

ucts to the purchaser. Broadly speaking, activities such as sales promotion, advertising and market research are covered. It would be possible for the factory simply to produce a motor car and then hope that it sells. However, it takes a long time to set up a production line for a car assembly plant and even minor modifications can prove difficult and expensive. It is much better to discover what people are looking for when they buy a car and then try to satisfy their needs. Do car drivers want speed – or safety? Are they looking for the power to accelerate – or comfort? Is their aim to impress their neighbours and other road users, or are they just concerned with getting from A to B and back? How important is the price, and the cost of petrol and maintenance? Which designs and colours are preferred? Who is buying the car? It is questions like these the marketing department will have to answer even before production commences.

It becomes obvious that making and selling are two facets of the same undertaking. The marketing manager and the production manager are two members of the same team, depending on each other in much the same way as the players in the Liverpool football team. What good does it do if our strikers are scoring goals but our goalkeeper keeps having to pick the ball out of the back of the net? This situation could be compared to the marketing team who make great efforts to find customers for their cars, only to find the cars cannot be delivered on time, or that the cars develop faults as soon as they arrive.

New technologies have an even more devastating effect on the markets. Once upon a time there was a very successful company which made gas mantles. The whole country was lit by gas. Then electric light came. The sales of gas mantles plummeted. Today we look to oil for our energy.

The rapidly changing world is both a headache and an exciting challenge to those engaged in marketing. If they predict correctly their business will survive and prosper. If they misread the signs the business will fail and, perhaps more importantly for all of us, valuable economic resources will be wasted.

<http://edoc.bseu.by>

## **MITTELSTAND IN DEUTSCHLAND UND ALS POSITIVES BEISPIEL DER ENTWICKLUNG DES MITTELSTANDES IN WEISSRUSLAND**

**Kutschinskaja N., *BF WSÖU***

**Leiter: V.I. Smolnikova**

Was treibt die deutsche Wirtschaft an? Es sind vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen, geprägt von starken Unternehmerpersönlichkeiten, die auf Menschen und Ideen setzen und flexibel auf Märkte reagieren.

Kleine und mittlere Unternehmen sind das Rückgrat der Wirtschaft der BRD. Die soziale Marktwirtschaft wäre nicht denkbar ohne wettbewerbsfähige, leistungsstarke

Unternehmen in Handwerk, Handel, Industrie, Dienstleistungen sowie den freien Berufen. Mittelständische Betriebe sind innovativ, schaffen zukunftsfähige Arbeits- und Ausbildungsplätze und tragen so zu Wirtschaftswachstum und Strukturwandel bei.

Gleichzeitig sind die Deutschen bewusst, dass der Anpassungsdruck für den Mittelstand durch den intensiven Wettbewerb stärker wird. Es gehört deshalb zu den vordringlichsten Aufgaben der Mittelstandspolitik, die Rahmenbedingungen für kleine und mittlere Unternehmen so zu gestalten und zu verbessern, dass sie ihr Entwicklungs- und Innovationspotenzial voll entfalten können. Zu den vielfältigen Feldern der Mittelstandspolitik der BRD zählen die Finanzierung von Existenzgründungen und bestehenden Unternehmen und die Verbesserung des Zugangs zu Beteiligungskapital sowie Sicherung des Zugangs zu technologischem Know-how die Förderung von Innovationen. Dazu zählen ausserdem die Gestaltung einer modernen zukunfts-offenen Aus- und Weiterbildung, die Begleitung von Auslandsaktivitäten, der Abbau von Bürokratie und die Stärkung einer Kultur der Selbständigkeit. Denn den Mittelstand zu stärken, heisst den Wirtschaftsstandort Deutschland zu stärken.

#### *Statistische Angaben im Mittelstand der BRD:*

##### 1. Unternehmen

70% Mittelständische Unternehmen werden zu über 70 % von Personen geführt, die über 40 Jahre alt sind. Der Anteil von Entscheidern mit Abitur oder Hochschulreife nähert sich der 50 Prozent-Marke. Mittelständische Unternehmerinnen und Unternehmer sind ausgeprägte Persönlichkeiten. In der Regel gehört ihnen die Firma.

##### 2. Beschäftigung

70% Mittelständische Unternehmen beschäftigen 70% der Erwerbstätigen in Deutschland. Das entspricht 23,2 Millionen Beschäftigten. 6 Millionen Menschen arbeiten im Handwerk, 2,6 Millionen in der Industrie.

##### 3. Ausbildung

80% Mittelständische Unternehmen stellen 80 % der Ausbildungsplätze. 1,3 Millionen Menschen befinden sich zur Zeit in der betrieblichen Ausbildung.

##### 4. Wirtschaft

99% Mittelständische Unternehmen bilden mit einem Anteil von 99% aller Unternehmen den Kern der deutschen Wirtschaft. Fast 3,3 Millionen kleine und mittlere Unternehmen sowie Selbstständige in Handwerk, industriellem Gewerbe, Handel, Tourismus, Dienstleistungen und Freien Berufen gelten als mittelständisch.