

полнения производственной программы, но и способствует укреплению финансового состояния гостиницы, своевременному накоплению денежных средств для осуществления платежей по обязательствам, снижению себестоимости и повышению рентабельности. Экономическая эффективность использования и экономия оборотных фондов весьма велики, поскольку они оказывают положительное воздействие на все стороны производственной и хозяйственной деятельности гостиничного предприятия.

Источники

1. *Ефимова, О.П.* Экономика гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / О.П. Ефимова, Н.А. Ефимова ; под. ред. Н.И. Кабушкина. — М. : Новое знание, 2004. — С. 328–333.

2. *Голикова, О.В.* Понятие материальных оборотных активов и их роль в кругообороте средств предприятия / О.В. Голикова, Е.Г. Нестеренко // Вестн. Волж. ун-та им. В.Н. Татищева. — 2019. — №3 (56). — С. 1–4.

3. Методика анализа оборотных активов [Электронный ресурс] // Анализ финансового состояния предприятия. — Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyy_analiz/analiz_oborotnykh_sredstv/metodika_analiza_oborotnykh_aktivov_predpriyatija/34-1-0-179.

4. Пути повышения эффективности использования оборотных средств на предприятии [Электронный ресурс] // Econmotion. — Режим доступа: <http://www.econmotion.ru/nomecs-563-1.html>.

СНИЛ «Гандаль»

А.В. Бурдюгова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.О. Белова, канд. экон. наук, доцент

СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА И ЕГО ЭЛЕМЕНТЫ

Усиление конкуренции на рынке ресторанных услуг заставляет организации изыскивать конкурентные преимущества, задействовать свой конкурентный потенциал и управлять его развитием для обеспечения устойчивого функционирования на выбранном сегменте рынка и победы в конкурентной борьбе. Конкурентный потенциал представляет собой внутренние и внешние конкурентные возможности фирмы, которые позволяют предприятию вести эффективную конкурентную борьбу на рынке за счет формирования конкурентных преимуществ на основе использования располагаемых ресурсов. В отличие от ресурсного потенциала конкурентный потенциал включает в себя совокупность имеющихся материальных, нематериальных, финансовых, трудовых, природных ресурсов, а также возможности,

позволяющие получать конкурентные преимущества перед другими участниками рынка.

Конкурентные преимущества — есть превосходства над конкурентами в таких сферах деятельности предприятия, как экономическая, техническая, организационная. При этом данное превосходство можно измерить экономическими показателями. Необходимо особо подчеркнуть, что конкурентное преимущество нельзя отождествлять с потенциальными возможностями компании. Конкурентное преимущество выражается в результатах реальных предпочтений покупателей, и поэтому в практике бизнеса конкурентные преимущества являются главной целью и результатом деятельности организации [1]. Таким образом, конкурентное преимущество является причиной, конкурентоспособность следствием, а конкурентный потенциал является основой, без которой невозможно стать победителем в борьбе за потребителя. Формирование конкурентного потенциала предполагает охват основных процессов внутри организации, протекающих в различных функциональных областях ее внутренней среды. В результате обеспечивается системный взгляд на предприятие, который позволяет выявить все сильные и слабые стороны, а также разработать на этой основе комплексную методику оценки возможностей долгосрочного перспективного развития компании.

Структуру конкурентного потенциала можно представить следующим образом: — маркетинговый потенциал, — рыночный потенциал, — инновационный потенциал, — творческий потенциал, — ресурсный потенциал [2]. Между элементами конкурентного потенциала существует связь, в соответствии с которой они взаимодействуют и оказывают влияние друг на друга и на конкурентный потенциал в целом.

Таким образом, для развития конкурентного потенциала предприятия необходимо комплексно подходить к процессу управления всеми элементами его структуры. Только так можно добиться синергетического эффекта и получить высокую конкурентоспособность на рынке общественного питания. Все это необходимо учитывать при разработке стратегии развития конкурентного потенциала организации общественного питания, изучая внутренние и внешние конкурентные возможности и соответствующие потенциалы, которые определяют эти возможности.

Источники

1. Сущность и функции конкурентного потенциала организации [Электронный ресурс] // Молодой ученый. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/112/28761/>.
2. Конкурентный потенциал предприятия с позиции ресурсной концепции [Электронный ресурс] // Молодой ученый. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/79/13890/>.