

DELTÄVLING - Grupptentamen

Utskickat av Linköpings Universitet för att användas perioden 16:e-18:e mars 2004.

Skrivningstiden uppgår till minst tre timmar från det att lagen erhållit tentamen. Rättning sker av domarna utifrån de rättningsmallar som medskickas. Tentamina under tävlingsmomentet är anonyma så till vida att den tävlande föreningens namn ej är tillgängligt för domarna. Varje deltagande lag har rätt att kontrollera sina svar samt överklaga resultatet innan de finalklara lagen presenteras.

Fråga 1. 10 poäng (Företagsekonomi)

I produktkalkyleringssammanhang finns det olika kalkylmetoder att använda och de skiljer sig åt i olika avseenden. Vilka är de två grundläggande filosofierna för produktkalkylering, vad är det som skiljer dem åt och när används de olika filosofierna, dvs vilket är syftet med respektive filosofi.

Vidare: Det finns två olika huvudmetoder för kalkylering, nämligen sk periodkalkylering (eller processkalkylering) och orderkalkylering. Inom ramen för respektive huvudmetod förekommer sedan att antal delmetoder. Uppgiften är att med utgångspunkt i respektive kalkylfilosofi (utifrån svaret på frågan ovan) redogöra för (beskriv kort dess logik) en delmetod inom period- respektive orderkalkylering som kan sägas inrymmas under respektive kalkylfilosofi.

Fråga 2. 20p (Nationalekonomi)

Pensionärerna i ett land konsumerar endast mat och kläder. Maten kostar 20 kr/enhet och priset på kläder är 80 kr/enhet. Alla pensionärer är identiska, har normala preferenser och uppstår en statligt utbetald pension på 1000 kr som läggs på de båda varorna. Vid rådande priser och pensionsnivå köper de 10 enheter mat och 10 enheter kläder.

Så stiger priset på kläder med 50% samtidigt som priset på mat fördubblas. För att pensionärerna skall nå samma nytta som tidigare föreslår regeringens rådgivare att pensionerna skall höjas med 60%. Men räcker verkligen detta för att pensionärerna skall ha oförändrad välfärd, är det precis tillräckligt, eller kommer pensionärernas välfärd rent av att ha ökat jämfört med föreförändringarna ?

Ange rätt alternativ och motivera ditt svar *grafiskt(10p)* och *skriftligt(10p)*.

- SVAR:
- A pensionshöjningen räcker inte - välfärden sjunker
 - B pensionshöjningen räcker precis – välfärden oförändrad
 - C pensionshöjningen räcker mer än väl – välfärden ökar

Fråga 3. 10 poäng (Företagsekonomi)

Hur redovisning av s.k. immateriella tillgångar ska gå till är inte självklart. Personalen brukar sägas vara den viktiga resursen, marknadsföringsorganisationen och utvecklingsverksamheten kan vara hela kärnan i företaget liksom företags anseende.

a) Vilka redovisningsprinciper är centrala för redovisningen av immateriella tillgångar? (2 poäng)

b) Vilka möjligheter finns att aktivera utgifter för forskning respektive produktutveckling? (2 poäng)

c) Goodwill kan uppkomma i samband med företagsförvärv och är i så fall en immateriell tillgång (4 poäng).

1. Vad är goodwill?
2. Måste goodwill minska i värde? Måste man göra avskrivning på goodwillposten?
3. Kan inte goodwill öka i värde? Kan man skriva upp värdet på goodwillposten?
4. Kan negativ goodwill uppkomma – och hur hanteras den i redovisningen?

d) Antag att företaget har gjort omfattande insatser när det gäller personalens kompetensutveckling och att detta har varit så framgångsrikt att man under de senaste två åren har nått en marknadsledande position och därtill vid mycket god lönsamhet – mätningar visar att företags anseende ha ökat och är överlägset bäst i branschen. Vilka möjligheter finns att aktivera dessa utgifter för kompetensutveckling som ”goodwill” eller på annat sätt? (2 poäng)

Fråga 4. 10 poäng (Företagsekonomi)

Svenska företag har i flera år gjort organisatoriska förändringar för att öka sin lönsamhet, från att ”platta till sin organisation” till att flytta verksamhet till låglöneländer. Vilka organisatoriska konsekvenser*) kan man se som en följd av följande åtgärder:

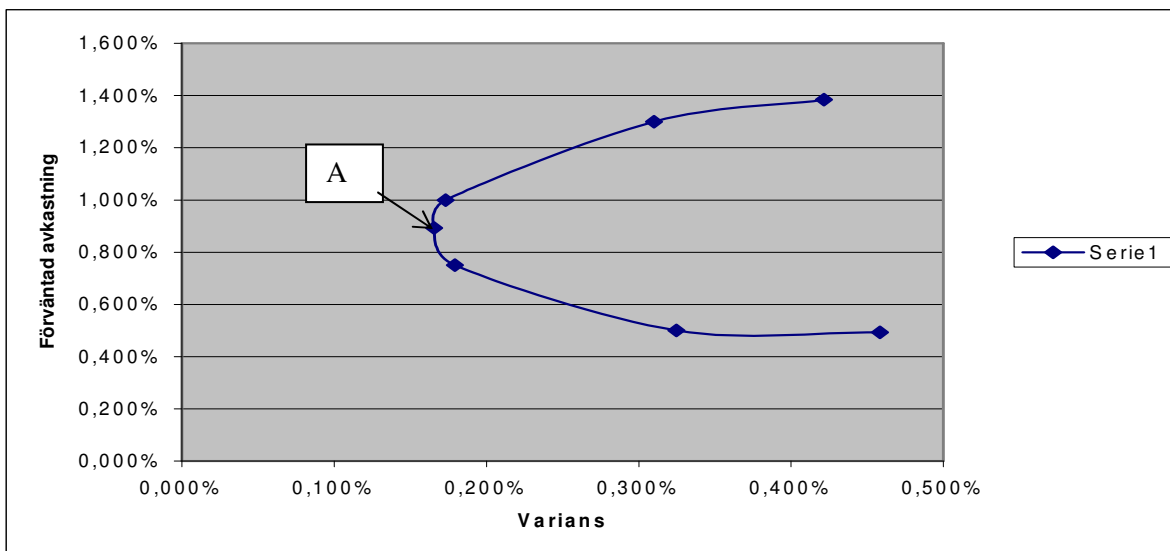
- Outsourcing
- Omorganisering till en matrisorganisation
- Införandet av en kundfokuserad affärsidé

*) med organisatoriska konsekvenser avses: struktur, motivation och ledarskap.

Fråga 5. 10p (Allmän ekonomi)

Inom finansiell teori värdesätts riskdiversifiering högt.

- Vad innebär diversifiering? (2p)
- Hur kan man uppnå detta? (2p)
- På vilka olika sätt kan man diversifiera risk, d v s utifrån vad skall investeringsval göras? Nämn tre faktorer. (3p)
- Varför är det förknippat med problem att bygga sin portfölj utifrån beräkningar av olika tillgångars risk (standardavvikelse eller varians) och avkastning under historiska perioder? (2p)
- Grafen visar på en portfölj bestående av olika tillgångar. De olika punkterna på kurvan visar vilken avkastning resp varians (risk) som portföljen har vid olika proportioner på tillgångarna. Vad kallas punkten markerad som A i grafen nedan? (1p)



Fråga 6. 5 poäng (Allmän ekonomi)

Man har genomfört en marknadsundersökning rörande tvättprodukten "Eminent Remover". Undersökningen har gjorts i ett slumpmässigt urval om 350 personer från populationen av i Sverige boende och med ålder 18 år och äldre, i vilken man bl a ställt frågorna:

Hur gammal är du?
 18-30 31-50 50-

Hur ofta använder du fläckborttagningsmedel när du tvättar kläder?
 Aldrig Alltid

Svaren på den första frågan har kodats med värdena 1 (för alternativet 18-30), 2 (för alternativet 31-50) och 3 (för alternativet 50-).

Svaren på den andra frågan har kodats med värdena 1, 2, 3, 4, 5 för alternativ från vänster till höger.

Följande tabell visar en sammanställning av resultaten på dessa två frågor:

| Ålder | Hur ofta använder du fläckborttagningsmedel? | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 66 | 27 | 21 | 5 | 0 |
| 2 | 23 | 29 | 45 | 44 | 17 |
| 3 | 12 | 16 | 19 | 15 | 11 |

Deluppgift 1:

Gör en tabell med relativa frekvenser över hur ofta fläckborttagningsmedel används bland personer i åldrarna 18-30 år. (2p)

Deluppgift 2:

I tabellen är det 12 personer i åldrarna 50- som aldrig använder fläckborttagningsmedel och motsvarande antal i åldrarna 31-50 är 23. Visar detta på att det är högre andel i åldrarna 31-50 än i åldrarna 50- bland de i Sverige boende, som använder fläckborttagningsmedel? Utred frågan på lämpligt sätt. (3p)

Fråga 7. 10 poäng (Företagsekonomi)

I marknadsföringslitteraturen återfinns modeller som används för att kartlägga hur långt kunden har kommit i köpprocessen, från att känna till att företaget finns till att köpa företagets produkter. En sådan modell är "Buyer Readiness Stage", som innehåller sex steg:

- Awareness
- Knowledge
- Liking
- Preference
- Conviction
- Purchase

Denna modell används ofta av företag för att fatta beslut om prioriteringar av marknadsföringsbeslut. Utgå från denna modell och välj två verkliga produkter - en med låg awareness och en med hög awareness. Ange en procentsats för varje steg, d v s hur många procent av målgruppen som känner till/har vetskap om/gillar/föredrar/är övertygade om att köpa resp. köper produkten. Ge sedan för varje steg förslag på lämpliga metoder för att föra kunden vidare i köpprocessen.

Fråga 8. 5p (Allmän ekonomi)

Nedan följer några frågor om analysen av "företaget" i ekonomi.

- a) Hur behandlas företaget inom neo-klassisk teori? (1)
- b) Varför finns det företag enligt Nobelpristagaren Ronald Coase? (2p)
- c) Vad menar ekonomer när de talar om företag som ett "nexus of contracts"? (2p)