

## Содержание

	Стр.
Анатолий Радчук. Управление малыми предприятиями в условиях переходной экономики	7
Януш Клисинский. “Релейшеншип-маркетинг” - новая европейская тенденция в маркетинге	10
Эмма Головач, Андрей Проровский, Наталья Горелова.	14
Инновационные риски и трансфер строительных технологий	
Ядвига Сухецкая, Агнешка Стрелецкая. Расходы на охрану здоровья в Польше	20
Агнешка Видальская. Значение личностного подхода на примере “фитнесклубов”	28
Святослав Волосюк. Трансграничные аспекты создания экологического коридора реки Западный Буг	37
Эмма Головач, Екатерина Кокотова. Маркетинговые исследования рынка мороженого в регионе	40
Эмма Головач, Юлия Алейник, Екатерина Рубахова.	46
Исследование инвестиционных рисков при строительстве пограничных терминалов	
Роман Горбец. Реформа социального страхования	53
Регина Дыбяк. Роль Ясной Горы в социально-экономическом развитии региона	57
Елена Ерошенко. Факторы мобильности строительных организаций	61
Богуслава Зюлковская. Диверсификация как форма реализации маркетинговой стратегии предприятия	64
Славомир Ковальский. Выгоды и опасности использования спонсоров в спорте как альтернативной формы стимулирования	68
Максим Козинец. Исследование развития рынка ценных бумаг Республики Беларусь	74
Лейла Кулакова, Игорь Кулаков. Управление рисками, возникающими вследствие изменения таможенной политики	79
Цезарий Мартинкевич, Славомир Ковальский. Применение портфельного метода БКГ в оценке деятельности Западного банка во Вроцлаве	84
Цезарий Мартинкевич, Славомир Ковальский. Агротуризм в регионе Краковско-Ченстоховский Юры	89
Цезарий Мартинкевич. Маркетинг в обслуживании туристического движения	94
Надежда Надеина. Оценка конкурентоспособности строительной продукции	97

Юрий Павлючук, Валентина Павлючук. Некоторые аспекты региональной инвестиционно-строительной деятельности Яцек Пшибыльский. Методы определения оптимального размера строительного предприятия	101 106
Андрей Проровский. Иностранные инвестиции в экономику Республики Беларусь как один из факторов развития международного трансфера технологий	115
Криштоф Ратман. Роль сегментации клиентов в выборе маркетинговой стратегии коммерческого банка	120
Эдвард Хжан. Декларация миссии малых и средних предприятий как основа маркетинговой ориентации	123
Андрей Харитонович. Стимулирование инновационной деятельности путем организации международных выставок и презентаций	129
Елена Хутова, Василий Смирнов. Анализ насыщения товарного рынка Республики Беларусь продукцией резидентов в СЭЗ "Брест"	134
Наталья Четырбок. Формирование стоимости инновационных проектов в Беларуси	139
Марек Шайт. Управление запасами в фирме	142
Иоланта Урбаньская. Анализ продаж как элемент промоци-микс	148
Геннадий Якубина. Диверсификационная стратегия развития строительного предприятия	152

## Spis treści

Anatolij Radczuk. Zarządzanie przedsiębiorstwami małymi w warunkach gospodarki wolnorynkowej.	7
Janusz Kiliński. Relationship marketing — nowe europejskie tendencje w marketingu.	10
Emma Gołowacz, Andrzej Prorowski, Natalia Gorełowa. Ryzyko innowacyjne a transfer technologii budowlanych.	14
Jadwiga Suchecka, Agnieszka Strzlecka. Wydatki na ochronę zdrowia w Polsce.	20
Agnieszka Widawska. Znaczenie zindywidualizowanego podejścia do klienta w działalności usługowej na przykładzie klubów fitness.	28
Światosław Wałasiuk. Aspekty transgraniczne stworzenia korytarzu ekologicznego rzeki Bug.	37
Emma Gołowacz, Katarzyna Kokotowa. Badania marketingowe rynku lodów w regionie.	40
Emma Gołowacz, Julja Alejnik, Katarzyna Kokotowa. Badania ryzyka inwestycyjnego w budownictwie terminalów granicznych.	46
Roman Garbiec. Reforma ubezpieczeń społecznych.	53
Regina Dyjak. Rola Jasnej Góry w rozwoju społeczno-gospodarczym regionu.	57
Helena Jeroszenko. Czynniki mobilności przedsiębiorstw budowlanych.	61
Bogusława Ziółkowska. Dywersyfikacja jako forma realizacji strategii marketingowej przedsiębiorstwa.	64
Sławomir Kowalski. Korzyści i niebezpieczeństwa wynikające ze stosowania sponsoringu sportowego jako alternatywnej formy promocji.	68
Maksim Koziniec. Badania rozwoju rynku papierów wartościowych Republiki Białoruś.	74
Lejla Kułakowa, Igor Kułakow. Zarządzanie ryzykiem spowodowanym zmianami polityki celnej.	79
Cezary Marcinkiewicz, Sławomir Kowalski. Zastosowanie metody portfelowej BCG w ocenie działalności Banku Zachodniego S.A. we Wrocławiu.	84
Cezary Marcinkiewicz, Sławomir Kowalski. Agroturystyka w regionie Jury Krakowsko-Częstochowskiej.	89
Cezary Marcinkiewicz. Marketing w obsłudze ruchu turystycznego.	94
Nadzieja Nadzieina. Ocena konkurencyjności produkcji budowlanej.	97

Jury Pawluczuk, Walentyna Pawluczuk. Niektóre aspekty regionalnej działalności inwestycyjno-budowlanej.	101
Jacek Przybylski. Metoda wyznaczania optymalnej wielkości przedsiębiorstwa budowlanego.	106
Andrzej Prorowski. Inwestycje zagraniczne w ekonomii Republiki Białoruś jako czynnik rozwoju międzynarodowego transferu technologii.	115
Krzysztof Ratman. Rola segmentacji klientów w wyborze strategii marketingowej banku komercyjnego.	120
Edward Chrzan. Deklaracja misji małych i średnich przedsiębiorstw jako podstawa orientacji marketingowej (wyniki badań ankietowych).	123
Andrzej Charitonowicz. Stymulowanie działalności innowacyjnej metodą organizacji wystaw i prezentacji międzynarodowych.	129
Helena Chutowa, Wasilij Smirnow. Analiza nasycenia rynku dóbr Republiki Białoruś produkcją rezydentów Wolnej Strefy Ekonomicznej "Brześć".	134
Natalia Czetyrbok. Kształtowanie się kosztów projektów innowacyjnych na Białorusi.	139
Marek Szajt. Zarządzanie zapasami w firmie a utrzymanie ciągłości sprzedaży.	142
Jolanta Urbańska. Sprzedaż osobista jako element promotion-mix.	148
Giennadij Jakubina. Strategia dywersyfikacyjna rozwoju przedsiębiorstwa budowlanego.	152