

услуг, максимально соответствующих человеческим потребностям. Все это ведет к решению вышеизложенных проблем и получению более высокой прибыли.

Литература

1. Амиров С.М. Налоги и налогообложение. Учебное пособие для ВУЗов / С.М. Амиров, М.Ш. Амиров. - М.: КноРус, 2009. - 360 с.

УДК 346.242+658.114.6

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И ЧАСТНЫЕ МОНОПОЛИИ

Боричевская Э.Н., студентка 1-го курса
Научный руководитель – Дроздович Л.В., канд. экон. наук,
доцент кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Монополия — это крупное капиталистическое предприятие, контролирующее производство и сбыт одного или нескольких видов продукции; это такая структура, при которой на рынке отсутствует конкуренция и функционирует одна фирма. Она производит уникальный, не имеющий аналогов продукт и защищена от вхождения на рынок новых фирм.

По форме собственности можно выделить два типа монополий: частную и государственную.

Частная монополия реализует в ходе экономической и хозяйственной деятельности цели, вытекающие из частнопредпринимательских интересов агентов рынка, обладающих правами частной собственности и механизмами защиты этих прав. Данные цели связаны с достижением конкурентных преимуществ и укреплением положения монополии на рынке, повышением эффективности функционирования, обеспечением благоприятных в перспективе условий для деятельности.

Особенность государственной монополии состоит в том, что ее деятельность находится под контролем и регулируется конкретны-

ми органами власти, наделенными полномочиями государства, которые защищают интересы общества и потребителей.

В каждой стране создаются различные органы для регулирования монополий. Их целью является поддержание конкуренции на рынке, контроль над ценами товаров, предотвращение зависимости других фирм от монополий. Для регулирования монополий создается законодательство, в котором указывается правило их функционирования на рынке. По сравнению с другими видами естественные монополии регулировать сложнее всего.

УДК 339.137

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Боричевская Э.Н., студентка 1-го курса

Научный руководитель – Дроздович Л.В., канд. экон. наук,
доцент кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь.

Как было доказано многими экономистами, конкуренция является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества товаров и уровня жизни населения.

Рассмотрим основные методы оценки конкурентоспособности. Как правило, в экономической литературе выделяются следующие методы оценки конкурентоспособности предприятия: 1) оценка с позиции сравнительных преимуществ; 2) оценка с позиции теории; 3) оценка исходя из теории эффективности конкуренции — выделяют два подхода при использовании данного метода: структурный/функциональный подходы; 4) оценка на базе качества продукции; 5) профиль требований; 6) профиль полярностей.