

Erhvervsøkonomi

Videregående optimering  
PL Kap 12

---

---

---

---

---

---

---

---

Videregående optimering

- Reklame
  - Formål:
    - At rykke prisafsætningsfunktionen ud-ad ved samme pris.
    - Figur a- enselastisk ved samme pris (side 332)
    - Figur c giver mindre elasticitet (behovet for varen vokser)

---

---

---

---

---

---

---

---

Provision

- Optimalt af DB – s 333
- Normalt af Omsætning
- Illustration side 334
- Sælgerløn variabel omkostning

---

---

---

---

---

---

---

---

**Afsætning med samme pris på flere markeder**

- Forskellig prisafsætningsfunktion på hvert marked
- Gromk. Ens
- Vandret summation af oms og GROMS
- Figur på side 338

---

---

---

---

---

---

---

---

**Én vare, to markeder, samme pris**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Prisdifferentiering**

- Forskellige priser til forskellige efterspørgere
- De må helst ikke kunne sælge til hinanden!
- Tidsmæssig forskel

---

---

---

---

---

---

---

---

**Prisdifferentiering mellem markeder**

- $Groms1 = groms2 = gromk$
- Gromser lægges sammen
- Så tager den hensyn til prisfølsomheden på det enkelte marked.
- Fælles GROMK
- Side 343

---

---

---

---

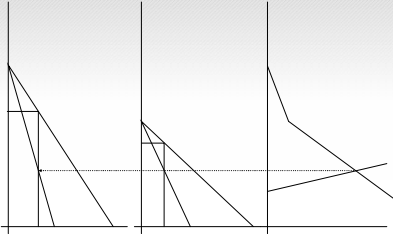
---

---

---

---

**Én vare, to markeder, forskellig pris**



---

---

---

---

---

---

---

---

**Prisdifferentieringsinddelinger**

- Efter købergrupper
- Efter varens anvendelse
- Efter forbrugstidspunkt (år, døgn, uge osv.)
- Geografisk placering
  - dumping

---

---

---

---

---

---

---

---

Uegentlig prisdifferentiering
<ul style="list-style-type: none"><li>• Forskellige varer</li><li>• Egentlig prisdifferentiering<ul style="list-style-type: none"><li>– Samme vare</li></ul></li></ul>

---

---

---

---

---

---

---

---

Rabatformer
<ul style="list-style-type: none"><li>• Magtrabatter</li><li>• Præstationsrabatter</li><li>• Eksempler side 350f</li></ul>

---

---

---

---

---

---

---

---

Skatter og subsidier
<ul style="list-style-type: none"><li>• Told</li><li>• Moms</li><li>• Tilskud</li><li>• Stykomkostninger</li><li>• Overvæltningegrad</li></ul>

---

---

---

---

---

---

---

---

### Maksimalpriser

- Bestemmes ofte ud fra kalkulation fra producent
- Kan ændre prisen, men optimeringsmetoden er den samme
- Eksempel side 354

---

---

---

---

---

---

---

---

### Reklameafsætningsfunktion

- Afsætning som funktion af reklameindsats
- Partiel analyse
- Forudsætning: reklamen virker kun i denne periode
- Eks. Side 355
- Ny afsætningskurve, men også ny højere omkostningskurve

---

---

---

---

---

---

---

---