

сится к категории умеренно загрязненных (ИЗВ = 1–2,5). В категорию «загрязненные» (ИЗВ = 2,5–4) попадали участки рек Свислочи ниже Минска, Днепра ниже Могилева и Быхова, Мухавца ниже Жабинки и некоторые другие. Высокая проницаемость почвенных пород обуславливает слабую защищенность подземных вод от поверхностного загрязнения, что приводит к увеличению содержания в них хлоридов, сульфатов, нитратного и аммонийного азота. Из-за малых глубин залегания грунтовых вод в деревенских колодцах вода часто загрязнена нитратами, характеризуется превышением ПДК по содержанию железа.

Неблагоприятное воздействие на окружающую среду наблюдается в районах добычи полезных ископаемых. Производство калийных удобрений Старобинского месторождения привело к возникновению региональной проблемы. Она охватывает территорию юга Минской области площадью более 200 км². Калийное производство привело к образованию терриконов высотой 120–140 м, а объем твердых солевых отходов превысил 700 млн т, жидких шламов — более 65 млн т. Под солеотвалами и шламохранилищами занято около 1,4 тыс. га земель, на которых наблюдают засоление почв, поверхностных и подземных вод. Просадки земель над выработанными шахтами приводят к заболачиванию территорий.

Острейшей экологической проблемой является наличие полигона токсичных отходов Гомельского химзавода, расположенного у городской черты. За 35 лет на 90 га фосфогипса скопилось, по разным данным, от 12 до 20 млн т, и с каждым годом отвалы занимают все новые земли, усугубляя экологические проблемы.

И. М. Микулич, канд. экон. наук, доцент
mikulich@bseu.by
С. О. Белова, канд. экон. наук, доцент
belova_so@tut.by
БГЭУ (Минск)

СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ»

В современной отечественной и зарубежной литературе с разной степенью разработанности освещаются вопросы, связанные с определением понятия конкурентного потенциала. Анализ различных подходов к трактовке этого понятия, а также собственное понимание позволяют выделить ряд существенных характеристик, лежащих в основе определения и оценки конкурентного потенциала.

Во-первых, в основу конкурентного потенциала практически всеми авторами положена ресурсная составляющая, т.е. конкурентный потенциал рассматривается как совокупность стратегических ресурсов и компетенций, а также наличие рыночных возможностей, позволяющих получать конкурентные преимущества перед другими участниками рынка. Ресурсы и возможности являются исходными условиями деятельности любой организации. Вместе с тем ресурсы, которыми располагает одна организация, могут быть получены и другими, а возможности, которые существуют во внешней среде, могут быть идентифицированы и реализованы конкурентами. Поэтому конкурентное преимущество получают только те организации, которые создают уникальную комбинацию ресурсов и иных составляющих для реализации возможностей, которые трудно распознать и использовать конкурентам. Существенным требованием к структуре ресурсов являются также необходимость учета складывающихся тенденций рынка и содействие формированию конкурентных преимуществ (в современных реалиях это должно быть превалирование доли нематериальных активов, использование инновационных и информационных

ресурсов). Вместе с тем авторская позиция состоит в том, что за основу целесообразнее брать не ресурсный, а экономический потенциал, включающий ресурсный, но имеющий, по сути, более широкую трактовку, а также функциональную, финансовую, организационную составляющие.

Во-вторых, конкурентный потенциал определяется только в сравнении с потенциалом конкурирующих объектов рынка. Соответственно, понятие конкурентного потенциала как таковое может возникнуть только при необходимости и возможности сравнения имеющегося в организации потенциала с потенциалом конкурента на соответствующем конкурентном рынке (в отличие от ресурсного потенциала, которым располагает организация, и оценка его наличия и эффективности использования может быть произведена без сравнения с показателями конкурента). Данная характеристика позволяет использовать для проведения оценки конкурентного потенциала стоимостные характеристики, а для оценки уровня — относительные.

В-третьих, по нашему мнению, помимо указанных характеристик конкурентный потенциал является не только оценочной характеристикой (может быть определен только в сравнении), но и имеет временные (при наличии более мощного конкурента на рынке со временем теряется), территориальные (рассматривается на конкретном товарном рынке, имеющем продуктовые и товарные границы) и масштабные характеристики (размер варьируется в зависимости от разных факторов); содержит, как и любой потенциал, существенные и потенциальные характеристики.

Источники

1. Семененко, С. В. Конкурентный потенциал торговой организации: теоретико-методологические основы формирования, методический инструментарий исследования, концепция развития : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / С. В. Семененко. — Белгород, 2014. — 28 с.
2. Стальная, В. А. Оценка конкурентного потенциала предприятий индустрии развлечений / В. А. Стальная // Практический маркетинг. — 2008. — № 10 (140). — С. 18–30.

М. В. Михадюк, ассистент
marina1mik@yandex.ru

А. И. Антоненков, канд. биол. наук, доцент
БГЭУ (Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики. В сфере туризма занято свыше 250 млн чел., т.е. каждый десятый работник в мире. На долю туризма приходится более 7 % общего объема инвестиций, 11 % мировых потребительских расходов, 5 % всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы хозяйства, как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития [1].

Инновациями могут быть и усовершенствованные классические, и внедренные новые экскурсии, и услуги. Экскурсионный продукт можно назвать инновационным при условии использования новейших технологий, конструктивно новых приемов и методов создания и внедрения. С помощью новейших технологий разработаны виртуальные экскурсии, экстремальные туры, мультимедийные программы, электронные экскурсии.