

Drugi međuispit iz Inženjerske ekonomike

1. Coca-Cola je primjer proizvoda koji je vrlo snažnim brandom oštro diferenciran od konkurencije. Unatoč zamjetno višoj cijeni od konkurentskih proizvoda iz grupe gaziranih sokova, naročito kada je riječ o manje poznatim proizvođačim, Coca-Cola ima izuzetno mnogobrojnu bazu odanih potrošača diljem svijeta. Odredite koju od pet generičkih strategija primjenjuje proizvođač tog pića.
a) Strategija široke diferencije
b) Strategija fokusiranja uz diferenciju
c) Strategija fokusiranja uz niske troškove
d) Strategija najboljeg utroška
e) Strategija niskih troškova

2. Microsoft je tajnima držao podatke nužne za osiguravanje interoperabilnosti konkurentskog softvera za umrežavanje računala i poslužitelja koji koriste Windows operativni sustav. Ovakva zlouporaba tržišne moći može se klasificirati kao:
a) Neizvršavanje obveze računovodstvenog razdvajanja
b) Neprimjenjivanje troškovno utemeljenog načina formiranja cijena pristupa kodu
c) Sve tvrdnje su točne
d) Neizvršavanje obveze davanja pristupa esencijalnim resursima
e) Ni jedan odgovor nije točan

3. Na tržištu djeluje šest poduzeća pri čemu tri od njih imaju sljedeće tržišne udjele: 10%, 20%, 25%. Ostala poduzeća imaju međusobno jednake tržišne udjele. Izračunajte redom koliki je HH indeks, CR4 koeficijent i efektivni broj konkurentskih poduzeća Nef (tj. broj koji pokazuje koliko bi poduzeća s međusobno jednakim tržišnim udjelima dalo jednak iznos HH indeksa kao šest zadanih poduzeća).
a) HH=0.15 CR4=0.66 Nef=5.56
b) HH=0.18 CR4=0.75 Nef=5.56
c) HH=0.18 CR4=0.75 Nef=7.50
d) HH=0.22 CR4=0.45 Nef=4.55
e) HH=0.30 CR4=0.90 Nef=3.33

4. Neka je regulirani prihod monopoliste zadan jednadžbom $R=a+(1-b)*C$. O kojem se modelu regulacije radi ukoliko vrijedi da je $a=b=0$?
a) Čista regulacija prema trošku
b) Svi odgovori su točni
c) Profit-sharing regulacija
d) Nijedan odgovor nije točan
e) Regulacija s fiksnom cijenom

5. Za svaku strategiju koju uprava poduzeća izradi i implementira vrijedi:
- a) Strategija je prvenstveno sredstvo komunikacije poduzeća s okolinom: ona služi kakao bi javnost (dioničari) znali za temeljna usmjerenja poduzeća. S obzirom da unutar samog poduzeća strategija nema veliku vrijednost u kontekstu konkretnih poslovnih procesa koji se operativno odvijaju, strategija obično ima oblik priopćenja koje bi u idealnom slučaju trebalo biti čim kraće, jezgrovitije i jasnije.
 - b) Strategiju donosi uprava poduzeća u prvom redu kako bi napisala program rada neposredno nakon što je imenovana, sve s ciljem da vlasnici i/ili nadzorni odbor, promatrajući ostvarenje strateških planova, mogu meritorno ocjenjivati kvalitetu rada uprave na korist poduzeća i njegovih vlasnika.
 - c) **Strateški ciljevi i općenito učinci provedbe strategije moraju se stalno propitivati i po potrebi korigirati, s obzirom da konkurenti ne miruju, nego promatraju što mi radimo, i tome prilagođuju svoje strateške poteze.**
 - d) Strategija se donosi i usvaja jednom godišnje na najvišim tijelima upravljanja (uprava, pa zatim nadzorni odbor), i prilaže se godišnjim izvješćima poduzeća u javnom vlasništvu, ili poduzeća izlistanih na dioničkim burzama. Svrha toga pravila je da se uprave poduzeća formalno i zakonski prisile da donesu strategiju barem jednom godišnje, jer je to u najboljem interesu poduzeća.
 - e) Ona je neka vrsta „svetog pisma“ – kad se jednom uhvati neki kurs, nema smisla mijenjati ga, jer neodlučne kompanije najčešće završavaju kao neuspjezne.
6. Ako se projekt financira kapitalom skupljim od interne stope povrata (IRR), kada će nastupiti trenutak povrata investicije (tj. „prelaska“ na pozitivnu stranu neto zarade):
- a) Kasnije nego kad bi kapital koštao koliko iznosi IRR
 - b) IRR i trošak kapitala nemaju veze s vremenom povrata investicije
 - c) **Nikada**
 - d) Ranije nego kad bi kapital koštao koliko iznosi IRR
 - e) Odmah (tj. do kraja prve godine izvođenja projekta)
7. U državama suvremenog ekonomskog i pravnog poretka, vlada i/ili parlament i/ili predsjednik države mogu izmijeniti ili ukinuti odluku regulatornog tijela u postupanju po nekom predmetu:
- a) Po vlastitoj diskreciji, bilo kada
 - b) U slučaju kada se neka zainteresirana strana opravdano žali na odluku
 - c) U svakom slučaju kada je to u interesu naroda
 - d) **Nikada – to je u nadležnosti sudske vlasti**
 - e) U slučaju kada ocijene da je odluka regulatorne agencije pogrešna, loša, ili čak nezakonita
8. U koju kategoriju SWOT analize studija računarstva na FER-u biste stavili „veliki broj poslovnih škola i veleučilišta s informatičkim nastavnim programima, na kojima se brže i lakše dolazi do diplome nego na FER-u“.
- a) Prilike

- b) Slabosti
- c) Prijetnje**
- d) Snage
- e) Tvrdnja uopće ne može biti sastavni dio SWOT analizr studija računarstva na FER-u

9. Razlika između priliva i odliva novca tijekom šest godinane projekta u svakoj od godina planirana je u milijunima kuna nominalno, redom od sadašnje godine: -50, -90, -60, -30, 0, +30, +60, +90, +50. Kakva je interna stopa povrata projekta?
- a) Negativna (što ujedno znači da je za projekt sigurno nemoguće pronaći kapital)**
 - b) Nikako se ne može odrediti jer nema dovoljno podataka
 - c) Pozitivna
 - d) Teži ka minus beskonačnosti (što ujedno znači da projekt nije isplativ ni pod kojim uvjetima)
 - e) Teži ka plus beskonačnosti (što ujedno znači da je projekt isplativ u svim uvjetima)
10. U malenoj zemlji Dembeliji postojao je samo jedan potok, samo jedan mlin, i samo jedan mlinar. Kod njega su svi nosili svoje žito kako bi ga on samljeo. Mlinar je uvidio da ima odličan monopolski položaj, pa je odlučio osnovati vertikalno integrirano poduzeće koje je u sebi sadržavalo funkcije mljevenja žita, te pečenja kruha i drugih peciva. Mlinar ima trošak nabave žita od A kuna po kg, trošak mljevenja od B kuna po kg, te trošak pečenja od C kuna po kg. Što će mlinar napraviti prema kupcima svojeg kruha i peciva, te prema ostalim pekarima, kako bi sa tržišta odstranio konkurentske pekare?
- a) Prema svojim krajnjim kupcima zaračunavat će cijenu po kg kruha i peciva na razini znatno višoj od $A+B+C$. Prema svojim konkurentima zaračunavat će cijenu brašna na razini $A+B$
 - b) Prema svojim krajnjim kupcima zaračunavat će cijenu po kg kruha i peciva na razini $A+B+C$. Prema svojim konkurentima zaračunavat će cijenu brašna na razini $A+B$
 - c) Prema svojim krajnjim kupcima zaračunavat će cijenu po kg kruha i peciva na razini $A+B+C$ uvećanoj za određenu dobit. Prema svojim konkurentima zaračunavat će cijenu brašna na razini znatno višoj od $A+B$**
 - d) Prema svojim krajnjim kupcima zaračunavat će cijenu po kg kruha i peciva na razini znatno višoj od $A+B+C$. Prema svojim konkurentima zaračunavat će cijenu brašna na razini $A+B$, uvećanoj za određenu dobit
 - e) Prema svojim krajnjim kupcima zaračunavat će cijenu po kg kruha i peciva na razini znatno višoj od $A+B+C$. Prema svojim konkurentima zaračunavat će cijenu brašna na razini znatno nižoj od $A+B$