

Grundzüge der Mikroökonomik

5 Determinanten der Marktpreisbildung - Marktmorphologie -

Der Markt ist

- der ökonomische Ort des Tausches
- der ökonomische Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage

Marktstrukturen werden erfaßt nach den Kriterien

- qualitativ
- quantitativ

Marktstruktur - qualitativ: vollkommener - unvollkommener Markt.

Kriterien des vollkommenen Marktes

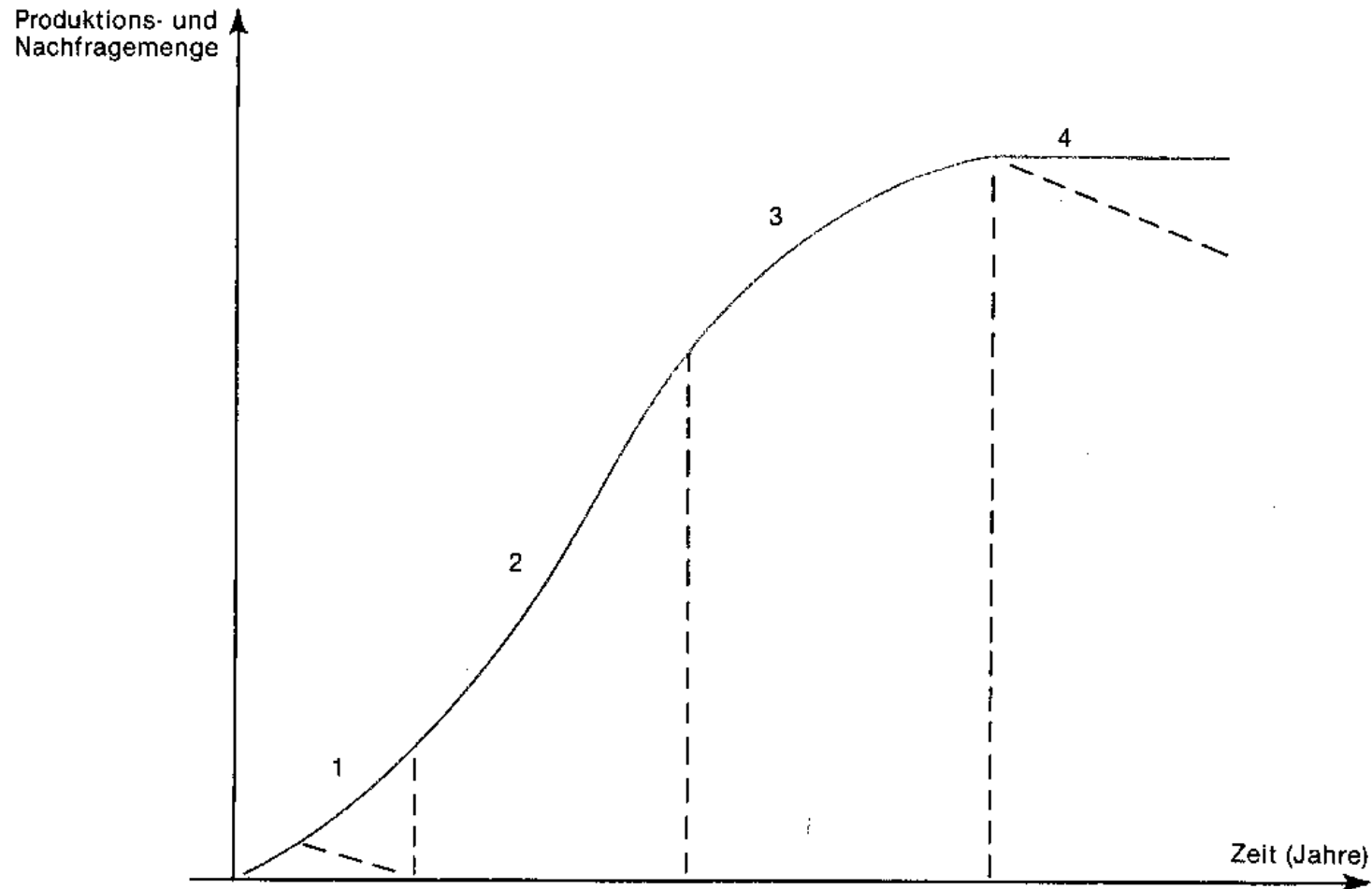
- homogenes (identisches) Gut
- Fehlen von persönlichen, zeitlichen und räumlichen Präferenzen
- vollständige Markttransparenz

Marktstruktur - quantitativ: Marktformen

Marktformen nach H. von Stackelberg				
Nachfrage:		viele	wenige	einer
Angebot:	viele	vollständige Konkurrenz	Nachfrage-oligopol	Nachfrage-monopol
	wenige	Angebots-oligopol	Zweiseitiges Oligopol	Beschränktes Nachfragemonopol
	einer	Angebots-monopol	Beschränktes Angebotsmonopol	Zweiseitiges Monopol

Eine Marktform ist definiert als die mögliche Kombination einer Form des Angebots und einer Form der Nachfrage.

Marktphasen



Marktphasen: 1 Experimentierungsphase 2 Expansionsphase 3 Ausreifungsphase 4 Stagnations- und Rückbildungsphase

Pionierunternehmer (spontan) imitierender Unternehmer (unter Druck) reagierender Unternehmer immobilierender Unternehmer

Unternehmertypus: initiative Unternehmer konservative Unternehmer

Charakteristika der einzelnen Marktphasen

Experimentierungsphase: “Geburtsphase” eines Marktes

- Erfindung eines neuen Produkts (Produktinvention) und eines zugehörigen Produktionsverfahrens (Prozeßinvention).
- Kreation (Schaffung) von Nachfrage durch Information über das neue Produkt.
- Ein Pionierunternehmer bewirkt all dies.

Expansionsphase: Überproportionales Wachstum der Nachfrage infolge “Selbstentzündung”

- Produkt- und Verfahrensverbesserungen durch den Pionierunternehmer und spontan imitierende Unternehmer.
- Damit verbundene Kostensenkungen führen über den Wettbewerbsprozeß am Markt dieses Produkts zu (erheblichen) Preissenkungen.

Ausreifungsphase: Zuerst kaum merklicher Rückgang der Zuwachsraten der Nachfrage, zum Schluß kaum noch Zuwachs der Nachfrage.

- Preissenkungsspielraum ist “ausgereizt”.
- Der bisherige (scharfe) Preiswettbewerb zwingt möglicherweise einige Unternehmen zum Ausscheiden aus dem Markt.
- Ein nur noch spontan auf Wettbewerbsmaßnahmen der Konkurrenz reagierender konservativer Unternehmertyp wird vorherrschend.

Stagnations- und Rückbildungsphase. Die Nachfrage stagniert auf hohem Niveau und sinkt letztendlich.

- Paradoxerweise treffen die verbleibenden Unternehmen Kostensteigerungen wegen steigender Faktorpreise (Löhne).
- Der jetzt vorherrschende Unternehmertypus ist der des konservativen, immobilien Unternehmers.
- Der Markt verschwindet, weil er durch den Markt eines neuen (besseren) Produkts ersetzt wird.

Funktionen der Marktpreise

- **Anzeige relativer Knappheit (Informationsfunktion):** Basis der einzelwirtschaftlichen Planung von Angebot und Nachfrage von Gütern und Leistungen
- **Koordination** der dezentralen Planentscheidungen (Koordinationsfunktion) durch den Preisbildungsprozeß
- **Lenkung (Allokation)** der knappen Ressourcen (Lenkungs- oder Allokationsfunktion)
- **Kontrolle ökonomischer Leistungen (Kontrollfunktion)** durch die Marktgegenseite und die Marktnebenseite.