

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Особенности малых предприятий таковы, что от специалистов по маркетингу, работающих в сфере малого бизнеса требуется не только высокий уровень профессионального мастерства, но и способность принимать нестандартные решения.

Ряд факторов, определяющих специфику использования маркетинга связан с самими отечественными предприятиями, которые стремятся проводить обоснованную маркетинговую политику, находясь на первой стадии понимания концепции маркетинга. Специалисты по маркетингу часто не в состоянии осуществлять комплексное управление всей деятельностью предприятия, применяя лишь отдельные элементы и функции маркетинга.

Таким образом, ограничивающие факторы развития маркетинга в сфере малого бизнеса обусловлены:

- недостаточностью исследований вопросов управления маркетингом на малых предприятиях в конкретных ситуациях;
- отсутствием финансовых или материальных возможностей предприятия;
- использованием в деятельности предприятий лишь отдельных функций маркетинга;
- ограниченностью достоверной сопоставимой информации, необходимой для развития внутреннего маркетинга;
- недостаточностью правового регулирования маркетинговой деятельности;
- недостаточностью развития рыночной инфраструктуры;
- неразвитостью маркетинговой сферы;
- относительно низким уровнем использования маркетинга;
- слабой адаптированностью руководящих работников к маркетингу.

Н.Н. Козлова

Гомельский кооперативный институт (Гомель)

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одна из особенностей экономики переходного периода заключается в том, что каждое предприятие независимо от формы собственности, должно руководствоваться в