

Produktion und Absatz

Betriebswirtschaftslehre im Grundstudium
der Wirtschaftswissenschaft · Band 2

Von

Dieter Pohmer und Franz Xaver Bea

2., völlig neu bearbeitete Auflage

82 Abbildungen

Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen

Inhalt

Symbolverzeichnis.....	15
I. Teil: Grundlagen der Entscheidungen im Produktionsbereich und im Absatzbereich	17
A. Zielfunktion	18
1. Elemente der Zielfunktion	18
2. Gewinnziel	19
B. Nebenbedingungen	22
1. Gesamtwirtschaftliche und rechtliche Beschränkungen	22
2. Beschränkungen beim Mitteleinsatz	23
3. Verhalten relevanter Wirtschaftssubjekte	23
C. Instrumente	24
1. Instrumente der Kostengestaltung	25
2. Instrumente der Erlösgestaltung	25
D. Aufbau des Lehrbuchs.....	26
E. Kontrollfragen	27
F. Weiterführende Literatur.....	27
II. Teil: Entscheidungen im Produktionsbereich	28
A. Produktionsfunktion und Kostenfunktion	28
1. Produktionsfunktion	28
a) Grundlagen.....	28
aa) Produktion	28
aaa) Produktionsfaktoren.....	29
bbb) Produkte	31
ccc) Produktionsverfahren.....	33
bb) Produktionstheorie	39
b) Grundbegriffe.....	41
aa) Durchschnittsproduktivität.....	41
bb) Grenzproduktivität	42
cc) Skalenerträge	42

c) Typen von Produktionsfunktionen	43
aa) Produktionsfunktion vom Typ A	43
bb) Produktionsfunktion vom Typ B	46
cc) Produktionsfunktion vom Typ C	50
dd) Weiterentwicklungen von Produktionsfunktionen	55
2. Kostenfunktion	57
a) Grundlagen	57
aa) Kosten	57
bb) Kostentheorie	59
b) Grundbegriffe	60
aa) Durchschnittskosten	61
bb) Differenzkosten	62
cc) Grenzkosten	62
dd) Kostenelastizität	63
c) Typen von Kostenfunktionen	63
aa) Fixe und variable Kosten	64
aaa) Fixe Kosten	64
bbb) Variable Kosten	66
bb) Kostenverläufe	69
aaa) Linearer Kostenverlauf	69
bbb) „Ertragsgesetzlicher“ Kostenverlauf	69
ccc) Beziehungen zwischen Typen von Produktions- funktionen und Kostenfunktionen	72
3. Übungsaufgaben und Kontrollfragen	74
4. Weiterführende Literatur	77
 B. Gestaltung der Kosten	 78
1. Bestimmungsgrößen der Kosten	78
2. Nebenbedingungen	81
a) Gesamtwirtschaftliche und rechtliche Beschränkungen	81
b) Stand der Technik	83
c) Verhalten der Marktpartner auf dem Beschaffungsmarkt	84
3. Instrumente der Kostengestaltung	84
a) Faktorpreise	84
aa) Einfluß der Faktoreinsatzmengen auf die Faktorpreise	85
bb) Einfluß der Leistungszeit auf die Faktorpreise	87
b) Faktoreinsatzmengen	89
aa) Bedeutung der Faktorpreise für den Einsatz der Pro- duktionsfaktoren	89
aaa) Isoquanten	89

bbb) Minimalkostenkombination	96
ccc) Wirkung von Preisänderungen	101
bb) Bedeutung der Ausbringungsmenge für den Einsatz der Produktionsfaktoren	105
aaa) Ausbringungsunabhängige Kosten	105
bbb) Variationsformen	106
ccc) Kostenverlauf bei Variation der Einsatzzeit	109
ddd) Kostenverlauf bei Variation der Einsatzgeschwin- digkeit	111
eee) Kostenverlauf bei Variation der Einsatzdimension	115
cc) Bedeutung der Ausbringungsmengenrelation bei gege- benem Produktionsprogramm	117
aaa) Mehrprodukt- und Mehrverfahrensunterneh- mungen	117
bbb) Kostenverlauf bei zeitlich gestaffelter Produktion	121
ccc) Kostenverlauf bei Simultanproduktion	127
c) Produktionsverfahren	132
aa) Änderung von Produktionsverfahren	132
bb) Kriterien der Verfahrenswahl	134
aaa) Produktionswirtschaftliche Kriterien	134
bbb) Absatz-, investitions- und personalwirtschaftliche Kriterien	141
d) Produktionsprogramm	143
4. Abstimmung der Entscheidungen im Produktionsbe- reich	146
5. Übungsaufgaben und Kontrollfragen	147
6. Weiterführende Literatur	151

III. Teil: Entscheidungen im Absatzbereich 152

A. Absatzfunktion und Erlösfunktion	152
1. Absatzfunktion	152
2. Erlösfunktion	153
a) Grundlagen	153
aa) Erlöse	153
bb) Absatztheorie	153
b) Grundbegriffe	154
aa) Durchschnittserlös, Differenzerlös, Grenzerlös	155
bb) Nachfrageelastizität	156
c) Typen von Erlösfunktionen	157

3. Übungsaufgaben und Kontrollfragen	160
4. Weiterführende Literatur	160
B. Gestaltung der Erlöse	161
1. Bestimmungsgrößen der Erlöse	161
2. Nebenbedingungen	162
a) Gesamtwirtschaftliche und rechtliche Beschränkungen ...	162
b) Der Markt	164
aa) Abgrenzung des Marktes	164
bb) Struktur des Marktes	165
aaa) Homogenität des Marktes	165
bbb) Anzahl und relative Größe der Marktteilnehmer	166
cc) Marktsegmentierung	167
c) Verhalten der Nachfrager	169
aa) Einfluß der Bedürfnisstruktur	169
bb) Bedeutung der Preise	172
cc) Wirkungen des Umfangs der verfügbaren Mittel	173
dd) Bedeutung der Struktur des Marktes	174
d) Verhalten der Mitanbieter	175
aa) Bedeutung der Homogenität des Marktes	175
bb) Bedeutung von Anzahl und relativer Größe der Markt- teilnehmer	177
aaa) Polypolistische Marktstruktur	177
bbb) Oligopolistische Marktstruktur	179
ccc) Monopolistische Marktstruktur	182
cc) Marktveränderungen und Anbieterverhalten	183
3. Absatzpolitische Instrumente	184
a) Systematik	184
b) Mengenzpolitik	185
c) Preispolitik	187
aa) Preispolitische Gestaltungsmöglichkeiten	187
bb) Bedeutung der Marktstruktur für die Preispolitik	189
aaa) Preispolitik auf einem Polypolmarkt	189
bbb) Preispolitik auf einem Oligopolmarkt	190
ccc) Preispolitik auf einem Monopolmarkt	192
cc) Preisdifferenzierung	192
dd) Vertikale Preisbildung	196
aaa) Vertikale Preisbildung ohne Preisbindung	196
bbb) Vertikale Preisbildung mit Preisbindung	199
d) Produkt- und Programmpolitik	199
aa) Produktpolitik	200
aaa) Produkteigenschaften	200

bbb) Produktinnovation, Produktvariation und Produktelimination	201
bb) Programmpolitik	202
cc) Wirkungen	203
aaa) Wirkungen auf die Erlöse	203
bbb) Wirkungen auf die Kosten	207
ccc) Wirkungen auf die Nettoerlöse	208
e) Werbung	210
aa) Aufgaben	210
bb) Werbeplanung	211
cc) Wirkungen	213
aaa) Wirkungen auf die Erlöse	213
aaaa) Umfang der Werbewirkung	214
bbbb) Ermittlung der Werbewirkung	216
bbb) Wirkungen auf die Kosten und die Nettoerlöse	218
f) Distributionspolitik	219
aa) Aufgaben	219
bb) Wahl der Absatzwege	219
cc) Gestaltung der Distributionslogistik	221
dd) Wirkungen auf die Kosten und die Nettoerlöse	222
4. Abstimmung der Entscheidungen im Absatzbereich (Marketing-Mix)	225
5. Übungsaufgaben und Kontrollfragen	227
6. Weiterführende Literatur	230

IV. Teil: Abstimmung der Entscheidungen im Produktionsbereich und im Absatzbereich 231

A. Gewinnfunktion	231
B. Simultane produktionswirtschaftliche und absatzwirtschaftliche Entscheidungen	235
1. Mengenpolitik bei temporaler, intensiver und dimensionaler Variation im Produktionsbereich einer Einproduktunternehmung	235
2. Preispolitik bei Variation der Einsatzzeit im Produktionsbereich einer Einproduktunternehmung	242
3. Mengenpolitik einer Mehrproduktunternehmung	244
4. Einsatz der Werbung bei dimensionaler und intensiver Variation im Produktionsbereich	249

14 Inhalt

5. Preispolitik bei Änderung der Fertigungsverfahren....	251
6. Programmpolitik bei Änderung der Fertigungsverfahren	257
C. Übungsaufgaben und Kontrollfragen	262
D. Weiterführende Literatur.....	268
Literaturverzeichnis	269
Stichwortverzeichnis.....	275