

ОГЛАВЛЕНИЕ

РУБАХОВ А.И. МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРАН ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ.....	6
СИТЕК Э. ЦЕПЬ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ.....	9
РАДЧУК А.П., ПАВЛЮЧУК Ю.Н. ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	14
ФЕДОРОВИЧ К. СТРУКТУРНЫЕ ФОНДЫ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА И МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	17
КЛИСИНЬСКИ Я. КАЧЕСТВО МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В ПЕРВИЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМЫ	21
ГРАБАРА Я., КОНОДЫБА-ШИМАНЬСКИ Б. КОРРЕКТИРОВКА ОБРАЗА ФИРМЫ ПУТЕМ ИЗБЕЖАНИЯ ЗАТРАТ, ВОЗНИКАЮЩИХ ПРИ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЯХ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	25
ЧАРНОТА Е.Л. ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩУЮ ПРОГРАММУ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	29
РЕГУЛЬСКИ Л.В. СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ МЕТОДОВ СТРАТЕГИИ В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИИ	33
ЕЛЁНЭК Д., НОВИЦКИ А. СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ	38
МАРЦИНКЕВИЧ Ц., КОЗИНЕЦ М. СТРАТЕГИЯ УСПЕХА. РЕФОРМЫ	43
КОНЦЮШЕВСКА Э., БОРКОВСКИ С. ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ОТБОРА ПРОДАВЦА	46
ИВАРОВСКИЙ П. РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ	49
ХЖАН Э. ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ ВО ВНУТРЕННЕМ МАРКЕТИНГЕ	52
ДЬЯК Р. МАРКЕТИНГОВАЯ ОРИЕНТАЦИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ БЮРО ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	57
ГИНАЛЬСКА С., ШОПА Г., МАЛЕК А. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К ПРОДВИЖЕНИЮ ЧЕНСТОХОВСКОГО РЕГИОНА	61
ГРАБАРА Я., СОБОЦИНСКА А. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ТРУДА, КАК ЭЛЕМЕНТ "ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ".....	66
ГАРБЕЦ Р., АЛЕЙШК Ю. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА МАЛЫХ ФИРМ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СТРАХОВАНИЯ	70
РЕГУЛЬСКИ Л.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНИКИ АУТСОРСИНГА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	75
КОНОДЫБА-ШИМАНЬСКИ Б., КУЛЯ У. ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА КОНСТРУИРОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ОКОННОЙ И ДВЕРНОЙ СТОЛЯРКИ, ПРОИЗВОДИМЫМИ МАЛЫМИ И СРЕДНИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	81
ГАЙДОС А. СИСТЕМА ИНФОРМАЦИИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА	88
МАРЦИНКЕВИЧ Ц. УПРАВЛЕНИЕ СТРЕССОМ	96

Куришова И.А., Лысов В.П. ОЦЕНКА РЕАЛИЗУЕМОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ДОГОВОРОВ (КОНТРАКТОВ) СТРОИТЕЛЬНОГО ПОДРЯДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	100
Саламон Ш., Онисык П. ГАРАНТИЯ ЭЛЕМЕНТА КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ И МАРКЕТИНГА МЕЖДУНАРОДНЫХ АВТОМОБИЛЬНЫХ ФИРМ НА РЫНКЕ В ПОЛЬШЕ	104
Завада М. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭНЕРГЕТИКЕ	107
Гарбец Р. МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ	112
Штумска Б. ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	116
Стэмплик А., Стэмплик Ц. ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МУЗЫКИ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ	120
Рубахов А.И., Головач Э.П. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	124
Грабара И. РОЛЬ ГРАФИЧЕСКОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ	127
Елѣнэк Д. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТОВСКИХ БАЗ ДАННЫХ В ПРОДВИЖЕНИИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	131
Былок Ф. СОЗДАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИЯТИИ, КАК ЭЛЕМЕНТ ПЕРСОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА	135
Бобко Ф.А., Бобко И.А. МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СРЕДНИХ И МАЛЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	140
Дзѣмбек Д., Стэмплик Ц. ИЗБРАННЫЕ ЦЕЛИ АГРЕССИИ В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ МАРКЕТИНГА	145
Клисиньски Я., Лазорко К. КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ	149
Ковальски С. РОЛЬ СПОНСОРИНГА В РАЗВИТИИ СРЕДНИХ ФИРМ НА ПРИМЕРЕ ПИВНЫХ ЗАВОДОВ "VAN PUR"	154
Овчарэк Т. ИСТОЧНИКИ ПОВЫШЕНИЯ СТОИМОСТИ ИНТЕРНЕТОВСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.	158
Дзѣмбек Д. ИЗЪЯНЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ АУТСОРСИНГОВЫХ УСЛУГ	162
Саламон Ш., Грабовски Ц. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАВИЛЬНОСТИ СУЩНОСТИ ГАРАНТИЙНЫХ КАРТ, ВЫСТАВЛЕННЫХ В ПОЛЬШЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ И ЗАРУБЕЖНЫМИ ФИРМАМИ	168
Смолярэк М., Сипа М. ПРОДВИЖЕНИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМ НА ЯРМАРКАХ И ВЫСТАВКАХ	170
Стжелецка А. ВЛИЯНИЕ СТОИМОСТИ НА КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	175
Улевич Р., Борковски С. КАЧЕСТВО ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ	180
Куксюк И.А. КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПОЛЬСКОМ РЫНКЕ	184

КОРОМБЕЛЬ А., ГОЖЕНЫ И., ГРАБЕЦ О., КРУК А. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА В ПОИСКЕ ВНЕШНИХ РЫНКОВ МАЛЫМИ И СРЕДНИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	189
КОРПУС Й. МЕСТО КАЧЕСТВА В МАРКЕТИНГЕ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ	194
ПОДЧАРСКИ С. ФАКТОРЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	199
ВЫРАЗ В. ИЗДЕРЖКИ РЕАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	202
ВЫРАЗ В. СИСТЕМЫ КЛАССА MRP-II КАК СРЕДСТВО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ	206
ТУРЕК Т. ИЗБРАННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЗАЩИТЫ В СИСТЕМАХ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА	211
УРБАНСКА Й. ЛОКАЛЬНЫЙ РЫНОК ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ПЕРЕД ЛЦОМ ИЗМЕНЕНИЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ	215
ЕРОШЕНКО Е. РАЗНОВИДНОСТИ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	219
ГОЖЕНЫ И., ГРАБЕЦ О., КОРОМБЕЛЬ А., КРУК А. КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА КАК ЭЛЕМЕНТ ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ АО "POLSKI KONCERN NAFTOWY S.A."	223
СЕЛЕЙДАК Я., ПРУС А. КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТА В РАДИОТЕЛЕФОННОЙ СЕТИ	228
ГЕНСЯЖ М., ВАЛЕНТЭК К., КОПЦЮШЕВСКА Э. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, ВЫПУСКАЮЩЕГО КОСМЕТИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ	232
ПАВЕЛОШЕК И., СТЭМПИЯК Ц. АДРЕСНАЯ И НЕАДРЕСНАЯ ИНФОРМАЦИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ	235
УРБАНСКА Й., РАТМАН К. ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕНСТОХОВСКОГО АКЦИОНЕРНОГО БАНКА)	240
СОВЕР И. ПАРТНЕРСКИЙ МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ ОБСЛУЖИВАЮЩЕЙ ФИРМОЙ	244
ВИДАВСКА А., КОВАЛЬСКИ С. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КАК ФАКТОРА, ВОЗДЕЙСТВУЮЩЕГО НА КЛИЕНТА	251
КРУКОВСКА А. МАРКЕТИНГОВАЯ ОРИЕНТАЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	257
ГУРГУЛЬ Э., ТОПОЛЯ К. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ДОМИНИРУЮЩАЯ ФОРМА В АГРОБИЗНЕСЕ	262
ГОЛОВАЧ Э.П. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В БЕЛАРУСИ	266
ЗАРУХТА В. ОБРАЗ ФИРМЫ – СОСТОЯНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТРУДА В МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	267
КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ СТАТЕЙ	271