

ОГЛАВЛЕНИЕ

<u>А.И.РУБАХОВ</u> ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В РАЗЛИЧНЫХ АСПЕКТАХ ПОЛЬСКОЙ И БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ	6
<u>В.С.КИВАЧУК</u> АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ	12
<u>С.М.ЯРОВЕНКО, Д.М.СЕЛЬКИН</u> ЭФФЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ ЛИЗИНГА	15
<u>Ц.МАРЦИНКЕВИЧ</u> МАКСИМАРКЕТИНГ – НОВЫЙ ПОДХОД В МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ ИИ МАРКЕТИНГОМ	19
<u>Э.Ц.ГОЛОВАЧ</u> МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ МАЛЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	24
<u>Ю.М.БОГОМОЛОВ</u> ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ СТРОИТЕЛЬНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	27
<u>В.О.ПАЛАМАРЧУК, Г.М.ФИЛЮК</u> ЕСТЕСТВЕННЫЙ МОНОПОЛИЗМ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ /НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ/	31
<u>J.K.GRAVARA, A.SOVOCIŃSKA</u> SYSTEM ZARZĄDZANIA BEZPIECZEŃSTWEM PRACY JAKO ELEMENT PUBLIC RELATIONS	35
<u>П.Н.ИВАРОВСКИЙ</u> ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИЙ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	39
<u>А.И.РУБАХОВ, Н.Г.НАДЕИНА</u> ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ	43
<u>Ю.Н.ОЩЕРОВЕЦ</u> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	46
<u>А.Г.ПРОРОВСКИЙ</u> ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	49
<u>В.С.КИВАЧУК, Н.В.ЛАЗАРЕВА</u> СКРЫТЫЕ ЗАТРАТЫ КАК ФАКТОР ВОЗМОЖНОГО БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ	53
<u>А.А.КОЗЛОВ</u> МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	56
<u>E.CHRZAN</u> PUBLIC RELATIONS A MARKETING RELACJI	61
<u>Н.М.РУДНИЦКАЯ</u> КЛАССИФИКАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА УРОВНЕ ОТРАСЛИ	66
<u>А.А.КОЗЛОВ, С.И.ГАЛАШКО</u> МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	71
<u>R.DUJAK, K.ŁAZORKO</u> AGROTURYSTYKA W REGIONIE CZĘSTOCHOWSKIM	77
<u>С.А. САМАЛЬ</u> ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ	81

<u>А.И.РУБАХОВ, Е.И.ЕРОШЕНКО</u> МОБИЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ОСВОЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА МАЛЫМИ И СРЕДНИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	84
<u>А.И.РУБАХОВ, А.Г. ПРОРОВСКИЙ</u> АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И УСЛОВИЙ ПРОТЕКАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ	88
<u>A.WIDAWSKA</u> SPORTOWY MARKETING PARTNERSKI	91
<u>M.BSOUL</u> MARKETING POLITYCZNY W POLSCE	95
<u>Ю.Н.ЦАРЛЮЧУК, А.П.РАДЧУК</u> ИССЛЕДОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РЕГИОНА	100
<u>A.SOBOCIŃSKA, J.URBAŃSKA</u> PROMOCJA W ORGANIZACJACH TYPU „NON-PROFIT” NA PRZYKŁADZIE GMINY	103
<u>I.KRAWCZYK</u> ANALIZA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W USŁUGACH BANKOWYCH..	107
<u>А.В.ХАРИТОНОВИЧ</u> ЭЛЕКТРОННЫЙ РЫНОК В КАЧЕСТВЕ ИННОВАТИВНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	112
<u>Э.П.ГОЛОВАЧ, В.И.СМИРНОВ</u> МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	118
<u>А.И.РУБАХОВ, Н.А.ГОРЕЛОВА</u> ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА (СИСТЕМЫ) И МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ	122
<u>Н.А.ГОРЕЛОВА</u> НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	129
<u>Э.П.ГОЛОВАЧ, Г.Г.СКОПЕЦ</u> ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	136
<u>Д.А.КАПИТАНОК</u> ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	139
<u>C.MARCINKIEWICZ</u> MARKETING USŁUG TURYSTYCZNYCH A ROZWÓJ SOCJALNO- KULTURALNY REGIONU CZĘSTOCHOWSKIEGO	145
<u>М.Т.КОЗИНЕЦ</u> АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭМИТЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ОТСУТСТВИЯ ИНДИКАТОРОВ СОСТОЯНИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА	150
<u>Э.П.ГОЛОВАЧ, М.Т.КОЗИНЕЦ</u> ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ	155
<u>В.В.ПОЧЕКИНА</u> МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИЗМЕРЕНИЯ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ В СТРАНАХ СНГ В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД	164
<u>В.И.ТЕРЕЩЕНКО</u> МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ	166
<u>В.И.ТЕРЕЩЕНКО</u> МНОГОКРИТЕРИАЛЬНАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ	168
<u>И.А.КАВЕРИНСКАЯ</u> ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКСПОРТНОЙ СТРАТЕГИИ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	169

<u>R.M.OLEJNIK</u> HASŁA: WSPÓLDZIAŁAĆ – WYMIENIĆ – WSPOMÓC W WERSETACH BIBLIJNYCH.....	174
<u>А.И.РУБАХОВ, Ю.А.АЛЕЙНИК</u> СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБЪЕКТОВ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В БРЕСТСКОМ РЕГИОНЕ.....	178
<u>Ю.А.АЛЕЙНИК</u> МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВ.....	183
<u>В.В.ВЕРЕМЕЙКО, Э.Г.ЧУРЛЭЙ</u> НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	186
<u>А.И.РУБАХОВ, С.С.ВОЛОСЮК</u> «ЗЕЛЁНАЯ» СТРАТЕГИЯ, КАК ПУТЬ ДОСТИЖЕНИЯ МАЛЫМИ И СРЕДНИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПРИБУЖЬЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕВОСХОДСТВА НА РЫНКЕ.....	191
<u>С.С.ВАЛАСЮК</u> ІНДУСТРЫЯ КАМЕРНАГА ТУРЫЗМУ І РЕГІЯНАЛЬНЫ ТУРЫСТЫЧНЫ ПРАДУКТ, ЯК УСТОЙЛІВАЯ АЛЬТЭРНАТЫВА ДЛЯ РЕГІЯНАЛЬНАГА РАЗВІЦЦЯ ПРЫБУЖЖА І ЗАХОДНЯГА ПАЛЕССЯ.....	196
<u>Ю.Н.ПАВЛЮЧУК, В.Ю.ПАВЛЮЧУК</u> ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	199