

[Download free pdf] Neue Institutionenökonomie. Verteilung und Reduzierung von Transaktionskosten zwischen Anbieter und Nachfrager vor Vertragsschluss. (German Edition)

## Neue Institutionenökonomie. Verteilung und Reduzierung von Transaktionskosten zwischen Anbieter und Nachfrager vor Vertragsschluss. (German Edition)

David Liebl

audiobook / \*ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

#4376621 in eBooks 2006-05-26 2006-05-26 File Name: B007LAVFSS | File size: 66.Mb

**David Liebl : Neue Institutionenökonomie. Verteilung und Reduzierung von Transaktionskosten zwischen Anbieter und Nachfrager vor Vertragsschluss. (German Edition)** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Neue Institutionenökonomie. Verteilung und Reduzierung von Transaktionskosten zwischen Anbieter und Nachfrager vor Vertragsschluss. (German Edition):

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich BWL - Controlling, Note: 1,3, Universität Osnabrück, 54 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Organisation von Märkten und die Rolle bestimmter Marktinstitutionen und Phänomene ist eine Thematik, die von der vorherrschenden Wirtschaftswissenschaft bisher größtenteils vernachlässigt worden ist. Aus Sicht der Neoklassik ist der Markt lediglich der Ort, an dem Angebot und Nachfrage sich treffen. Ein Tausch findet dabei solange statt, wie er den Tauschpartnern von Nutzen ist. Der vollkommene Markt wird zur einzigen idealisierten Institution. Phänomene des Marktes, wie beispielsweise Werbung oder die Einbindung eines Maklers in den Transaktionsprozess, werden vor dem Hintergrund vollständiger Informiertheit zur Ressourcenverschwendung. Doch warum existieren diese Phänomene dann überhaupt? Die vorliegende Arbeit versucht dieser Frage mittels institutionenökonomischer Ansätze nachzugehen. Marktphänomene werden dabei, vor dem Hintergrund der Transaktionskosten, als Möglichkeit gesehen Informationsprobleme effizient zu lösen. Die ausreichende Informierung des Nachfragers wird dabei in der Phase vor Vertragsschluss zum Schlüsselkriterium. Da die Informierung jedoch mit Kosten verbunden ist, gilt es effiziente Lösungen zur Unsicherheitsreduzierung der Nachfrager zu finden. Ist der Nachfrager also nicht oder nur unzureichend in der Lage die nötige Informierung aus eigener Hand zu erhalten, so sieht die Neoklassik die Umverteilung von Transaktionskosten als eine effiziente Lösung. Werbung wird so konträr zur Neoklassik zum Informationsinstrument. Ziel dieser Arbeit ist es zum einen die Sichtweise der Neoklassik ausführlich vorzustellen und zu klären inwieweit sich Institutionen und Phänomene des Marktes als effiziente, Transaktionskosten sparende, Mechanismen zur Unsicherheitsüberwindung darstellen lassen. Beispielhaft wird im letzten Kapitel die Rolle des Internets als Informationsmedium und als Plattform für neue Geschäftsmodelle diskutiert. Eine höhere Effizienz des Internets im Bereich der Transaktionskostenreduzierung wird dabei durch einen Vergleich mit den vorher beschriebenen mit konventionellen Unsicherheitsreduktionsmaßnahmen verglichen.