöker man beskriva och analysera samband mellan observationerna samt mäta de faktorer som bygger upp observationerna. Traditionellt brukar man inom tidsserieanalysen behandla fyra olika variationsorsaker, nämligen trend, konjunktur, säsong och slump. Din uppgift är att kortfattat och i punktform förklara innebörden av dessa begrepp. Vad avses med trend, konjunktur, säsong och slump? (8 poäng)

Från Körner, S. -Wahlgren, L: Praktisk statistik, sid 183-184.

"Med **trend** menar vi utveckling i stort under en längre period, dvs den utveckling som sker om vi bortser från tillfälliga och kortsiktiga variationer ... "

"Kring trenden i en tidsserie med ekonomiska data kan finnas mer eller mindre regelbundna svängningar, som beror på om det är **hög-** eller **lågkonjunktur**. För att analysera sådana svängningar måste vi studera tidsserien under en mycket lång följd av år ... "

"I vissa tidsserier sker svängningarna kring trenden enligt ett mycket bestämt och kanske också komplicerat mönster, som hela tiden upprepas med lika långa tidsintervall. Man säger att det förekommer **säsongvariation** eller att variationen är **periodisk**. Dessa perioder är hela tiden lika långa: ett dygn om man studerar temperatur, en vecka om man studerar försäljningen av vin eller en veckotidning ... "

"En stor del av de svängningar som förekommer i en tidsserie kan förklaras med beräknad trend, konjunktur och säsong. Men observationerna är ibland också ett resultat av tillfälligheter ... Då talar man om **slumpmässig variation**. I begreppet slumpmässig ligger då att observationerna inte systematiskt påverkas i en viss riktning ... "

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 5** (max 12 poäng)

Svaren till samtliga frågor finns i Eklund Klas: Vår ekonomi – en introduktion till samhällsekonomi

Besvara följande delfrågor och redogör för uträkningarna. Använd det utrymme som reserverats för ändamålet.

a) Nämn fyra faktorer som påverkar utbudet på arbetskraft

2p

Svar s: 101. Exempel på faktorer är löneläge, kultur, religion, skattesystem, tillgång till barnomsorg.

b) Anta att efterfrågan och utbudet av ekonomer ser följande ut. Utbud innebär antalet människor som är villiga att jobba 40 timmar i veckan.

Lön €/ mån	utbud (tusen)	efterfrågan (tusen)
1000	2	10
1500	4	8
2000	6	6
2500	8	4
3000	10	2

Rita utbuds- och efterfrågekurvan i ett diagram samt märk ut jämviktspriset och -kvantiteten. 2p

Svar: s 106 jämviktspris 2000 euro, jämviktskvantitet 6000 ekonomer.

c) Anta nu att ny forskning visar att finska företag är väldigt bra på att ta fram nya produkter, men att företagen inte klarar av att lansera dem och finska företag därför har svårt att klara sig i globaliseringen. Detta beror främst på att företagens marknadsföringskapacitet är för liten och forskarna föreslår därför att företagen anställer fler ekonomer. Åskådliggör grafiskt hur efterfrågan och/eller utbudet förändras om företagen följer forskarnas råd. Hur förändras jämviktskvantiteten och jämviktslönen? 3p

Svar: efterfrågan på arbetskraft ökar dvs skjuts till höger (s. 67). Lönen är högre och fler ekonomer anställs

d) Anta att det är dags för abiturienter att välja studieplats. Några veckor innan studenterna gör sitt val publicerar Hufvudstadsbladet en artikel om lönen för nyutexaminerade magistrar. Artikelns innehåll är entydigt: diplomingenjörer har i genomsnitt högre lön än ekonomer. Som ett resultat av denna rapport väljer en större del av studenterna tekniska studier och andelen studenter som väljer ekonomstudier minskar. Åskådliggör grafiskt hur efterfrågan och/eller utbudet

på ekonomer förändras nu. Hur förändras jämviktskvantiteten och jämviktslönen?

3p

Svar: utbudet minskar, dvs. förskjuts till vänster (se sid 66). Jämviktslönen är nu högre, men jämviktskvantiteten mindre.

e) Anta att regeringen sänker inkomstkattesatsen. Hur förändras utbudet och/eller efterfrågan på arbetskraft? Diskutera

2p

(Svar s 103. Skatter och arbetsvilja. Inkomsteffekten versus substitutionseffekten.)

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 6** (max 10 poäng)

Företaget Ljus Ab tillverkar lampor och övrig belysningsapparat i Finland för den finländska marknaden. Produktsortimentet omfattar dels vanliga lysrör, dels avancerade belysningsanläggningar. De senare förutsätter att Ljus Ab utför eget forsknings- och utvecklingsarbete. Detta arbete utförs delvis i nära samarbete med vissa specialiserade komponentleverantörer som är belägna nära Ljus Ab:s fabrik i Fiskars. Material för lysrören köps däremot in som bulkvara, varvid den avgörande faktorn är priset.

Lysrören når marknaden via återförsäljare, belysningsanläggningarna säljs däremot direkt till slutkunderna, t.ex. teatrar och flygfält. Under de senaste åren har belysningsanläggningarnas andel av företagets omsättning ökat. Flera omfattande marknadsföringskampanjer har förts, och Ljus Ab har också satsat mycket pengar på ett nytt datorsystem för att hantera sina existerande kundrelationer.

Satsningen på belysningsanläggningar har genererat en lönsam servicebusiness, där Ljus Ab också tar ansvar för att hålla anläggningarna i skick. Detta har i sin tur lett till ett ökat behov av kunnig personal. För tillfället har företaget 600 anställda, men antalet kommer under året att öka med 15. Dessutom kommer intern fortbildning att ordnas för 50 anställda.

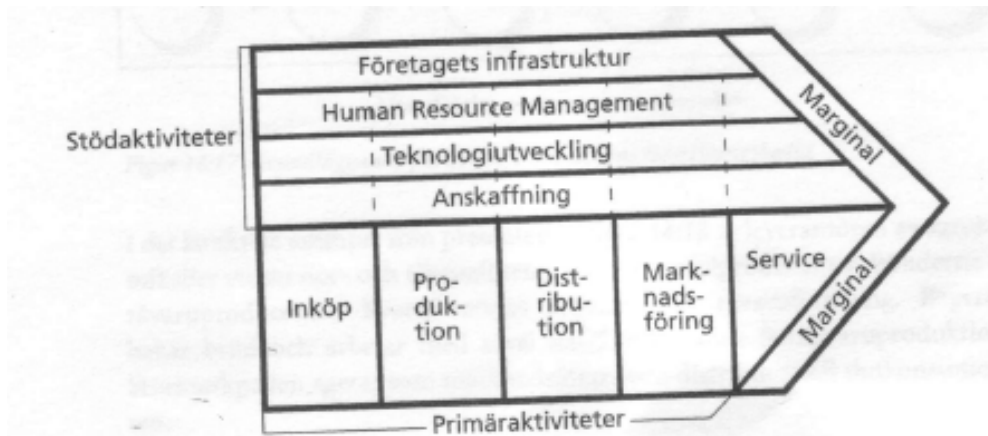
Beskriv Företaget Ljus Ab:s värdekedja på baksidan av detta papper.

För att få 10 poäng de sökande måste kunna:

- a) härleda hela värdekedjan såsom den beskrivs på sida 207 eller 208 (Olsson, J. & Skärvad, P-H.: Företagsekonomi 100, 2006)
- b) dela upp aktiviteterna i stöd- och primäraktiviteter och lista rätt aktiviteter i rätt del av kedjan;
- c) ge exempel på dessa på basen av texten

Fortsätter på följande sida:

modell på sida
207



Figur 14:14 Produktionens roll i värdekedjan (källa: M Porter Competitive Strategy 1980)

modell på sida 208



Figur 14:15 Produktion – en del av företagets materialflödesprocess

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 7** (max 10 poäng)

Eftersom delfrågorna d, g och h baserar sig på avsnitt i inträdesprovslitteraturen som faller utanför det som skulle läsas av de sökande har samtliga skribenter fått fulla poäng för dessa delfrågor. Dvs. alla har fått en poäng var för delfrågorna d, g och h. Vi beklagar detta som skedde p.g.a. ett mänskligt misstag.

I texten nedan finns korta beskrivningar av tre olika datamaterial. I anslutning till varje text finns ett antal påståenden med tillhörande svarsalternativ. Utgående från uppgifterna i texten kan man antingen beräkna/härleda det korrekta svaret eller utesluta icke-korrekta svarsalternativ. Bara ett svarsalternativ per påstående kan vara korrekt. Besvara delfrågorna genom att kryssa för det korrekta alternativet, rätt svar ger +1 poäng, fel svar -0,5 poäng och obesvarad fråga 0 poäng.

Datamaterial 1:

För att studera arbetsklimatet inom ett företag ombads alla anställda, 327 stycken, att fylla i en enkät bestående av 15 frågor. Alla frågor har svarsalternativen 1, 2, 3, 4 och 5. Frågorna är konstruerade så att ju högre värde som anges, desto bättre trivs man på sin arbetsplats. Genom att summera poängen från alla 15 frågor fås ett trivselmått (= TM) för varje anställd. Medelvärde för variabeln TM är 46 och variabelns standardavvikelse är 8.

a) Typvärdet för TM kan vara

- 47
 47,03
 47,5

b) Variansen för TM är

- 25
 50
 64

c) Enligt normalfördelningsregeln ligger cirka 68 % av observationerna på TM mellan

- 38 och 54
 40 och 56
 30 och 62

Datamaterial 2:

Företaget KRYMP har specialiserat sig på bantningsprogram för män. Under det första verksamhetsåret deltog totalt 516 män i företagets kurser. För varje deltagare noterades bl.a. vikt vid kursstarten och vikt efter avslutad kurs. T.ex. T. Timonen gick ner i vikt från 97,55 kg till 91,05 kg. Viktminskningen, dvs. vikten vid kursstarten minus vikten efter avslutad kurs, var i medeltal positiv.

d) Vikt är en variabel som mäts på

- ordinalskala
- intervallskala
- kvotskala

e) Ett bra sätt att presentera personernas vikt vid kursstarten är att använda

- en korstabell
- ett cirkeldiagram
- ett histogram

f) Då viktminskningen i medeltal var positiv kan vi dra slutsatsen att

- minst hälften av deltagarna gick ner i vikt
- åtminstone någon av deltagarna gick ner i vikt
- alla deltagare gick ner i vikt

Datamaterial 3:

En tidning har genomfört en undersökning för att få mer information om sina prenumeranter. Från en lista över alla prenumeranter valdes var 10:de person ut och till dessa skickades en enkät där de bl.a. fick ange hur de arbetar (0 = arbetar heltid, 1 = arbetar deltid, 2 = arbetar inte alls). Av de 3012 enkäter som skickades ut returnerades endast 788.

g) Urvalsmetoden som används för att erhålla stickprovet kallas för

- stratifierat urval
- systematiskt urval
- flerstegsurval

h) Ett problem med undersökningen är att bara 26 % av enkäterna returnerades. Om detta leder till felaktiga resultat kallas det för

- bortfallsfel
- täckningsfel
- mätfel

i) Variabeln *arbete* är en kategorivariabel och därför är det lämpligt att som lägesmått använda

- typvärde
- median
- medelvärde

j) Variationsvidden för variabeln *arbete* är

- 1,5
- 2
- 3

INTRÄDESPROV 11.6.2007**UPPGIFT 8** (max 10 poäng)

Svaren till samtliga frågor finns i Eklund Klas: Vår ekonomi – en introduktion till samhällsekonomi

Besvara alla delfrågor genom att kryssa för det korrekta alternativet. Rätt svar ger +1 poäng, fel svar -0.5 poäng och obesvarad fråga ger noll poäng.

1. Produktionsmöjlighetskurvan har negativ lutning eftersom
- a) alternativkostnaden är avtagande.
 - b) avkastningen är avtagande.
 - c) resurerna i ekonomin är knappa.

svar: c) s. 38

2. Effektivitet i produktionen innebär att
- a) den minsta möjliga mängd produktionsfaktorer används i tillverkningsprocessen.
 - b) intäkterna är större än kostnaderna
 - c) resurserna allokeras så att produktionen av en vara inte kan öka utan att produktionen av en annan vara samtidigt minskar.

svar: c) s.39

3. Marknadsformen monopolistisk konkurrens
- a) uppstår då två företag samarbetar.
 - b) skiljer sej från perfekt konkurrens genom att produkterna på marknaden är heterogena.
 - c) uppstår då monopolföretaget konkurrerar ut potentiella nya företag genom t.ex priskrig.

svar: b) s 96-97.

4. Utbudsöverskott kan vara ett resultat av
- a) en prisreglering där priset har satts lägre än jämviktspriset.
 - b) en prisreglering där priset har satts högre än jämviktspriset.
 - c) att företagen inte har dumpat effektivt.

svar: b) s. 64

5. Exempel på expansiv finanspolitik är t.ex.
- a) lägre inkomstskatter
 - b) lägre studiestöd
 - c) lägre ränta

svar: a) s. 265-266

6. Ceteris paribus – antagandet betyder
- a) att det inte sker förändringar i andra faktorer än de som granskas i den aktuella teorin.
 - b) att de faktorer som påverkar utbudskurvan hålls konstanta.
 - c) att lönenivån fluktuerar.

svar: a) s.101.

7. Strukturarbetslöshet uppstår då
- a) bruttonationalprodukten ökar långsammare än i medeltal.
 - b) de arbetslösa inte har den utbildning som krävs för de lediga tjänsterna.
 - c) inströmningen av nya arbetslösa misslyckas med att omedelbart få jobb.

svar: b) s. 115.

8. I det samhällsekonomiska kretsloppet
- a) ställer hushåll produktionsfaktorer till företags förfogande i utbyte mot löner, vinster och räntor.
 - b) utnyttjas inga naturresurser.
 - c) avgörs produktionsresultatens fördelning alltid av hur hushållens produktionsfaktorer värderas på faktormarknaden.

svar a) s. 58-59.

9. Räntan är
- a) avkastningen på sparande. Således är räntepapper inte så attraktiva för spararna då räntan är hög.
 - b) avkastningen på sparande och därmed alternativkostnaden för likvida medel
 - c) avkastningen på sparande. Således ökar efterfrågan på obligationer när räntan är låg.

svar: b) s132, s.145 & 56.

10. Monopolföretaget maximerar sin vinst då när
- a) marginalintäkten maximeras.
 - b) intäkterna är marginellt större än kostnaderna.
 - c) marginalintäkten är lika stor som marginalkostnaden.

svar: c) .s 93.