

Markt

Kapitel 2

Prod.-Kette  
 1.- 3A  
 ↑  
 A1 1.- ↑  
 Grenz A A2 2.-  
 - A3 3.-

je 1Stk. 3N  


~~N1 1.-~~  
 N2 2.-  
 N3 3.- ↓  
 - Grenz-N  
 unempfindlich  
 H  
 ↓  
 1.-  
 Konsumenten-  
 rente ≠

Info-Austausch  
 Transparenz  
 $P_0 = 2 \text{ € / Stk.}$



- \* Markträumung ↗ PA 2
- a) Handel
    - A:  $PV \leq P_0$
    - N:  $PV \geq P_0$
  - b) Ausschluss
    - A:  $PV > P_0$
    - N:  $PV < P_0$
- +  
 $P_0$  wird Orientierungspunkt



A1 :  $X \uparrow$  ①  
 A2 :  $K \downarrow$  Wettbewerb  
 A3 :  $K \downarrow \downarrow \downarrow$  neue Innovationen }  $P \downarrow \wedge X \uparrow$   
 $PR \downarrow$

neue Märkte f. neue Güter ②  
 → materielles Wachstum

- KI (AI)
- Transport
- Nanotechnologie
- Gen/Pro-Technologie
- ET ...



### ③ Faktorallokation

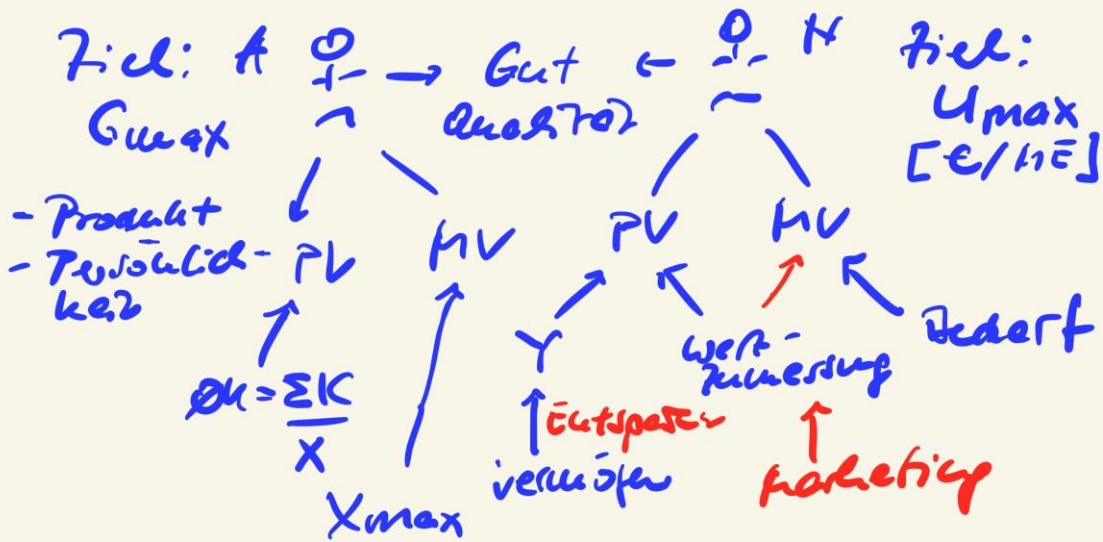
↳ ...

- räumlich
- Branchen
- in Unternehmen

① - ② - ③ Produktivität \* PA1

# Marktmodell

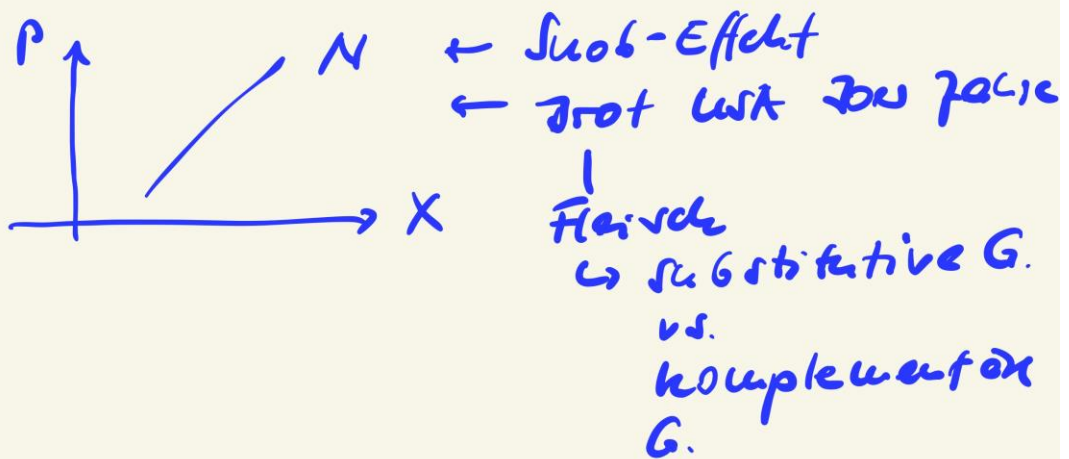
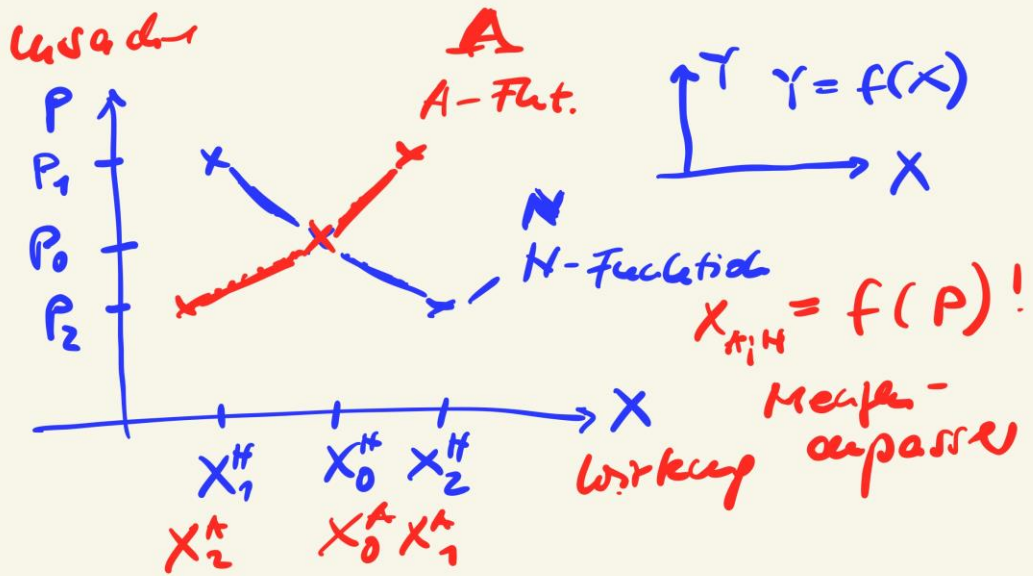
# Walras



Determinante von A; N

## Voraussetzungen:

1. Transparenz
2. Homogenität der Güter
3. freie Konkurrenz → GNB:  
 mind. so viele A und N  
 keine kann Preis bestimmen
4. Punktmarkt  
 → keine räumliche Ausdehnung  
 → keine time lag ( $\Delta t = 0$ )
5. keine indiv. Präferenzen
- ⋮



Marshall

