

LiMA A: Sertifikuotas marketingo specialistas

A2 MODULIO DEMONSTRACINIAI KLAUSIMŲ PAVYZDŽIAI

Atsakymą suformuluokite **aiškiai ir glaustai**.

Atsakymus turite pateikti **pridedamame** atsakymų lape, **neišeidami iš rėmelio ribų**.

Rašykite **aiškiai**, juodos arba tamsiai mėlynos spalvos šratinuku.

Neįskaitomai užrašyti atsakymai arba atsakymai, pateikti **kitoje atsakymų lapo pusėje** bus **nevertinami**.

Bandomųjų atvejo analizių skaičius: 2

Šioje egzamino dalyje aprašyti atvejai remiasi iš dalies tikra ir iš dalies išgalvota informacija. Draudžiama publikuoti be LiMA raštiško leidimo.

<p>Dėmesio! Rezultatus apvalinkite ne skaičiavimo metu, bet užbaigę skaičiavimus. Apvalinama paliekant du skaitmenis po kablelio.</p>

Sėkmės!

1 atvejis: Motociklai

Ižanga

Važinėjimasis motociklu yra populiarus užsiėmimas. Per pastaruosius dešimtmečius motociklų skaičius Nyderlanduose išaugo. Nuo 100 000 motociklų 1980 m. šis skaičius padidėjo iki 800 000 vienetų 2015 m. Motociklus dažniausiai perka 35–55 metų amžiaus vyrai. Daugiau kaip 1,3 mln. Nyderlandų gyventojų turi vairuotojo pažymėjimą, leidžiantį vairuoti motociklą, tačiau tik 62 proc. jų yra savo vardu įregistravę šią transporto priemonę. Likę 38 proc., norėdami smagiai praleisti dieną, reguliariai išsinuomoja motociklą. Norint įsigyti motociklą, teks pakloti vidutiniškai apie 8 800 EUR. Motociklas paprastai naudojamas septynerius metus, po to jis keičiamas nauju. Motociklininkas, ketinantis pirkti motociklą, žvelgia plačiai. Tokie žmonės visa širdimi įsitraukia į pirkimo procesą. Niekas niekada neperka pirmo pasitaikiusio motociklo, nes jis kainuoja didelius pinigus. Ieškant tinkamiausio motociklo surenkama daug informacijos, tarpusavyje lyginami įvairūs prekių ženklai. Renkantis motociklą prekės ženklo patikimumas ir gamintojo įvaizdis yra lygiai tokie pat svarbūs veiksniai, kaip ir kaina. Ne mažiau reikšmingas motociklų platintojo teikiamas aptarnavimas.

Dauguma motociklų į Nyderlandų rinką patenka per importuotojus. Importuotojai rūpinasi motociklų įvežimu ir platinimu. Vienas importuotojas gali atstovauti daugiau kaip vienam prekės ženklui. Kai kurių garsių prekės ženklų (pvz., „Harley-Davidson“ ir BMW) gamintojai dirba tik su tokiais platintojais, kurie atstovauja tik jų prekės ženklus. Greta vieno prekės ženklo atstovų rinkoje taip pat yra platintojų, kurie siūlo įvairių gamintojų motociklus. Tokie platintojai laisvai renkasi, kokio prekės ženklo ir modelio prekes pirkti. Bet kuriuo atveju dauguma platintojų (60 proc.) yra savarankiškos įmonės, kurios pačios nusprendžia dėl asortimento ir tiesiogiai perka prekes iš importuotojų. Nyderlandų rinkoje iš viso veikia 15 importuotojų, kurių kiekvienas turi savo platintojų tinklą. Ekonomikos krizė stipriai palietė ir motociklų rinką. Dėl jos ženkliai smuko naujų motociklų pardavimas. Sumažėjusį motociklų pardavimą pajuto ir naudotų transporto priemonių rinka.

Moterys motociklininkės

Pagalvojus apie motociklo vairuotoją, prieš akis visada iškyla kresno vyro su dideliais ūsais, sėdinčio ant „Harley-Davidson“, vaizdas. Tačiau pastaruoju metu vis daugiau moterų įgyja motociklininko pažymėjimą. Centrinio vairavimo įgūdžių biuro duomenimis, tokia tendencija akivaizdi nuo 2011 m. Nuo 2011 iki 2015 m. moterų motociklininkių skaičius išaugo nuo 6 000 iki 9 800. Skaičiai taip pat rodo, kad per pastaruosius vienerius metus motociklininko pažymėjimą įgijo labai daug moterų, kurių amžius nesiekia 24 metų: jų skaičius išaugo nuo 2 500 iki 4 000. Neseniai Amerikoje atliktas tyrimas parodė, kad moterys motociklininkės jaučiasi laimingesnės ir labiau pasitiki savimi, nei moterys, kurios nevairuoja motociklo. Kalbant apie pasitikėjimą savimi, motociklininkių rezultatai yra geresni: 35 proc. moterų motociklininkių visada

jaučiasi savimi pasitikinčios. Tik 18 proc. motociklo nevairuojančių moterų jaučiasi taip pat. Daugiau kaip 50 proc. moterų motociklininkių teigia, kad motociklas yra esminė jų laimės pojūčio dalis.

„Motorlady“

Annika Wahlburg visiškai sutinka su teiginiu, kad motociklo vairavimas suteikia laimę. Ji yra motociklais prekiaujančios įmonės „Motorlady“, kuri orientuojasi į augantį moterų motociklininkių segmentą, savininkė. Pati Annika yra entuziastinga motociklininkė. „Motociklo vairavimas yra pats nuostabiausias dalykas. Nuo 2010 m. mes orientuojamės į moteris motociklininkes ir turime išskirtinę amerikietišku motociklų „Fancybikes“ platinimo teisę. Nyderlanduose motociklą „Fancybikes“ galima įsigyti tik mūsų įmonėje ir niekur kitur“. Vartotojams nesunku sužinoti apie prekybos įmonę „Motorlady“. Iš dalies dėl to reikėtų dėkoti pastaraisiais metais įdėtoms marketingo pastangoms. „Fancybikes“ siūlo įvairių modelių motociklų, priskiriamų skirtingiems kainų diapazonams. Kuriant įvairius modelius buvo atsižvelgiama į moteris: pavyzdžiui, numatyta pažeminta sėdynė, pasirinktos lengvesnės medžiagos. Spalvos ir priedai taip pat be priekaištų. Motociklų spalvų gama ir moteriški priedai (veidrodėliai, šalmai, kostiumai, krepšiai ir kelioninės dėžės) patenkins bet kokį skonį.

Interneto svetainė ir internetinis marketingas

Iki šiol turėjusi tik fizinę parduotuvę, įmonė „Motorlady“ neseniai pristatė ir savo interneto svetainę. Interneto svetainė pirmiausia yra skirta moterims motociklininkėms, kurios nori susipažinti su šios specializuotos parduotuvės siūlomais skirtingais motociklų modeliais ir jų kainų įvairove. Patys motociklai nėra perkami internetu. Annika sako: „Motociklą reikia jausti. Jausti, kaip vėjas kedena plaukus, kaip paspausti greičio pedalą ir nuleki. Dauguma potencialių pirkėjų išsirenka motociklą internetu, o po to atvyksta į parduotuvę jo išbandyti“. Taip pat didžioji dalis su motociklais susijusių prekių vis dar perkama fizinėje parduotuvėje. Pusė žmonių palygina produktus internete, o paskui atvyksta į motociklų parduotuvę įsigyti pageidaujamos prekės. Iš viso daugiau kaip 70 proc. produktų parduodama fizinėje parduotuvėje. „Motorlady“ paleido interneto svetainę iš dalies siekdama padidinti savo pavadinimo žinomumą. Šiuo metu Annika užsiima internetinio marketingo planu, į kurį įtraukta reklama paieškos sistemose (angl. *SEA*) ir reklama interneto svetainėse (angl. *display advertising*).

1 klausimas (16 balų)

Motociklizmo populiarumas Nyderlanduose auga ir vis daugiau moterų sėda ant motociklo. Įmonė „Motorlady“, siūlydama prekės ženklą „Fancybikes“, orientuojasi į moteris motociklininkes.

- a) Kokio modelio pirkėjo elgseną atspindi naujo motociklo pirkimas?
Savo atsakymą pagrįskite remdamiesi bent 3 požymiais ir atvejuje pateikta informacija.
- b) Kiek motociklų sudaro vidutinę pakeitimo paklausą (angl. *replacement demand*) per metus? Suapvalinkite atsakymą iki sveiko skaičiaus.
- c) Nurodykite keturis veiksnius, kurie daro poveikį pirkėjų jautrumui kainai (angl. *price sensitivity*).
- d) Paaiškinkite 3 paskirstymo tipus rūšis ir nurodykite, kokio tipo paskirstymą naudoja „Motorlady“.
- e) Apibūdinkite sąvokas „reklama paieškos sistemose“ (angl. *SEA*) ir „reklama interneto svetainėse“ (angl. *display advertising*). Sugalvokite po abiejų reklamos rūšių pavyzdį įmonei „Motorlady“.

2 atvejis: Ar spėsime pabėgti laiku?

Ižanga

Pabėgimo kambarys - tai žaidimas, kurio tikslas yra pabėgti iš tam tikros erdvės sprendžiant galvosūkius ir atsakant į klausimus. Žaidimas skirtas žmonių grupei. Žaidėjai uždaromi kambaryje ir jiems duodama užduotis bendradarbiaujant tarpusavyje per 60 minučių iš jo išėiti. Pabėgimų kambarių priešistorė glūdi kompiuteriniuose žaidimuose. Remiantis kompiuteriniais žaidimais, kurie angliškai vadinami „Escape games“, buvo sukurti fiziniai kambariai. Jie apima internetinių pabėgimo kambarių, interaktyvaus teatro, siaubo kambarių, galvosūkių ir lobiai ieškojimo elementus. Pirmas pabėgimo kambarys atsirado Japonijoje, 2007 m.

Nyderlandų pabėgimo kambarių rinka

Nyderlandai buvo viena pirmųjų Vakarų Europos šalių, kurioje atsirado pabėgimo kambariai. Pirmi pabėgimo kambariai buvo sukurti 2013 m., Maastrichte ir Eindhoven. 2015 m. Nyderlanduose buvo 238 pabėgimo kambariai, įsikūrę 133 vietose. Pabėgimo kambarių pasiūlos plėtra žengia dar tik pirmus žingsnius. Tikimasi, kad per ateinančius penkerius metus ji akivaizdžiai išaugs. Plėtra palies ne tik tam skirtose vietose šią paslaugą teikiančius asmenis. Pabėgimo kambariais, kaip šalutine veikla, turėtų susidomėti ir dabartiniai laisvalaikio, pramogų, apgyvendinimo ir viešojo maitinimo paslaugų teikėjai. Pavyzdžiui, pabėgimo kambarius, kaip papildomą paslaugą, galėtų siūlyti pramogų parkai, kempingai, atostogų parkai, boulingai ir žaidimų aikštelės. Nedidelės investicijos ir didelis žaidimo kūrėjų bei vartotojų kūrybingumo poreikis skatina tolesnę rinkos augimą. Reikia pastebėti, kad didėja ne tik dabartinių pabėgimo kambarių apyvarta, bet dėl mažų investicinių sąnaudų šiame etape gera ir grąža nuo pardavimų. 2015 m. vidutinė pardavimų grąža šiame sektoriuje buvo 10 proc. Ateinančiais metais paklausa iš naujų vartotojų pusės labai augs.

Davidas ir Nilso pabėgimo kambarys

Žaidimų fanatikai Davidas ir Nilsas gerai žino, kas yra pabėgimo kambarys. Jie taip susidomėjo pabėgimo kambariais, kad praėjusiais metais patys atidarė vieną jų Amsterdame. Jų pabėgimo kambarys įsikūręs unikaliaje vietoje – apleistoje gamykloje. Entuziastingai nusiteikę Davidas ir Nilsas sako: „Pabėgimo kambarys yra patraukli atsvara socialiniams tinklams ir pramogų parkų siūlomoms atrakcionams. Be to, savo pabėgimo kambaryje mes siūlome patirti virtualią realybę, kuri suteikia papildomą matmenį ir dar labiau įtraukia žaidėjus, dėvinčius specialius akinius, į istoriją. Mes orientuojamės į individualius lankytojus: paprastai tai yra draugų kompanijos, mergvakarių arba bernvakarių dalyviai“. Naujausia Davido ir Nilso idėja – mobilūs pabėgimo kambariai. Jie pasižymėtų lankstumu, nes juos būtų galima pervežti į įvairias vietas. Puiki idėja festivaliams arba didelėms įmonių šventėms.

Sėkmės veiksniai

Geras pabėgimo kambarys įtraukia žaidėjus į kuriamą istoriją ir leidžia įsijausti. Pridėjus tinkamų detalių pasakojimas tampa gyvas. Tokios detalės turi atitikti kambario temą ir kurti nuotaiką: pavyzdžiui, tai gali būti temą atitinkantys drabužiai (kalinių kostiumai) arba užsakymą patvirtinantis SMS pranešimas iš pasakojimo veikėjo. Galvosūkių ir mįslių sunkumo lygis turi gerai atitikti žaidėjų sugebėjimus, o dalis sprendimo turi būti nulemta bendradarbiavimo ir grupinio darbo. Be to, žaidimus, užduotis, pasakojimus ir erdves reikia nuolat atnaujinti. Reikia nepamiršti ir tokių pabėgimo kambarių kūrėjų kūrybingumo IT, komunikacijos, persirengimo, dekoracijų ir galvosūkių srityse.

Ateitis

Davidas ir Nilsas turi aibę kūrybingų idėjų, susijusių tiek su dabartiniu pabėgimo kambariu, tiek su ateityje planuojamu mobiliu kambariu. Jie mato ateitį rožinėmis spalvomis ir laukia nesulaukia, kada galės toliau plėtoti savo planus ir idėjas. 1 lentelėje pateikta jų įmonės pelno (nuostolio) ataskaita rodo, kad jau pirmaisiais veiklos metais gautas pelnas!

	2015
Apyvarta	100 000 EUR
Įsigijimo savikaina	25 000 EUR
<i>Metinės sąnaudos</i>	
Reklamos biudžetas	3000 EUR
Nuoma	4000 EUR
Personalo sąnaudos	45 000 EUR
Valymo sąnaudos	1500 EUR
Draudimo sąnaudos	750 EUR
Bendros sąnaudos	54 250 EUR
Veiklos rezultatas	20 750 EUR
Palūkanų išlaidos	10 000 EUR
Pelnas iki mokesčių	10 750 EUR

1 lentelė. Davido ir Nilso pabėgimo kambario pelno (nuostolio) ataskaita

2 klausimas (9 balai)

Pabėgimo kambarys - tai žaidimas, kurio tikslas yra pabėgti iš tam tikros erdvės. Davidas ir Nilsas yra sukūrę pabėgimo kambarį. Jie ruošiasi netrukus taip pat pasiūlyti mobilių pabėgimo kambarį.

- a) Nustatykite, kokiame prekės gyvenimo ciklo etape yra Nyderlandų pabėgimo kambariai. Savo atsakymą pagrįskite dviem požymiais, kuriuos rasite tekste.
- b) Kokią augimo strategiją pagal Ansoff'ą atitinka mobilaus pabėgimo kambario sukūrimas? Savo atsakymą pagrįskite.
- c) Pateikite balanso ir pelno (nuostolio) ataskaitos apibrėžtis.
- d) Apskaičiuokite Davido ir Nilso pabėgimo kambario 2015 m. grąžą nuo pardavimų (angl. *ROS*). Parodykite skaičiavimus ir suapvalinkite juos iki dviejų dešimtųjų.
- e) Kokią išvadą galima padaryti remiantis Davido ir Nilso pabėgimo kambario grąža nuo pardavimų 2015 m.?

1 klausimas (16 balų)

Motociklizmo populiarumas Nyderlanduose auga ir vis daugiau moterų sėda ant motociklo. Įmonė „Motorlady“, siūlydama prekės ženklą „Fancybikes“, orientuojasi į moteris motociklininkes.

1a Kokio modelio pirkėjo elgseną atspindi naujo motociklo pirkimas? Savo atsakymą pagrįskite remdamiesi 3 požymiais ir atvejuje pateikta informacija. (4 balai)

1b Kiek motociklų sudaro vidutinį pakeitimo poreikį (angl. *replacement demand*) per metus? Suapvalinkite atsakymą iki sveiko skaičiaus. (2 balai.)

1c Nurodykite keturis veiksnius, kurie daro poveikį pirkėjų jautrumui kainai (angl. *price sensitivity*). (2 balai)

1d Paaiškinkite 3 paskirstymo (platinimo) rūšis ir nurodykite, kokios rūšies paskirstymą naudoja „Motorlady“. (4 balai).

1e. Apibūdinkite sąvokas „reklama paieškos sistemose“ (angl. *SEA*) ir „reklama interneto svetainėse“ (angl. *display advertising*). Sugalvokite po abiejų reklamos rūšių pavyzdį įmonei „Motorlady“. (4 balai).

2 klausimas (9 balai)

Pabėgimo kambarys - tai žaidimas, kurio tikslas yra pabėgti iš tam tikros erdvės. Davidas ir Nilsas yra sukūrę pabėgimo kambarį. Jie ruošiasi netrukus taip pat pasiūlyti mobilių pabėgimo kambarį.

2a. Nustatykite, kokiame prekės gyvenimo ciklo etape yra Nyderlandų pabėgimo kambariai. Savo atsakymą pagrįskite dviem požymiais, kuriuos rasite tekste. (2 balai)

2b. Kokią augimo strategiją pagal Ansoff'ą atitinka mobilaus pabėgimo kambario sukūrimas? Savo atsakymą pagrįskite. (2 balai).

2c. Pateikite balanso ir pelno (nuostolio) ataskaitos apibrėžimus. (2 balai)

2d. Apskaičiuokite Davido ir Nilso pabėgimo kambario 2015 m. grąžą nuo pardavimų (angl. *ROS*). Parodykite skaičiavimus ir suapvalinkite juos iki dviejų dešimtųjų. (1 balas)

2e. Kokią išvadą galima padaryti remiantis Davido ir Nilso pabėgimo kambario grąža nuo pardavimų 2015 m.? (2 balai)

A2 MODULIO PABAIGA.

ATSAKYMAI IR VERTINIMO INSTRUKCIJOS (VISO – 27 BALAI)**1 klausimas (16 balų)**

Motociklizmo populiarumas Nyderlanduose auga ir vis daugiau moterų sėda ant motociklo. Įmonė „Motorlady“, siūlydama prekės ženklą „Fancybikes“, orientuojasi į moteris motociklininkes.

1a Kokio modelio pirkėjo elgseną atspindi naujo motociklo pirkimas? Savo atsakymą pagrįskite remdamiesi 3 požymiais ir atvejuje pateikta informacija. (4 balai)

1a. Išplėstinis (sudėtingas, kompleksinis) problemos sprendimas.

Rizika: didelė

Įsitraukimo lygis: aukštas

Pirkimo dažnumas: retas

Renkamas informacijos kiekis: daug

Svarstomų alternatyvų rinkinys: platus

Kaina: aukšta

Ištrauka iš teksto: "Motociklininkas, ketinantis pirkti motociklą, žvelgia plačiai. Tokie žmonės visa širdimi įsitraukia į pirkimo procesą. Niekas niekada neperka pirmo pasitaikiusio motociklo, nes jis kainuoja didelius pinigus. Ieškant tinkamiausio motociklo surenkama daug informacijos, tarpusavyje lyginami įvairūs prekių ženklai. Renkantis motociklą prekės ženklo patikimumas ir gamintojo įvaizdis yra lygiai tokie pat svarbūs veiksniai, kaip ir kaina. Ne mažiau reikšmingas motociklą platintojo teikiamas aptarnavimas."

Vertinimas: 1 balas už teisingą pirkimo elgsenos įvardinimą, 1 balas už teisingai įvardintą charakteristiką. Svarbu: Pirkimo elgsenos tipas turi atspindėti įvardintas charakteristikas. Priešingu atveju balai nepriskiriami.

1b Kiek motociklų sudaro vidutinį pakeitimo poreikį (angl. *replacement demand*) per metus? Suapvalinkite atsakymą iki sveiko skaičiaus. (2 balai.)

1b. Pakeitimo paklausa:
Rinkos dydis = 1.3000.000
Turi = 62% * 1.300.000 = 806.000
Motociklas keičiamas kas septyneri metai
Pakeitimo paklausa:= 806.000/7 = 115.143

Vertinimas:

1 balas už teisingą turėtojų skaičių: 806.000

1 balas už teisingą pakeitimo paklausos apskaičiavimą: 115.143.

Jei neteisingai apskaičiuotas turėtojų skaičius, tačiau teisingai padalinta iš septynerių metų, skirti 1 balą.

Viso: 2 balai.

1c Nurodykite keturis veiksnius, kurie daro poveikį pirkėjų jautrumui kainai (angl. *price sensitivity*). (2 balai)

c.

Pirkėjo jautrumas kainai priklauso nuo:

- Produkto būtinumo.
- Pakaitalų buvimo.
- Pirkimo tipo (retas, vienkartinis arba dažnas rutininis).
- Galimybės palyginti kainas.
- Produkto paprastumo.
- Vartotojo lojalumo prekės ženklui.
- Jautrumo socialiniam statusui (pvz., prekės ženklas Harley-Davidson).

Vertinimas:

2 balai už 4 tinkamai įvardintus veiksnius, 1 balas už 3 teisingai įvardintus veiksnius, 0 už 2 ir mažiau įvardintų veiksmų.

1d Paaiškinkite 3 paskirstymo (platinimo) rūšis ir nurodykite, kokios rūšies paskirstymą naudoja „Motorlady“. (4 balai).

1d.

Intensyvus paskirstymas:

- Aukštas produkto prieinamumas
- Būdingas kasdieniams produktams.

Atrankinis paskirstymas

- Produkto prieinamumas ne toks aukštas, tačiau nemažai pagal kriterijus atrinktų kanalų jį parduoda.
- Būdingas pasirenkamoms prekėms (angl. *shopping goods*).

Išskirtinis paskirstymas

- Tik išimtinės teisės gavę kanalai gali pardavinėti produktą/prekės ženklą konkrečioje teritorijoje.
- Būdingas ypatingoms prekėms

Motorlady paskirstymas išskirtinis: jiems suteiktos išskirtinės prekės ženklo „Fancybikes“ teisės. Tai vienintelė parduotuvė Nyderlanduose, kur galima įsigyti „Fancybikes. Motociklai – ypatinga prekė.

Vertinimas:

3 balai už tris teisingai įvardintus paskirstymo tipus ir argumentaciją.

2 balai už du teisingai įvardintus paskirstymo tipus ir argumentaciją.

1 balas už vieną teisingai įvardintą paskirstymo tipą ir argumentaciją.

1 balas už teisingai įvardintą Motorlady paskirstymo tipą.

Viso: 4 balai.

1e. Apibūdinkite sąvokas „reklama paieškos sistemose“ (angl. *SEA*) ir „reklama interneto svetainėse“ (angl. *display advertising*). Sugalvokite po abiejų reklamos rūšių pavyzdį įmonei „Motorlady“. (4 balai).

1e.

SEA: reklama paieškos sistemose. (Search Engine Advertising). Produktai reklamuojami per apmokamus paieškos rezultatus. Pavyzdys: Motorlady AdWords kampanija Google (atvedimui į puslapį).

Reklama interneto svetainėse, *display advertising*: online baneriai ir reklama, kuriais siekiama generuoti srautą į puslapį. Taip pat taikoma prekės ženklo žinomumui didinti. Pavyzdys: Baneriai, atkreipiantys vartotojų dėmesį ir nukreipiantys į Motorlady svetainę.

Vertinimas: 1 balas už teisingą kiekvieno termino paaiškinimą. 1 balas už teisingą pavyzdį.

Viso: 4 balai.

2 klausimas (9 balai)

Pabėgimo kambarys - tai žaidimas, kurio tikslas yra pabėgti iš tam tikros erdvės. Davidas ir Nilsas yra sukūrę pabėgimo kambarį. Jie ruošiasi netrukus taip pat pasiūlyti mobilių pabėgimo kambarį.

2a. Nustatykite, kokiame prekės gyvenimo ciklo etape yra Nyderlandų pabėgimo kambariai. Savo atsakymą pagrįskite dviem požymiais, kuriuos rasite tekste. (2 balai)

2a. Įvedimo etapas.

Ištrauka iš teksto: "Pabėgimo kambarių pasiūlos plėtra žengia dar tik pirmus žingsnius. Tikimasi, kad per ateinančius penkerius metus ji akivaizdžiai išaugs. Plėtra palies ne tik tam skirtose vietose šią paslaugą teikiančius asmenis. Pabėgimo kambariais, kaip šalutine veikla, turėtų susidomėti ir dabartiniai laisvalaikio, pramogų, apgyvendinimo ir viešojo maitinimo paslaugų teikėjai. (...) Nedidelės investicijos ir didelis žaidimo kūrėjų bei vartotojų kūrybingumo poreikis skatina tolesnį rinkos augimą."

Vertinimas: 1 balas už teisingą etapą. 1 balas už paaiškinimą (įvardintas arba panašiai aprašytas teksto dalis)

Viso: 2 balai.

2b. Kokią augimo strategiją pagal Ansoffą atitinka mobilaus pabėgimo kambario sukūrimas? Savo atsakymą pagrįskite. (2 balai).

2b. Rinkos vystymas: esamas produktas (pabėgimo kambarys) naujoje rinkoje (festivaliai arba didelės įmonės).

Vertinimas: 1 balas už rinkos vystymą, 1 balas už paaiškinimą.

Viso: 2 balai.

2c. Pateikite balanso ir pelno (nuostolio) ataskaitos apibrėžtis. (2 balai)

2c. Balansas parodo turto ir įsipareigojimų būseną, taip pat akcininkų indėlį organizacijoje.

Pelno-nuostolio ataskaita parodo organizacijos gautas pajamas ir išlaidas nustatytu laikotarpiu (paprastai per metus). Pelno nuostolio ataskaitos rezultatas yra pelnas (teigiamas balansas) arba nuostolis (neigiamas balansas).

Vertinimas: 1 balas už teisingą balanso aprašymą. 1 balas už teisingą pelno-nuostolio ataskaitos aprašymą.

Viso: 2 balai.

2d. Apskaičiuokite Davido ir Nilso pabėgimo kambario 2015 m. pardavimų gražą (angl. ROS). Parodykite skaičiavimus ir suapvalinkite juos iki dviejų dešimtųjų. (1 balas)

2d. $ROS = \text{pelnas iki mokesčių} / \text{pajamos} * 100\%$

$10,750 / 100,000 * 100\% = 10.75\%$

Vertinimas: 1 balas už teisingai apskaičiuotą ROS

Viso: 1 balas.

2e. Kokią išvadą galima padaryti remiantis Davido ir Nilso pabėgimo kambario investicijų graža 2015 m.? (2 balai)

2e. Vidutinė graža sektoriuje 2015 metais buvo 10%. Davidas ir Nilsas demonstravo vos geresnį rezultatą nei rinkos vidurkis (10.75%). Iš esmės galima sakyti, kad jų veikla atitinka rinkos vidurkį.

Vertinimas: 2 balai už teisingą išvadą. Jei ROS buvo apskaičiuotas neteisingai, tačiau to rezultato pagrindu daroma teisinga išvada, balai užskaitomi.