

Machtkampf der Monopole um den größten M.anteil zur Verwirklichung ihrer imperialistischen Ziele zwingt sie, möglichst genaue Kenntnisse über die künftige Entwicklung von Konkurrenz-, Preis- und Absatzbedingungen zu erhalten. Dazu dienen u. a. Absatzforschungs- bzw. Marketingkonzeptionen. In ihnen zeigt sich der Versuch des Monopolkapitals, die Beziehungen und Strukturen zwischen Angebot und Nachfrage auf dem kapitalistischen M. zwecks bestmöglicher Verwertung des Kapitals besser zu gestalten und die durch die kapitalistischen Reproduktionsbedingungen hervorgerufenen Widersprüche im Verhältnis von Angebot und Nachfrage zu paralysieren. Die entscheidende Grenze für die Wirksamkeit dieser monopolkapitalistischen Regulierungskonzeption des M. besteht in der durch die kapitalistischen Eigentumsverhältnisse und die sich aus dem kapitalistischen Ausbeutungssystem ergebende begrenzte zahlungsfähige Nachfrage, vor allem der Arbeiterklasse und der anderen Werktätigen. Solche Maßnahmen bewirken lediglich eine Umverteilung der vorhandenen zahlungsfähigen Nachfrage auf die konkurrierenden Monopolunternehmen zugunsten der mächtigsten Monopole, nicht aber die Beseitigung der durch die monopolkapitalistische Ausbeutung hervorgerufenen ökonomischen und sozialen Widersprüche des imperialistischen Systems.

Das Wesen des M. im Sozialismus hat sich gegenüber dem im Kapitalismus grundsätzlich verändert. In der sozialistischen Planwirtschaft werden die Wechselbeziehungen zwischen Produktion und Konsumtion und die Verteilung der Produktionsmittel und der gesellschaftlichen Ressourcen nicht erst auf dem M., sondern bereits in den staatlichen Wirtschaftsplänen bestimmt. Die Erfordernisse der plan-

mäßigen proportionalen Entwicklung der Volkswirtschaft, der Sicherung der Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage und der planmäßigen Versorgung der Bevölkerung mit Konsumgütern und Dienstleistungen können nicht nachträglich über den M. erfaßt und bestimmt werden, sondern werden langfristig vorausschauend, ausgehend von der Entwicklung der Bedürfnisse und den Erfordernissen der ökonomischen Gesetze, durch die wissenschaftlich fundierte Planung festgelegt. Jedoch wird im Sozialismus auf dem M. überprüft, inwieweit die produzierten Erzeugnisse den tatsächlichen Bedürfnissen der Verbraucher entsprechen. Gleichzeitig gehen vom M. viele Impulse für Forschung und Entwicklung sowie für die Produktion aus. Das erfordert eine entsprechende Flexibilität. Der M. im Sozialismus ist durch folgende Merkmale charakterisiert: 1. Die Produktionsmittel sind gesellschaftliches Eigentum. Die Arbeitskraft ist keine Ware mehr. Der Boden hört auf, Spekulationsobjekt zu sein. Damit ist das Wirkungsfeld des M. eingeschränkt. 2. Die Bewegungsformen des Austauschprozesses auf dem M. werden geplant (gebrauchswertmäßig und wertmäßig). 3. Die sozialistischen Betriebe tauschen ihre Waren und Leistungen als sozialistische Eigentümer aus. An die Stelle der Konkurrenz und gegenseitiger Übervorteilung treten Gleichberechtigung, kameradschaftliche Zusammenarbeit und Hilfe, Streben nach hohem Nutzen und Dynamik. Im sozialistischen Wirtschaftssystem unterscheiden wir nach dem Ort des Warenaustausches den Binnen- und den Außenhandels-M. (—» *Weltmarkt*!); nach den Arten des Verbrauchs und dem Verwendungszweck der einzelnen Waren den Produktionsmittel- und den Konsumgüter-M., den M. für Lizenzen und Patente, für Dienstlei-