

08.00.00 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

08.00.00 ECONOMIC SCIENCES

УДК 339.137.2
ББК 65.012.8

DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.331

Bagautdinova Nailya Gumerovna,
doctor of economics, professor,
director of the Institute of Management, Economics and Finance
of Kazan (Privolzhsky) Federal University,
Kazan,
e-mail: nailya.mail@mail.ru

Багаутдинова Наиля Гумеровна,
д-р экон. наук, профессор,
директор Института управления, экономики и финансов
Казанского (Приволжского) федерального университета,
г. Казань,
e-mail: nailya.mail@mail.ru

Nikulin Roman Alexandrovich,
post-graduate student of the Institute of Management,
Economics and Finance,
of Kazan (Privolzhsky) Federal University,
Cheboksary,
e-mail: r.nikulin@ro.ru

Никунин Роман Александрович,
аспирант Института управления,
экономики и финансов
Казанского (Приволжского) федерального университета,
г. Чебоксары,
e-mail: r.nikulin@ro.ru

МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

MODEL OF COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION IN THE CONDITIONS OF INFORMATION ECONOMICS

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
08.00.05 – Economics and management of national economy

В статье рассматривается взаимодействие экономических агентов, приводящее к сложному обмену информационным потоком и, как следствие, усилению конкуренции и кооперации между ними. Поэтому в информационной экономике преобладает концепция конкуренции не отдельных фирм, а цепочек ценностей, которые влияют на конкурентоспособность компании на рынке. Авторами статьи в качестве таких цепочек рассматриваются факторы развития информационно-коммуникационных технологий для эффективной обработки информационных потоков, человеческого капитала, направленного на эффективное использование, изучение и превращение знаний в интеллектуальную собственность, а также имиджа организации, позволяющего укрепить позиции компании на рынке, получить доступ к качественным финансовым, трудовым ресурсам и т. д., которые принимают в информационной экономике определяющее значение в достижении высокой конкурентоспособности компании. В результате анализа вышеприведенных факторов авторами статьи предлагается модель конкурентоспособности компании в информационной экономике, которая включает в себя нацеленность на решение тактических и стратегических задач компании путем развития факторов конкурентоспособности, а также регулярного проведения операций по мониторингу, анализу мероприятий по повышению конкурентоспособности компании, выявлению в них несоответствий, а также принятия мер по их совершенствованию. Авторами статьи проводится расчет влияния факторов конкурентоспособности предприятий в условиях инновационной экономики с применением эконометрических методов, по результатам которого модель

зависимости уровня конкурентоспособности от основополагающих ее факторов приобретает линейный вид. Согласно полученным результатам по модели, наибольшее влияние на уровень конкурентоспособности российских предприятий в условиях конкурентоспособности оказывает фактор развития информационно-коммуникационных технологий. В заключение авторами статьи делается вывод о необходимости разработки точечных мер воздействия на каждый из факторов конкурентоспособности в отдельности на основании проведенного исследования.

The article examines the interaction of economic agents leading to a complex exchange of information flows and, as a consequence, the strengthening of competition and cooperation between them. Therefore, the information economy is dominated by the concept of competition, not of the individual firms, but of value chains that affect the company's competitiveness at the market. As such chains, the authors of the article examine factors of development of information and communication technologies for efficient processing of information flows, human capital aimed at efficient use, learning and turning knowledge into intellectual property and image of the organization allowing to strengthen the company's position at the market, to access quality financial, human resources, etc. that are taking in the information economy the fundamental role for achieving the high competitiveness of the company. As a result of the analysis of the above factors, the authors have proposed a model of the company's competitiveness in the information economy, which includes a focus on solving tactical and strategic tasks of the company through development of competitiveness factors,

as well as regular operations of monitoring, analysis of measures for improvement of competitiveness of the company, identifying discrepancies in them, as well as the adoption of measures for their improvement. The authors of the article calculate the influence of factors of the company competitiveness in an innovative economy with the use of econometric methods, according to which the model of dependence of the level of competitiveness on its underlying factors acquires a linear form. According to the obtained results of the model, the factor of development of information and communication technologies has the greatest impact on the level of competitiveness of Russian enterprises in the conditions of competitiveness. In conclusion, the authors of the article conclude that it is necessary to develop the point-based measures of influence on each of the factors of competitiveness separately on the basis of the study.

Ключевые слова: конкурентоспособность, информационно-коммуникационные технологии, человеческий капитал, имидж компании, информационная экономика, эконометрика, методы исследования, шкала Харрингтона, модель исследования, стратегия, тактика.

Keywords: competitiveness, information and communication technologies, human capital, company image, information economy, econometrics, research methods, Harrington scale, research model, strategy, tactics.

Введение

Развитие системы информационных потоков между экономическими агентами приводит к их сложному взаимодействию и кооперации, на основании которой создается система связей, каналы обмена информацией, а уже на их основе — новые виды экономических субъектов (сети взаимодействующих фирм) [1]. Так как при тесном обмене информацией между экономическими агентами должна расти предельная полезность каждого из них в связке, то сокращение промежуточных звеньев и избавление от посредников приводят к использованию принципов тесного сотрудничества и совместной работы на смену традиционным принципам конкуренции. Синергетический эффект при подобном взаимодействии экономических агентов достигается за счет их мобильности, гибкой подстройки под рыночные условия, децентрализованности, их тесной связанности.

В связи с вышесказанным **актуальность** выбранной авторами темы научной статьи определяется тем, что конкуренция и конкурентоспособность предприятий в условиях информационной экономики определяется именно развитием информационных технологий на предприятиях, способностью последних к организации эффективной работы с информацией, ее обработке и использованию в своей деятельности для получения прочного положения на рынках.

Особенности и проблемы конкурентоспособности в информационной экономике рассматриваются в научных трудах О. Б. Кондратенко, Г. Ф. Салахутдиновой, Р. И. Эшлиоглу, С. В. Филатовой, Б. Ж. Тагарова, И. С. Трушина, Л. А. Гургерян и других ученых, однако для данных исследований характерен некомплексный характер рассмотрения конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, разбор частных элементов и факторов системы конкурентоспособности предприятий.

Вследствие недостаточной разработанности темы конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики авторами научной статьи видится

необходимость в разработке целостной модели конкурентоспособности предприятий, в которой выделяются основополагающие факторы конкурентоспособности, оказывающие влияние на реализацию тактических и стратегических целей развития предприятия, а также на мероприятия по повышению его конкурентоспособности.

Актуальность выбранной темы научной статьи, ее недостаточная разработанность российскими учеными определили **научную новизну**, а также **цель** проводимого исследования, которая заключается в выработке комплексной модели конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, а также в описании формализованной модели конкурентоспособности предприятий в Российской Федерации, полученной с применением эконометрических методов.

Новизна и цель научного исследования, проводимого в данной статье, определили следующие его **задачи**:

— выявить основополагающие факторы, определяющие конкурентное преимущество предприятий в условиях информационной экономики по М. Портеру;

— определить основополагающие принципы, на которых базируется конкурентоспособность предприятий в условиях информационной экономики;

— спроектировать модель конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, основанную на факторах и принципах, выведенных авторами статьи ранее в исследовании;

— рассчитать модель конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики с помощью эконометрических методов.

Теоретическая значимость работы заключается в выработке теоретического подхода к анализу конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, **практическая же значимость** работы заключается в выявлении особо значимых факторов, оказывающих самое значительное влияние на конкурентоспособность российских предприятий в условиях информационной экономики.

Основная часть

Для целей исследования авторами статьи рассматривается конкурентоспособность по Майклу Портеру, на основании применения методов анализа и синтеза выявляются основополагающие факторы и принципы конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики. Затем с помощью метода обобщения и классификации авторами научной статьи предлагается модель конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, завершается исследование расчетом модели конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики с применением эконометрических методов.

Согласно М. Портеру, в информационной экономике преобладает концепция конкуренции не отдельных фирм, а цепочек ценностей, создаваемых сетью взаимосвязанных субъектов, которые влияют на установление стоимости и ценность продукта или услуги, и за которые потребители готовы платить [2].

Поэтому в информационной экономике, кроме конкуренции, основополагающим постулатом становится кооперация, преимущества которой заключаются:

— в повышении гибкости организаций в рыночных условиях;

— формировании более эффективных бизнес-моделей по сравнению с традиционной конкуренцией;

— стимулировании эффективного сотрудничества и инвестиционной деятельности;

— повышении конкурентоспособности организации на рынке в целом.

Авторами статьи поставлена цель в виде выявления основополагающих факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность организаций в информационной экономике, а также их соединение в единую модель конкурентоспособности организации в информационной экономике.

Основываясь на принципах конкуренции и кооперации в информационной экономике, необходимо выделить такой фактор, как развитие информационно-коммуникационных технологий, который оказывает значительное влияние на экономическое развитие и конкурентоспособность компании и не случайно. Необходимо отметить, что рыночные отношения сами по себе являются источником информации, так как посредством механизма ценообразования участникам рынка передается информация для максимально эффективного использования имеющихся в их распоряжении ограниченных ресурсов. При этом информация может максимально эффективно использоваться в компаниях с налаженными информационными потоками, которые будут обрабатывать поступающую от рынка информацию [3]. Поэтому конкурентоспособность компании зависит не только от качества товаров или услуг, репутации организации и ее положения на рынке, а также от степени развития информационно-коммуникационных технологий в компании.

По оценкам специалистов, их вклад в мировой валовой внутренний продукт к 2020 году составит 8,7 % [4]. Информатизация управления в компании с использованием современных информационных технологий, по мнению авторов статьи, позволяет создать конкурентное преимущество для компании, так как существенно сокращает временные, производственные затраты труда, что повышает качество продукции и производительность хозяйственных операций. Данное утверждение было подтверждено предыдущим исследованием авторов статьи с применением эконометрических методов. Так, было выявлено, что на конкурентоспособность российских предприятий существенное влияние оказывает практическое применение информационных технологий, а также масштаб их распространения на территории страны.

Еще одним важным фактором конкурентоспособности компании в информационной экономике является научный потенциал ее сотрудников, который способен принимать форму изобретений, ноу-хау, секретов производства, то есть человеческий капитал [5]. Поэтому для повышения уровня конкурентоспособности на рынке компании необходимо осуществлять регулярное повышение квалификации, проведение обучения сотрудников для достижения процесса трансформации их знаний в интеллектуальную собственность. Необходимо разработать и поддерживать максимально эффективный механизм добычи, распространения и конвертации необходимых знаний, который возможен с помощью развитых информационных технологий.

В информационной экономике также значительное влияние приобретает имидж компании для обеспечения его конкурентоспособности, так как он:

— приводит к снижению чувствительности потребителей к цене на товар компании с благоприятным имиджем;

— снижает вероятность ухода от использования потребителями товаров с хорошим имиджем, что укрепляет положение компании на рынке;

— открывает доступ к более богатым и разнообразным финансовым, информационным, человеческим ресурсам.

Имидж компании — это целостное восприятие и оценка компании различными группами потребителей на основе хранящейся в их памяти информации о деятельности данной компании на рынке. В информационной экономике имидж компании состоит из описательного (целостный образ компании на основании информации о ее деятельности на рынке) и оценочного (оценка потребителями деятельности компании на рынке) компонентов, причем развитию оценочного компонента может способствовать наличие большого количества информации о деятельности компании на рынке.

Структуру имиджа компании в информационной экономике можно разделить на следующие составляющие [6]:

— имидж товара или услуги, представления об их характеристиках и уникальности со стороны потребителей;

— имидж потребителей товара, который заключается в раскрытии информации:

а) о стиле жизни потребителей (их ценности, интересы и мнения, характер деятельности);

б) общественном статусе потребителей (их пол, возраст, профессия, авторитетность и престиж в обществе);

в) психологических качествах потребителей (жизнерадостность, основательность, ответственность, коммуникабельность и т. д.);

— внутренний имидж организации, представляющий собой оценочные представления работников компании для внешних потребителей о работе в ней посредством:

а) внутрикорпоративной культуры (подбор и обучение персонала, внутрифирменные коммуникации, отношения субординации между начальниками и подчиненными, система мотивации сотрудников компании);

б) социально-психологического климата (удовлетворение потребностей сотрудников компании в общении и коммуникации в процессе осуществления трудовой деятельности);

— имидж руководителя организации, который заключается в оценивании потребителями следующих характеристик:

а) внешности;

б) вербального и невербального поведения (мимика, жесты, речь и т. п.);

в) социально-демографических характеристик (пол, возраст, профессия, образование и т. п.);

г) поведения человека в определенной ситуации;

д) деятельности не по рабочей деятельности (спорт, увлечения, социальная активность и т. п.);

— имидж сотрудников организации, который может заключаться в оценивании потребителями имиджа компании при их взаимодействии с ее сотрудниками;

— визуальный имидж компании, который заключается в оценивании потребителями имиджа компании на основании полученных зрительно-визуальных ощущений при взаимодействии с компанией, например при физическом посещении офиса компании, рассмотрении корпоративной символики компании и т. п.;

— социальный имидж организации: ее участие в экономической, социальной и культурной сферах общества, то есть влияние на социальные аспекты общественной жизни;

— бизнес-имидж организации как участника хозяйственной деятельности, его добросовестности при взаимоотношениях с контрагентами, деловая репутация на рынке.

На основании анализа рассмотренных выше факторов авторами статьи предлагается модель конкурентоспособности организации в информационной экономике, которая должна основываться на следующих принципах:

— учет тактических и стратегических целей развития предприятия;

— основное внимание уделяется развитию информационно-коммуникационных технологий для эффективного использования информационных потоков, научного потенциала сотрудников организации для эффективного использования знаний и их преобразования в интеллектуальную собственность, имиджа организации для укрепления позиций компании на рынке [7];

— должна существовать обратная связь между конечными уровнями конкурентоспособности товаров и предприятия в целом, которую целесообразно организовать в виде регулярных мероприятий по мониторингу, анализу уровня конкурентоспособности, выявления несоответствий в проводимых мероприятиях по повышению конкурентоспособности, принятия мер по устранению несоответствий [8].

Авторами статьи видится необходимость также в расчете влияния каждого из факторов конкурентоспособности предприятия в условиях информационной экономики с применением эконометрических методов, так как в целях дальнейшего исследования целесообразно выявить, какие из факторов (информационно-коммуникационные технологии на предприятии, научный потенциал сотрудников организации, имидж компании на рынке) оказывают наибольшее влияние на конкурентоспособность российских предприятий в условиях информационной экономики.

В качестве данных для эконометрического моделирования временного ряда были использованы экспертные оценки двадцати специалистов, профессиональная сфера деятельности которых заключается в продвижении предприятий на рынках товаров и услуг. Экспертные оценки получены путем анкетирования по показателям, которые влияют на конкурентоспособность российских организаций, также экспертов попросили оценить уровень конкурентоспособности в их организациях в целом.

При обработке результатов анкетирования и для количественной оценки результатов использовалась вербально-числовая шкала Харрингтона (см. табл. 1).

Таблица 1

Вербально-числовая шкала Харрингтона

Качественное описание влияния факторов на уровень конкурентоспособности предприятия	Принимаемое числовое значение	Принимаемое в анкете среднее значение
Очень низкое	0,0–0,2	0,1
Низкое	0,2–0,37	0,28
Среднее	0,37–0,64	0,5
Высокое	0,64–0,8	0,72
Очень высокое	0,8–1,0	0,9

Данные по оцениваемым факторам, а также уровень конкурентоспособности российских предприятий варьируются в пределах от 0 до 1 согласно шкале Харрингтона и приведены в табл. 2.

Таблица 2

Оценки экспертов по факторам и уровню конкурентоспособности российских предприятий в условиях информационной экономики

Уровень конкурентоспособности предприятия по шкале Харрингтона	Влияние информационно-коммуникационных технологий на конкурентоспособность по шкале Харрингтона	Влияние научного потенциала сотрудников на конкурентоспособность по шкале Харрингтона	Влияние имиджа компании на конкурентоспособность по шкале Харрингтона
0,72	0,5	0,9	0,9
0,5	0,72	0,5	0,72
0,5	0,5	0,5	0,72
0,9	0,72	0,72	0,5
0,72	0,5	0,72	0,9
0,28	0,5	0,28	0,28
0,72	0,72	0,9	0,5
0,5	0,9	0,5	0,5
0,28	0,28	0,28	0,5
0,72	0,72	0,9	0,72
0,72	0,5	0,72	0,72
0,9	0,72	0,9	0,9
0,28	0,28	0,5	0,28
0,5	0,28	0,5	0,72
0,72	0,72	0,5	0,72
0,9	0,9	0,72	0,72
0,5	0,5	0,72	0,5
0,5	0,72	0,5	0,28
0,72	0,5	0,9	0,72
0,9	0,9	0,72	0,9

Введем следующие обозначения:

- Y — уровень конкурентоспособности предприятия в целом;
- X₁ — информационно-коммуникационные технологии;
- X₂ — научный потенциал сотрудников;
- X₃ — имидж компании.

Для построения первичной модели зависимости уровня конкурентоспособности российских предприятий в условиях информационной экономики (Y) от независимых факторов (X) целесообразно воспользоваться методом наименьших квадратов, который дает возможность при заданном типе зависимости так выбрать ее числовые параметры, чтобы сумма квадратов отклонений экспериментальных точек от сглаживающей кривой была минимальной [9].

Формула метода наименьших квадратов:

$$b = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i \phi}{n} - \frac{a \times \sum_{i=1}^n X_i}{n}, \quad (1)$$

где: Y — прогнозируемый показатель; а и b — коэффициенты; X — условное обозначение зависимого фактора.

Расчет коэффициентов а и b осуществляется по следующим формулам:

$$y_i, \hat{y}_i; \quad (2)$$

$$y = 1 / n \sum_{(i=1)}^n y_i, \quad (3)$$

где: Y_i — фактические значения ряда динамики; n — число наблюдений.

Сглаживание данных методом наименьших квадратов служит для отражения закономерности развития изучаемого явления. В аналитическом выражении факторы X рассматриваются как независимые переменные, а Y выступает как функция этих независимых переменных.

Выявление и оценивание параметров модели с помощью метода наименьших квадратов целесообразно провести в программном продукте Gretl. Полученная модель зависимости объема инвестиций от показателей инвестиционного проекта представлена на рис. 1.

Модель 1: МНК, использованы наблюдения 1-20				
Зависимая переменная: Y				
	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	-0,151427	0,0915670	-1,654	0,1177
X1	0,422499	0,114116	3,702	0,0019 ***
X2	0,477069	0,131042	3,641	0,0022 ***
X3	0,335443	0,124129	2,702	0,0157 **
Среднее зав. перемен	0,624000	Ст. откл. зав. перемен	0,207298	
Сумма кв. остатков	0,140447	Ст. ошибка модели	0,093691	
R-квадрат	0,827985	Испр. R-квадрат	0,795732	
F(3,16)	25,67166	P-значение (F)	2,36e-06	
Лог. правдоподобие	21,20780	Крит. Акаике	-34,41560	
Крит. Шварца	-30,43267	Крит. Хеннана-Куинна	-33,63809	
Тест Вайта (White) на гетероскедастичность -				
Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует				
Тестовая статистика: LM = 7,04635				
p-значение = P(Chi-квадрат(8) > 7,04635) = 0,53164				

Рис. 1. Модель зависимости уровня конкурентоспособности от факторов, влияющих на нее в условиях информационной экономики, полученная с помощью метода наименьших квадратов

Основные показатели качества полученной модели:

— R² (коэффициент детерминации — показывает, какая доля дисперсии зависимой переменной объясняется регрессионным уравнением) = 0,828 (модель обладает высокой степенью достоверности, достоверна на 82,8 %, остальные 17,2 % объясняются влиянием случайных, не включенных в модель, факторов);

— P-значение (вероятность ошибки при отклонении нулевой гипотезы (ошибки первого рода) = 2,36 × 10⁻⁶ (P-значение меньше 0,01, следовательно, модель достоверна на уровне значимости 99 %);

— S_e (стандартная ошибка модели — показывает точ-

ность рассчитанной модели: чем меньше ее значение, тем точнее построена модель [10]) = 0,0937.

Полученная модель имеет линейный вид: Y=0,4225×X¹+0,4771×X²+0,3354×X³, обладает высокой степенью качества и достоверностью.

Однако чтобы исключить наличие нелинейных взаимосвязей между факторами X и Y, целесообразно провести тесты на нелинейность. Воспользуемся соответствующими тестами, реализованными в среде Gretl. (квадраты, логарифмы и тест Рамсея). Результаты теста на нелинейность модели по квадратам представлены на рис. 2 (см. стр. 23).

Вспомогательная регрессия для теста на нелинейность (квадраты)
МНК, использованы наблюдения 1-20
Зависимая переменная: uhat

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	-0,162148	0,342370	-0,4736	0,6436
X1	0,0797852	0,114116	0,1028	0,9197
X2	0,679659	0,131042	0,8276	0,4228
X3	0,00468811	0,124129	0,006683	0,9948
sq_X1	0,0418094	0,639945	0,06533	0,9489
sq_X2	-0,527186	0,634724	-0,8306	0,4212
sq_X3	-0,0183694	0,577106	-0,03183	0,9751

Неисправленный R-квадрат = 0,053338

Тестовая статистика: $TR^2 = 1,06677$,
p-значение = $P(\text{Chi-квадрат}(3) > 1,06677) = 0,785102$

Рис. 2. Результаты теста на нелинейность модели (квадраты)

P-значение $> 0,05$ (0,7851), значит, нулевая гипотеза о корректности линейной модели принимается. Результаты теста на нелинейность модели по логарифмам представлены на рис. 3.

Вспомогательная регрессия для теста на нелинейность (логарифмы)
МНК, использованы наблюдения 1-20
Зависимая переменная: uhat

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	0,184577	1,12953	0,1634	0,8727
X1	0,132076	0,688376	0,1919	0,8508
X2	-0,278325	0,653336	-0,4260	0,6771
X3	-0,0533685	0,649977	-0,08211	0,9358
1_X1	-0,0823433	0,371921	-0,2214	0,8282
1_X2	0,172534	0,374612	0,4606	0,6527
1_X3	0,0238461	0,347886	0,06855	0,9464

Неисправленный R-квадрат = 0,022573

Тестовая статистика: $TR^2 = 0,451467$,
p-значение = $P(\text{Chi-квадрат}(3) > 0,451467) = 0,928417$

Рис. 3. Результаты теста на нелинейность модели (логарифмы)

P-значение $> 0,05$ (0,9294), значит, нулевая гипотеза о корректности линейной модели принимается. Результаты теста Рамсея на нелинейность модели приведены на рис. 4.

Тест Рамсея (RESET) (квадраты и кубы)

Тестовая статистика: $F = 0,002338$,
p-значение = $P(F(2,14) > 0,00233783) = 0,998$

Тест Рамсея (RESET) (только квадраты)

Тестовая статистика: $F = 0,000481$,
p-значение = $P(F(1,15) > 0,000481046) = 0,983$

Тест Рамсея (RESET) (только кубы)

Тестовая статистика: $F = 0,000278$,
p-значение = $P(F(1,15) > 0,000277625) = 0,987$

Рис. 4. Результаты теста Рамсея на нелинейность модели

По тесту Рамсея для всех случаев нулевая гипотеза о линейности модели принимается ($p > 0,05$). Таким образом, в результате проведенных расчетов и тестов можно сделать вывод о том, что между факторами конкурентоспособности в условиях информационной экономики и самим уровнем конкурентоспособности имеется линейная связь.

Результаты исследования

В результате модель конкурентоспособности организации в информационной экономике можно представить в виде схемы (см. рис. 5), которая объединяет все вышеприведенные принципы и приводит к росту конкурентоспособности компании.



Рис. 5. Модель конкурентоспособности компании в информационной экономике

Предложенная модель позволит организации повысить свою конкурентоспособность в информационной экономике и снизить асимметричность информации при обработке информационных потоков, поступающих из внешней рыночной среды.

По результатам проведенного эконометрического исследования авторами статьи предложена следующая модель: $Y = 0,4225 \times X^1 + 0,4771 \times X^2 + 0,3354 \times X^3$ (где Y — уровень конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, X^1 — информационно-коммуникационные технологии; X^2 — научный потенциал сотрудников; X^3 — имидж компании), которая обладает высокой степенью качества и достоверности.

По интерпретации полученной линейной модели можно сделать важные выводы:

— при увеличении уровня информационно-коммуникационных технологий на 1 % уровень конкурентоспособ-

ности предприятия в целом увеличивается на 0,4225 %;

— при увеличении уровня научного потенциала сотрудников предприятия на 1 % его конкурентоспособность возрастает на 0,4771 %;

— при повышении имиджа компании на рынке на 1 % ее конкурентоспособность увеличивается на 0,3354 %;

— наибольшее влияние на уровень конкурентоспособности, согласно данным полученной модели, оказывает уровень информационно-коммуникационных технологий (по наименьшему P -значению). Наименьшее влияние имеет имидж компании на рынке, что наводит на тезис превалирования конкурентного преимущества в виде эффективного получения, обработки и использования информации в целях повышения конкурентоспособности над конкурентным преимуществом в виде маркетинговых мероприятий по повышению имиджа компании на рынке.

Заключение, выводы

По результатам исследования авторами статьи предложена модель конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, основанная на ее факторах и принципах. Также в продолжении исследования авторами статьи осуществлен расчет влияния каждого из факторов конкурентоспособности российских предприятий в условиях информационной экономики на сам уровень конкурентоспособности предприятия в целом, по результатам расчетов

выявлено, что наибольшее влияние на уровень конкурентоспособности оказывает фактор развития информационно-коммуникационных технологий на предприятии. Дальнейшее направление исследования видится авторами статьи в развитии точечных подходов к воздействию на каждый из факторов конкурентоспособности предприятий в условиях информационной экономики, особенно на фактор развития информационно-коммуникационных технологий, исходя из особенностей российской хозяйственной практики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Багаутдинова Н. Г., Никулин Р. А. Основы конкурентоспособности предприятия в условиях асимметрии информации в информационной экономике // Казанский экономический вестник. 2017. № 1 (27). С. 30–35.
2. Залозная Г. М., Ишимбаев Р. Н. Модификация отношений конкуренции в информационной экономике // Друкерский вестник. 2014. № 3. С. 130–144.
3. Климчук А. О. Современная парадигма обеспечения конкурентных преимуществ предприятия // Бизнес информ. 2014. № 1. С. 221–225. На укр. яз.
4. Шакиров Т. Р. Влияние информационной инфраструктуры на конкурентоспособность региона // Вестник финансового университета. 2016. № 6. С. 46–53.
5. Даниш А. Г., Погорельская Т. А. Управление информационным содержанием бизнес-процессов как основа обеспечения конкурентоспособности производственных систем // Вестник Южно-российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: социально-экономические науки. 2014. № 3. С. 55–63.
6. Филатова С. В. Имидж организации как фактор конкурентоспособности в условиях информационной экономики // Устойчивое развитие науки и образования. 2016. № 3. С. 21–27.
7. Ershova E. A., Nikulina I., Abushaeva M. Types of information systems and technologies of a company [Электронный ресурс] // Journal of Economics and Social Sciences. Электрон. науч. журн. 2015. № 7. URL: jess.esrae.ru/56-182 (дата обращения: 27.06.2018).
8. Кондратенко О. Б. Модель управления конкурентоспособностью организации в информационной экономике // Управление в социальных и экономических системах. 2016. № XXV. С. 48–50.
9. Колеснёв А. С., Котин А. И., Матвеева Т. А., Зотова С. А. Сглаживание экспериментальных зависимостей по методу наименьших квадратов // Современные наукоемкие технологии. 2014. № 5. С. 193–194.
10. Тиндова М. Г., Кузнецова О. С. Эконометрика : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки укрупненной группы специальностей «Экономика и управление». Саратов : ССЭИ РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2015. 108 с.

REFERENCES

1. Bagautdinova N. G., Nikulin R. A. Bases of competitiveness of the enterprise in the conditions of information asymmetry in the information economy // Kazan economic bulletin. 2017. No. 1 (27). P. 30–35.
2. Zaloznaya G. M., Ishimbayev R. N. Modification of the relations of competition in the information economy // Drucker bulletin. 2014. No. 3. P. 130–144.
3. Klymchuk A. O. Modern paradigm of ensuring competitive advantages of an enterprise // Business inform. 2014. No. 1. P. 221–225. In Ukrainian.
4. Shakirov T. R. Influence of information infrastructure on the region's competitiveness // Bulletin of the Financial University. 2016. No. 6. P. 46–53.
5. Danish A. G., Pogorelskaya T. A. Management of information content of business processes as the basis for ensuring the competitiveness of production systems // Bulletin of the South-Russian State Technical University (Novocherkassk Polytechnic Institute). Series: Socio-economic sciences. 2014. No. 3. P. 55–63.
6. Filatova S. V. The image of the organization as a factor of competitiveness in the conditions of the information economy // Sustainable development of science and education. 2016. No. 3. P. 21–27.
7. Ershova E. A., Nikulina I., Abushaeva M. Types of information systems and technologies of a company [Electronic resource] // Journal of Economics and Social Sciences. Electronic scientific journal. 2015. No. 7. URL: jess.esrae.ru/56-182 (date of viewing: 27.06.2018).
8. Kondratenko O. B. Model of management of competitiveness of the organization in the information economy // Management in social and economic systems. 2016. No. XXV. P. 48–50.
9. Kolesnev A. S., Kotin A. I., Matveeva T. A., Zotova S.A. Smoothing of experimental dependences by the method of least squares // Modern high technology. 2014. No. 5. P. 193–194.
10. Tindova M. G., Kuznetsova O. S. Econometrics : a textbook for students studying in the areas of preparation of the enlarged group of specialties «Economics and Management». Saratov : SSEI of the Plekhanov RUE, 2015. 108 p.

Как цитировать статью: Багаутдинова Н. Г., Никулин Р. А. Модель конкурентоспособности организации в условиях информационной экономики // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 18–25. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.331.

For citation: Bagautdinova N. G., Nikulin R. A. Model of competitiveness of the organization in the conditions of information economics // Business. Education. Law. 2018. No. 3 (44). P. 18–25. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.331.