

УДК 338

**АХМЕД АХМАД ХАССАН АХМАД**

аспирант Института управления, экономики и финансов  
Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
г. Казань, e-mail: ahmed.red@mail.ru

DOI 10.26726/1812-7096-2019-2-112-117

### РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМ

**Аннотация.** В данной статье рассматривается роль менеджмента в повышении конкурентоспособности компании, а также предлагается ряд способов управления компанией для повышения ее конкурентоспособности. В контексте данного исследования акцент был сделан на роли менеджмента в повышении конкурентоспособности фирмы и на то, что менеджмент может сделать в этой области и для достижения цели. **Результаты и методы** могут быть использованы, чтобы помочь фирмам повысить свою конкурентоспособность и выйти на конкурентное поле. Роль менеджмента была продемонстрирована в способах изучения деятельности потенциальных и потенциальных конкурентов, их сильных и слабых сторон, а также в разработке долгосрочных конкурентных стратегий для повышения конкурентоспособности фирмы. Сформулирован ряд важных рекомендаций об управлении и его центральной роли, которые в случае его применения помогут фирме повысить свою конкурентоспособность.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, факторы, менеджмент, инструменты управления, информационные технологии.

---

**AHMED AHMED HASSAN AHMED**

graduate student of the Institute of management, Economics and Finance  
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan,  
e-mail: ahmed.red@mail.ru

### THE ROLE OF MANAGEMENT IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF A COMPANY

**Abstract.** The article discusses the role of management in improving the competitiveness of a company and proposes a number of approaches to company management to enhance the competitiveness of thereof. The role of management in increasing the company competitiveness and the respective actions of thereof have been emphasized. The findings and methods can be used to help companies to enhance their competitiveness and face the competition. The role of management has been discussed in studying the activities of potential competitors, the strengths and weaknesses of thereof, and in elaborating long-term competitive strategies to increase the competitiveness of a company as well. A number of important recommendations on management and the key role of thereof have been designed and if applied could help companies to enhance the competitiveness of thereof.

**Keywords:** Competitiveness, factors, management, management tools, information technologies

---

**Введение.** Наиболее эффективным инструментом рыночной экономики и создать благосостояние граждан является конкуренция, поскольку она гарантирует и обеспечивает эффективное распределение ресурсов и достижение экономического, научного и технического прогресса. Фирма не может оставаться в конкурентной среде, если ее деятельность не является конкурентоспособной. Сегодня в контексте борьбы за выживание фирм на рынке и повышение кон-

курентоспособности фирмы должны решать многие сложные проблемы и задачи путем выбора и постоянного исследования различных методов и приемов в управленческой области.

Если рассматривать их вместе, то соотношение понятия «конкурентоспособность» и «менеджмент» имеет двойной характер. С одной стороны, уровень конкурентоспособности фирмы является интегральным показателем уровня профессионализма и качества управления фирмы. С другой – поведение фирмы в конкурентном окружении и все процессы, связанные с достижением главных производственных и маркетинговых целей, должны быть управляемыми.

**Метод исследования.** Если говорить об организации управления фирмой функционально в целом, то можно разделить его на следующие виды: управление инвестициями; управление инновациями; управление персоналом; управление закупками; управление производством; управление маркетингом и проч. [1,18].

В теории жизненного цикла фирмы при развитии фирмы должны быть решены следующие задачи поэтапно:

- 1) оставаться в конкурентной среде;
- 2) достижение доходности;
- 3) выбрать подходящую стратегию;
- 4) выбор системы управления;
- 5) обеспечить административную и финансовую прозрачность [7,8];
- 6) фирмы имеют несколько бизнес-моделей, демонстрирующих более высокие шансы на конкурентоспособность [9,12].

Таблица ниже показывает методы и инструменты, соответствующие каждой задаче и этапу с учетом характера и характеристик каждой компании.

Таблица

**Методы и инструменты, соответствующие каждой задаче и этапу [8]**

Наименование метода	Основная задача, которая стоит перед фирмой				
	Обеспечение управленческой и финансовой прозрачности	Адаптация и подбор управленческой системы	Выбор управленческой стратегии	Достижение прибыльности и рентабельности	Выживание в условиях конкуренции
Психологический /социальный	–	3	2	–	–
Административный	2	1	2	–	2
Экономический	2	–	–	3	2

**Примечание.** 3 – высокий уровень применения методов в задаче; 2 – средний уровень применения методов в задаче; 1 – низкий уровень применения методов в задаче.

Можно выделить ряд основных факторов, влияющих на конкурентоспособность фирмы и принятие управленческих решений, а именно:

1) Технологические инновации и инвестиции. Объем инвестиций или технологических инноваций оказывает существенное влияние на размер и количество фирм, которые могут выйти на рынок [10,11,14].

2) Структура спроса. Знание причин изменения потребительских предпочтений услуги или другого продукта, направление потребителя к другим каналам продаж, а также знание разработки аналогичного продукта оказывает влияние на методы производства и маркетинга [12].

3) Масштабы долгосрочного спроса [3,19]. В принятии решений относительно инвестирования для развития производительной мощности фирмы должно приниматься во внимание увеличение и уменьшение долгосрочного спроса.

4) Потребительские предпочтения. Предпочтения потребителей в отношении цены, качества и т. д. Являются одними из наиболее важных факторов, которые следует учитывать в конкурентной среде при принятии стратегических управленческих решений [12].

5) Дизайн и модели. Обеспечить новые отрасли в формах, которые отвечают потребностям потребителей с точки зрения производительности и качества. Это увеличит маркетинговые

возможности и увеличит долю рынка и, таким образом, повысит конкурентоспособность фирмы.

6) Искусство маркетинга. Маркетинговые факторы, такие, как реклама, продвижение, снижение затрат на маркетинг и т. д. создают увеличение спроса, что положительно влияет на конкурентоспособность фирмы.

7) Правительственная политика. Государственные политики и решения оказывают очень значительное влияние на конкурентную среду и управленческие решения фирмы.

8) Технологии производства. Всякий раз, когда технологии производства высоки, это препятствует выходу новых конкурентов на рынок.

9) Информационная сеть: Создание сети информации и коммуникаций, которая обеспечивает руководство информацией о внутренней и внешней среде фирмы [6,13,15].

Инструменты конкурентоспособности. Включают в себя все инструменты, которые создают определенные конкурентные возможности для системы управления конкретной фирмы за счет администраций других организаций. Система управления состоит из механизма работы, операций, структуры управления, механизмов развития и искусства управления. В целях обеспечения конкурентоспособности фирмы необходимо использовать соответствующие инструменты, а именно: постановка целей, миссия и видения, задачи, решения, технические и стиль управления и руководства, технологии и современные технологии, информационные, административные функции. [1].

Организационные инструменты. Они являются вспомогательными инструментами и движком для операций фирмы, такими, как: информационный поток, полномочия и обязанности, организационная структура, организационное взаимодействие, коммуникация и т. д.

Инструменты маркетинга и сбыта. Маркетинговая деятельность и исследование рынка являются одним из основных источников гарантии и устойчивости конкурентных способностей и стратегии компании, поэтому эффективная разработка маркетинговых инструментов поможет руководству определить некоторые стратегии, такие, как ценообразование и осуществление стимулирующей политики товародвижения, сервисное обслуживание высокотехнологической продукции, пропускная способность сбытовой структуры организации, собственная сбытовая сеть, реальность объемов продаж продукции. а также обеспечение конкурентоспособности фирмы и ее улучшение [2,12].

Из финансовых инструментов, которые гарантируют повышение и повышение конкурентоспособности фирмы [17]: льготные кредиты, кредиты всех видов, инвестиции всех видов, капитал, активы всех видов дебиторской задолженности, деятельность по ликвидности, ценные бумаги.

Сегодня персонал, наряду с финансовыми и материальными ресурсами, становится ключевым фактором стратегического развития фирмы, где конкурентоспособность требует высокой степени личной энергии, гибкости, интеллекта и творческого подхода к регулированию деятельности [16].

Инструменты конкурентоспособности товара. Набор инструментов, связанных с товарами, которые напрямую влияют на стратегии управления и конкурентоспособность фирмы, Это инструменты включают: качество, цену, наличие известных торговых марок, патентоспособность, новизну, наличие известных торговых марок, издержки, прогрессивность технологий [4].

Также следует отметить, что на настоящем этапе развития экономики в управлении фирмой необходимы информационные технологии.

Все вышеперечисленные группы инструментов создают инструментарий управления конкурентоспособностью фирмы.

К задачам, которые решают руководители фирм с применением информационных технологий и систем, можно отнести:

- формирование и ведение базы клиентов фирмы;
- обработка больших объемов внутренней и внешней информации или даже организация центра обработки данных;
- быстрое реагирование на рыночные изменения;
- отбор необходимых данных на определенный момент времени для принятия управленческих решений.

В свете быстрого развития технологий и информатики, глобализации и постоянных изменений во внешней среде, интенсивной конкуренции и появления новых методов работы и производства управление является сложной задачей, которое имеет задачу противостоять этим изменениям и адаптировать их для удовлетворения интересов фирмы и продолжения ее жизни. Это побуждает менеджмент фирмы к самоорганизации компании, чтобы гарантировать, что все операции выполняются эффективно и результативно, предоставляя советы, рекомендации и решения для всех административных процессов и, таким образом, обеспечить выживание и непрерывность в конкурентной среде.

Под управлением конкурентоспособностью понимается ответственность за все функции и административные действия, направленные на достижение или повышение или обеспечение конкурентоспособности фирмы, а также за разработку политики и программ, стратегических планов для достижения этой цели. Администрация должна полагаться на все средства и методы для повышения эффективности своей работы и эффективности.

**Результаты.** После предыдущего объяснения в теме мы получили много результатов, в том числе того, что роль менеджмента является важной и ключевой в процессе повышения конкурентоспособности фирм, и это приводит нас к вниманию к менеджменту, стратегиям, менеджерам и инструментам, которые помогают продвигать и достигать целей компании и повышения конкурентоспособности. Чтобы быть объективными, мы сосредоточимся на наиболее важных из них:

1. Только постоянный поиск менеджерами эффективных управленческих инструментов и активная апробация научных концепций в бизнес-практике позволят значительно повысить конкурентоспособность фирм.

2. Все факторы конкурентоспособности, влияющие на конкурентоспособность фирмы, взаимосвязаны. Учет степени влияния факторов, воздействующих на фирму.

3. Снижение или дефект в конкурентоспособности фирмы, причиной которого является отсутствие действенных управленческих инструментов, которые разработаны учеными с учетом особенностей деятельности фирмы.

4. Необходимость использования управленческих инструментов, осуществления технических и технологических инноваций для повышения конкурентоспособности фирмы, которые в ряде случаев без серьезных капиталовложений помогают достичь значительных результатов.

#### **Выводы.**

Для того чтобы менеджмент стал играть центральную роль в повышении конкурентоспособности фирмы, мы рекомендуем следующее:

- исследования и правила должны быть разработаны на принципах управления производством и экономических и социальных систем;
- применять современные научные подходы в области (маркетинг, работа, система, воспроизводство, организация и т. д.);
- рассматривать административные функции как единое целое для реализации планов;
- повышение конкурентоспособности фирмы зависит напрямую от улучшения качества управления ею;
- менеджмент фирмы должен обладать следующими качествами:
  - быстро адаптироваться к изменениям в стране и на рынке;
  - быстро реагировать на изменение потребностей всех участников рынка;
  - предусмотреть появление проблем и их наступления;
  - всегда иметь альтернативные варианты действий [2].
- внедрение новых способов управления фирмой, основанных на опыте других местных или иностранных фирм;
- фирме нужна электронная информационная система, включая департаменты всех уровней, способные контролировать передачу информации, программирование и организацию бизнеса эффективным, быстрым и гибким способом. Требования этой системы включают в себя:
  - компьютерные системы и специализированные программы;
  - специалисты по программированию, статистике и математике;
  - внедрение таких систем, как искусственный интеллект и Системы поддержки принятия решений (DSS) (СППР) [3].

*Литература*

1. Азоев, Г. Л. Челенков, А. П. *Конкурентные преимущества фирмы*. – М. : Новости, 2000.
2. Воронов, Д. С. *Конкурентоспособность предприятия : оценка, анализ, пути повышения*. – Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2015.
3. Демидович, А. А., Демидович, И. А. *Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия // Наука и инновации в современных условиях : сб. статей Международной научно-практической конференции, декабрь 2016 г. Екатеринбург*.
4. Ерохин, Д. В. *Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленной фирмы // Вестник Брянского государственного технического университета*. 2016. № 4. С. 12–16.
5. Паладова, Т. А. *Эффективные методы развития конкурентного потенциала предприятий // Пищевая технология*. 2014. № 6. С. 133–135.
6. Сидоренко, А. В. *Связь менеджмента и его роль в конкурентоспособности организации*. 2018. – URL : <http://econfr.uae.ru/pdf/2014/12/3936.pdf>.
7. Ефимова, Е. Г. *Экономика : учеб. пособие*. – М. : МГИУ, 2005.
8. Кучеров, А. В. *Роль менеджмента в обеспечении конкурентоспособности организации // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки*. – Новосибирск, 2013. – URL : <https://sibac.info/studconf/econom/xv/35952>.
9. Ranjith, V. K. *Business Models and Competitive Advantage // Journal Procedia Economics and Finance*. 2016. No. 37. P. 203–207.
10. Heyer, S., Bilge, P., Steingrimsson, J. G., Seliger, G. *Business Strategies for Competition and Collaboration for Remanufacturing of Production Equipment // Advances in Sustainable Manufacturing*. 2011 . P. 91–97.
11. Robert, D. A. *Competitiveness, Innovation and Productivity // Information Technology and Innovation Foundation, Washington USA*, 2013.
12. Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management*. – 15th global ed. – USA, 2016.
13. Ong, J. W., & Ismail, H. B. *Sustainable competitive advantage through information technology competence : resource-based view on small and medium enterprises // Communications of the International Business Information Management Association*. 2008.
14. Powell, Th. C. *Total Quality Management and Competitive Advantage : A review and empirical study // Strategic Management Journal*. 1995. Vol. 16.
15. Al-Zubi, H. A. *The Impact of the Strategic Information System on Building Competitive Competitiveness and Achieving Competitive Excellence // PhD thesis*. – University of Baghdad, 1999.
16. Klyueva, O. A. *Competitiveness of personality as a psychological phenomenon : The content of the construct and its typology // Psychology in Russia : State of the Art*. 2016. Vol. 9. Issue 2.
17. Liargovas, P., Skandalis, K. *Factors Affecting Firm Competitiveness : The Case of Greek Industry // Global Business & Management Research*. 2010. Vol. 2. Issue 2/3. P. 184–197.
18. Мартышкина, Е. О. *Сравнительная характеристика процессного и функционального подходов к управлению организацией // Системное управление : электронное научное периодич. изд.*, 2009.
19. Меркулова, А. А. *Классификация факторов конкурентоспособности предприятия // Международный научный журнал «Инновационная наука»*. 2015. No. 12.
20. Вельдина, Ю. И., Комлева, Н. С. *Использование маркетинговых инструментов для повышения конкурентоспособности промышленного предприятия // Системное управление : электрон. науч. период. изд.*, 2011.

**References:**

1. Azoev, G. L. Chelenkov, A. P. *Competitive advantages of the company*. – M. : News, 2000.
2. Voronov, D. S. *Competitiveness of the enterprise : assessment, analysis, ways of increase*. – Ekaterinburg : USTU-UPI, 2015.
3. Demidovich, A. A., Demidovich, I. A. *Factors influencing competitiveness of the enterprise // Science and innovations in modern conditions : collection of articles of the International scientific and practical conference, December 2016 Ekaterinburg*.
4. Erokhin, D. V. *Theoretical bases of an assessment of competitive potential of industrial firm // Bulletin of the Bryansk state technical University*. 2016. No. 4. P. 12-16.
5. Poladova, T. A. *Efficient methods of competitive potential of the enterprises // Food technology*. 2014. No. 6. P. 133-135.
6. Sidorenko, AV *Communication management and its role in the competitiveness of the organization*. 2018. – URL : <http://econfr.uae.ru/pdf/2014/12/3936.pdf>.
7. Efimova, E. G. *Economics : studies. benefit*. – M. : MGIU, 2005.
8. Kuchеров, A.V. *the Role of management in ensuring the competitiveness of the organization // Scientific community of students of the XXI century. Economics*. – Novosibirsk, 2013. – URL : <https://sibac.info/studconf/econom/xv/35952>.
9. Ranjith, V. K. *Business Models and Competitive Advantage // Journal Procedia Economics and Finance*. 2016. No. 2. 37. P. 203-207.
10. Heyer, S., Bilge, P., Steingrimsson, J. G., Seliger, G. *Business Strategies for Competition and Collaboration for Remanufacturing of Production Equipment // Advances in Sustainable Manufacturing*. 2011 . P. 91-97.
11. Robert, D. A. *Competitiveness, Innovation and Productivity // Information Technology and Innovation Foundation, Washington USA*, 2013.
12. Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management*. – 15th global ed. – USA, 2016.
13. Ong, J. W., & Ismail, H. B. *Sustainable competitive advantage through information technology competi-*

- tion : resource-based view on small and medium enterprises // Communications of the International Business Information Management Association. 2008.*
14. Powell, Th. C. *Total Quality Management and Competitive Advantage : A review and Imperial study // Strategic Management Journal. 1995. Vol. 16.*
15. Al-Zubi, H. A. *The Impact of the Strategic Information System on Building Competitive Competitiveness and Achieving Competitive Excellence // PhD thesis. University of Baghdad, 1999.*
16. Klyueva, O. A. *Competitiveness of personality as a psychological phenomenon : The content of the construct and its typology // Psychology in Russia : State of the Art. 2016. Vol. 9. Issue 2.*
17. Liargovas, P., Skandalis, K. *Factors Affecting Firm Competitiveness : The Case of Greek Industry // Global Business & Management Research. 2010. Vol. 2. Issue 2/3. P. 184-197.*
18. Martyshkina, E. O. *Comparative characteristics of process and functional approaches to organization management // System management : electronic scientific periodical. ed., 2009.*
19. Merkulova, A. A. *Classification of enterprise competitiveness factors // international scientific journal Innovative science"2015. No. 2.12.*
20. Veldin, Yu. I., Komleva, N. C. *the Use of marketing tools to improve the competitiveness of industrial enterprises // System management : electron. science. period. ed., 2011.*