

In Poland, tourist promotion is the responsibility of the national tourist organization. Polish Tourist Organization (PTO) was set up on June 15, 1999 and is currently one of the 200 national tourist organizations active worldwide to promote their own countries. It deals with promoting Poland as an attractive tourist destination in Poland and abroad, and conducts activities aimed at encouraging and increasing a number of foreign visitors to come to Poland. The activities of the organization are financed with the budget grants, non-refundable foreign aid, payment of local government units, and payment of organizations and companies operating in the field of tourism. PTO has offices in 14 countries responsible for promotion of Poland as tourist destination on foreign markets. Based on knowledge of the various markets, it is possible to adjust promotional activities to the specific character of different target audiences. Additionally, by cooperating with the local and regional tourist organizations, PTO undertakes activities aimed at increasing the interest in the Polish cities, regions, and tourist products among Polish and foreign tourists. Its numerous tasks include: organizing the conferences, seminars, and trainings, issuing promotional publications about Poland; developing the tourist information Internet system; performing statistical analysis, marketing expertise and prognostic studies in the field of tourism; and initiating and supporting the organizational measures taken by the competent authorities for the development of tourism infrastructure, tourism products, and their promotion⁵.

Tourism, as one of the fastest growing industries worldwide, creates opportunities to increase competitiveness of regions. Regions which are attractive as tourist destinations attract more tourists which results in the better economic performance of the region. For this reason tourism policy involving destination marketing should be developed and coordinated with regional policy. Destination marketing organizations should develop strategies aimed at the development and promotion of a specific destination in order to increase the number of visitors. They might use a number of marketing tools including primarily promotional activities to create and increase brand awareness of a particular place. Strategies formulated at the regional level need to be synchronized and coordinated with the national strategy aimed at promoting a country as an attractive tourism destination.

1. T. Moilanen, S. Rainisto, How to Brand Nations, Cities, and Destinations, Palgrave Macmillan, Great Britain, 2009, p. 11.
2. Ibidem, pp. 176-181.
3. D. Buhalis, Marketing the Competitive Destination of the Future, Tourism Management, 21, 2000.
4. S. Pike, Destination Marketing. An Integrated Marketing Communication Approach, Elsevier Inc., 2008, pp. 30-32.
5. www.pot.gov.pl, 15.03.2013.

Кабушко А.М. к.э.н., доцент,
Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
г. Минск, Республика Беларусь
eczon@rambler.ru

ФОРМИРОВАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОЛОГО-ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Инновационная деятельность является основным фактором долгосрочного экономического развития национальной экономики Беларуси. Однако, вместе с имеющимися достижениями в области государственного регулирования инновационного развития, малоизученными остаются вопросы научного обоснования развития эколого-инновационного потенциала на уровне отдельных организаций.

В настоящее время инновационный процесс во многих организациях осложняется наличием ряда негативных факторов, основными из которых являются их низкий инновационный потенциал, недостаточное финансирование инновационной деятельности, неэффективное взаимодействие сферы науки и производства, высокие экономические риски, длительные сроки окупаемости. Динамичное развитие рыночных отношений, усиление конкуренции обуславливают необходимость формирования предприятиями сбалансированной не только экономической, инновационной, но и экологической политики а перед аппаратом управления возникает новый класс задач, связанный с поиском эффективных решений не только для активизации инновационной, но и обеспечения экологической безопасности деятельности.

Отсутствие научного подхода при обосновании приоритетных направлений эколого-инновационной деятельности, определении сроков внедрения новшеств и их влияния на экономический потенциал предприятия свидетельствует об актуальности исследования по разработке структуры эколого-инновационного потенциала организации и факторов его формирования в условиях инновационной экономики.

Межгосударственный стандарт ГОСТ 31279–2004 «Инновационная деятельность. Термины и определения» определяет инновации как новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, товарной продукции или услуг на рынок.[1]

Совершенствование форм и методов организации и управления производством направлено на быстрое приспособление предприятий к изменяющимся запросам потребителей, активизацию инновационной деятельности, увеличение доходов производителей. При этом необходимо учитывать особенности экологической безопасности новых

проектов и развития инновационной деятельности предприятий, осуществлять оценку эколого-экономического риска при внедрении нововведений.

Экономический потенциал определяется инвестиционным развитием, реализуется на основе инноваций, что выражается, в первую очередь, в глубоких изменениях техники и технологии производства, кроме того, развитие экономики обуславливается использованием базисных инноваций, т.е. применением нового поколения экологически безопасной техники и технологий.

В этой связи эколого-инновационный потенциал субъектов хозяйствования, с практической точки зрения, можно рассматривать как элемент воздействия на формирование хозяйственного механизма, соответствующего уровню развития производительных сил общества. Эколого-инновационный потенциал в какой-то степени можно считать измерителем базы, темпов и направленности экономического развития и обеспечения экологической безопасности.

Сущность эколого-инновационного потенциала предприятия промышленности заключается в следующем. Эколого-инновационный потенциал является важной составляющей механизма формирования эколого-безопасного функционирования инновационной экономики, включающего накопленный производственный потенциал, инвестиционные ресурсы, соответствующую институциональную основу. Обеспечивает рост конкурентоспособности промышленных предприятий за счет экологически безопасной продукции и технологического процесса.

Эколого-инновационный потенциал представляет собой совокупную способность имеющихся в наличии у промышленного предприятия инновационных ресурсов обеспечивать достижение поставленных целей инновационного развития без ущерба окружающей среде. Развитие эколого-инновационного потенциала промышленного предприятия представляет собой совокупность целенаправленных изменений исходного состояния экономической системы предприятия, связанных с получением результата в виде той или иной инновации от использования экологического, производственного и инвестиционного потенциалов за определенный период времени.

Факторы, препятствующие инновациям следующие. Экономические: недостаток собственных денежных средств, недостаток финансовой поддержки со стороны государства, низкий платежеспособный спрос на новые продукты, высокая стоимость нововведений, высокий экономический риск, длительный срок окупаемости нововведений. Производственные факторы: низкий инновационный потенциал организации, недостаток квалифицированного персонала, недостаток информации о новых технологиях, недостаток информации о рынках сбыта, невосприимчивость организации к нововведениям, недостаток возможностей для кооперирования с другими предприятиями и научными организациями. Среди других причин: низкий спрос среди потребителей на инновационную продукцию и услуги, недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих и стимулирующих инновационную деятельность, неопределенность сроков инновационного процесса, неразвитость инновационной инфраструктуры, неразвитость рынка технологий. [3]

Реализация эколого-инновационного потенциала характеризуется высокой степенью риска, т.е. существует вероятность того, что эколого-инновационный проект окажется несостоятельным с технической точки зрения или же технически успешный проект потерпит неудачу на рынке. Механизм реализации эколого-инновационного потенциала позволяет осуществлять воздействие на производство, результативность. Это определяется тем, что внедряемые технические и технологические инновации даже при условии, что если они приносят одинаковый производственный эффект, обладают различной эколого-экономической эффективностью, дифференцированно влияя на изменения в производственном аппарате, в составе и структуре используемых сырья и материалов, а также на организацию производства.

Таким образом, эколого-инновационный потенциал во многом определяет направления развития промышленного предприятия, что во многом обусловлено формированием структуры инновационного потенциала в экономическом потенциале предприятия. Это предполагает рассмотрение каждой его составляющей не изолированно, а в системе. Только, взаимодействуя в единой системе, структурные компоненты эколого-инновационного потенциала предприятия позволят получить синергический эффект, значительно превышающий арифметическую сумму эффектов от функционирования отдельных его составляющих.

ЛИТЕРАТУРА:

1. ГОСТ 31279–2004 «Инновационная деятельность. Термины и определения»
2. Национальная экономика. Система потенциалов : учебное пособие для вузов / [С. Г. Тяглов [и др.] ; под ред. Н. Г. Кузнецова, С. Г. Тяглова. -- Москва : Юнити, 2009. -- 368 с.
3. Ясников Г.Е., Рудаков И.А. Проблемы развития малого инновационного бизнеса в Республике Беларусь Экономика, право и проблемы управления: сб. науч. трудов №1/ под общ. ред. Ясникова Г.Е. -Минск: Частн. ин-т упр. и предпр., 2011.- С. 3-13