

Scherer
Markt und Preis

Praxis der Unternehmensführung

Prof. Dr. Theo Scherer

Markt und Preis

Märkte und Marktformen

Wert und Preis

Preismechanismus

Nachfrage

Angebot

Preisbildung

Gütermärkte und Güterpreise

Faktormärkte und Faktorpreise

Arbeitsmarkt

Kapitalmarkt

GABLER

Scherer, Theo:

Markt und Preis : Märkte und Marktformen, Wert und Preis,
Preismechanismus, Nachfrage, Angebot, Preisbildung,
Gütermärkte und Güterpreise, Faktormärkte und Faktorpreise,
Arbeitsmarkt, Kapitalmarkt / Theo Scherer. – Wiesbaden :
Gabler, 1994

(Praxis der Unternehmensführung)

ISBN 978-3-409-18308-6

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen der Verlagsgruppe Bertelsmann International.

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1994

Lektorat: Dr. Walter Nachtigall



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Höchste inhaltliche und technische Qualität unserer Produkte ist unser Ziel. Bei der Produktion und Verbreitung unserer Bücher wollen wir die Umwelt schonen. Dieses Buch ist auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Die Buchverpackung besteht aus Polyäthylen und damit aus organischen Grundstoffen, die weder bei der Herstellung noch bei der Verbrennung Schadstoffe freisetzen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Schrimpf & Partner, Wiesbaden

Satz: ITS Text und Satz GmbH, Herford

ISBN 978-3-409-18308-6 ISBN 978-3-322-85901-3 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-322-85901-3

Inhalt

1	Markt und Marktformen	1
1.1	Die Bedeutung des Marktes	1
1.2	Einteilung der Märkte	2
1.2.1	Kennzeichnung der Märkte nach qualitativer Beschaffenheit	3
1.2.2	Kennzeichnung der Märkte nach quantitativen Gesichtspunkten	6
1.3	Die Lehre von den Marktformen	6
1.3.1	Einteilungskriterien der Marktformen	6
1.3.2	Mögliche Verhaltensweisen des Anbieters	11
2	Güterpreisbildung	12
2.1	Wert und Preis	12
2.2	Wesen und Grenzen des Preismechanismus	13
2.3	Nachfrage und Angebot als Grundelemente des Preismechanismus	15
2.3.1	Die Beziehung zwischen nachgefragter Menge und Preis (Nachfragefunktion)	15
2.3.2	Die Beziehung zwischen angebotener Menge und Preis (Angebotsfunktion)	22
2.3.3	Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage	30

2.4	Preisbildung und Marktform	40
2.4.1	Preisbildung auf polypolistischen Gütermärkten	40
2.4.2	Preisbildung auf oligopolistischen Gütermärkten	52
2.4.3	Preisbildung auf monopolistischen Gütermärkten	63
3	Faktorpreisbildung	77
3.1	Preisbildung auf den Faktormärkten nach Auffassung der Klassiker	77
3.2	Probleme der Preisbildung auf dem Arbeitsmarkt	79
3.2.1	Der Arbeitsmarkt: ein heterogener Gesamtmarkt	79
3.2.2	Zielsetzung und Verhandlungsstrategie bei Tarifverhandlungen als Bestimmungs- faktoren des Lohnzuwachses	82
3.2.3	Einkommens- und beschäftigungs- politische Aspekte einer autonomen Tarifpolitik	85
3.3	Probleme der Preisbildung auf dem Kapitalmarkt	86
3.3.1	Zum Begriff des Kapitalmarkts	86
3.3.2	Bestimmungsgrößen der Zinshöhe	88
3.3.3	Ausgleich zwischen Geldnachfrage und Geldangebot mittels des Zinses	90
	Literaturverzeichnis	94
	Stichwortverzeichnis	96