

В диссертационный совет Д 212.354.23  
на базе Санкт-Петербургского  
государственного экономического  
университета

## ОТЗЫВ

*официального оппонента, доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры международного предпринимательства Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения» Пешковой Галины Юрьевны на диссертацию Шаминой Ольги Алексеевны на тему: «Формирование модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)*

**Актуальность темы исследования.** Современные внешние условия развития хозяйствующих субъектов в целом характеризуются повышением динамизма, более глубинным проникновением глобализации, учащением кризисных явлений и так далее. Для предприятий медиаиндустрии, однако, главным фактором является медиаконвергенция – сложный процесс взаимопроникновения различных медиа, стирания границ между ними, возникновения новых технологий передачи информации. Это вынуждает печатные СМИ трансформировать существующую бизнес модель и, соответственно, перестраивать бизнес-процессы создания, распространения, продвижения продукта СМИ для сохранения конкурентных преимуществ в долгосрочной стратегической перспективе.

Необходимо отметить, что еще более сложной, но не менее значимой является задача поддержки именно малых предприятий печатных СМИ. Нишевые печатные СМИ обслуживают узкий сегмент рынка, то есть формируют информационное пространство на местном уровне, обеспечивают взаимодействие различных институтов общества между собой, форсируя решение местных проблем и соотнося мировые и региональные тенденции с местными реалиями. Кроме того, малые предприятия СМИ являются инструментом образования и воспитания

населения, внося немаловажный вклад в процесс формирования общественного мнения. На сегодняшний день такие СМИ находятся в крайне затруднительном положении. Эксперты прогнозируют сохранение рынка печатных СМИ, но с условием нахождения ими новых форм функционирования (к примеру, в виде творческого синтеза «печати» и «цифры»), способов быстро и адекватно реагировать на новые вызовы с учетом сохранения конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

На основании вышеизложенного можно утверждать, что поставленная автором цель данного исследования (стр. 6) – адаптация модели стратегического управления для малых предприятий печатных СМИ – весьма актуальна.

**Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций.** В ходе работы над диссертацией автором изучены известные достижения и теоретические положения других ученых по вопросам стратегического управления, его моделирования, управления малыми предприятиями, функционирования и развития медиаиндустрии, цифровизации в различных ее аспектах (Ансофф И., Барсуков Д.П., Вартанова Е.Л., Евменов А.Д., Катькало В.С., Минцберг Г., Карлик А.Е., Петров А.Н., Плотников В.А., Портер М., Сигов В.И., Уваров С.А. и др.)

Столь серьезная источниковая база исследования, в которой присутствуют работы не только российских, но и зарубежных специалистов, обеспечила обоснованность авторских выводов.

Анализ содержания работ по профилю диссертации, выполненный автором, свидетельствует о том, что стратегическому менеджменту на малых предприятиях медиаиндустрии уделяется пока еще недостаточно внимания, что привело к необходимости разработки нового научно-методического аппарата. При его разработке автор хорошо аргументирует свою позицию, подтверждает ее практическими примерами и расчетами, опирается на проверенную методологию экономических исследований, чем обусловлен достаточный уровень обоснованности положений диссертации.

Структурно диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и приложений, что определено последовательностью решения задач исследования. Все элементы работы увязаны между собой сквозной логикой изложения.

В первой главе (стр. 12-53) раскрыты ключевые теоретические аспекты стратегического управления от истоков возникновения этого направления науки до настоящего времени. Автор также попытался

наиболее полно раскрыть понятие и сущность моделей в целом, а также базовых моделей стратегического менеджмента. Особый интерес представляет его попытка дополнить этапы развития стратегического управления. (стр. 30-31) Завершает данную главу параграф, посвященный выявлению особенностей предприятий медиаиндустрии как объекта стратегического управления.

Во второй главе (стр. 54-124) обосновывается необходимость разработки модели стратегического управления малым предприятием печатных средств массовой информации посредством выявления соответствующих факторов. Значительная доля материала данной главы отведена непосредственно разработке и описанию модели стратегического управления малым предприятием печатных средств массовой информации, начиная с теоретических основ создания ее структуры и заканчивая организационной структурой процессов ее реализации. Также автор предлагает привлечь сотрудников к реализации стратегии посредством мотивации в рамках кадровой стратегии. Взаимосвязь базовой и кадровой стратегий показана на конкретных примерах.

В третьей главе (стр. 125-137) рассмотрены методические рекомендации по реализации разработанной модели стратегического управления малым предприятием печатных средств массовой информации, включающие в себя подробное описание этапов внедрения разработанной модели, принципы выбора базовой стратегии для малого предприятия печатных СМИ и описание сути корректирующих мер в отношении стратегии. Автором было проанализировано состояние рынка печатных СМИ г. Санкт-Петербурга, а также разработан коэффициент успешности реализации стратегии.

**Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.** Достоверность основных научных результатов диссертации Шаминой О.А. подтверждается проведением исследований на основе анализа значительного объема научно-практических работ, а также открытых материалов Роскомнадзора, Росстата, Pricewaterhouse Coopers (PwC), экспертной комиссии Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Ассоциации независимых региональных издателей (АНРИ), ZenithOptimedia, Mediascope, Digital-агентство R:TA, Roistat и других организаций. Работа характеризуется корректным применением апробированного в экономических исследованиях математического и методического аппарата, современных методов научного анализа, согласованностью полученных результатов с данными экономико-статистического характера и экспертными оценками специалистов,

которые были получены с использованием иных, чем у автора, методик исследования. Кроме того, можно отметить, что полученные результаты прошли проверку путём проведения экспертных опросов, публикации результатов и их обсуждения на международных и национальных конференциях.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в том, что в рамках исследования была комплексно изучена проблема долгосрочного развития объекта исследования. В результате был предложен конкретный инструмент компенсации внешних угроз посредством детального планирования специфических аспектов медиапроизводства. Данная работа вносит теоретический вклад в теорию менеджмента и стратегического управления в части, касающейся вопросов управления малыми предприятиями медиаиндустрии.

Основными научными результатами, полученными в ходе исследования лично автором, имеющими существенную значимость и научную новизну, являются следующие: рассмотрение механизма управления с точки зрения совокупности его структур (информационной, организационной, функциональной, технологической и так далее); их детальное описание с последующим уточнением понятий, выявлением значимых эндогенных и экзогенных факторов; предложенная методика оценки внедренных в менеджмент предприятия изменений. Представленная в качестве основного научного результата модель стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии (МСУ МПП СМИ) отличается цикличной целостностью: в ней, наряду с классическими этапами стратегического управления, зафиксирована процедура корректирования стратегии или стратегической цели предприятия в зависимости от результатов стратегического анализа внутренней и внешней среды организации. В данной модели также представляет интерес обозначение различных уровней контроля и мониторинга: стратегического, тактического и оперативного. Свидетельством особого внимания автора к деталям служат отмеченные на этапе реализации производственных стратегий различные подходы к мотивации сотрудников (мотивация к творчеству, к дисциплине и так далее), в зависимости от того, о какой из трех производственных стратегий идет речь.

МСУ МПП СМИ, разработанная в рамках диссертационного исследования, имеет ярко выраженную практическую направленность и позволяет решить ряд прикладных задач, стоящих перед малыми предприятиями печатных СМИ. Результаты исследования и рекомендации

автора могут быть использованы в практической деятельности систем менеджмента медиаорганизаций.

Публикация основных научных результатов диссертации обладает достаточной полнотой, апробация и реализация результатов исследования также достаточны. Диссертация и автореферат отражают суть выполненного исследования. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Работа оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к диссертациям. Однако, несмотря на указанные положительные стороны, диссертационной работе присущ ряд **недостатков**, основными из которых являются следующие.

1. Автор попытался учесть все основные факторы внешней среды, влияющие на малое предприятие печатных СМИ; при этом рассмотрение степени и характера влияния пандемии на объект исследования также может заслуживать внимания.

2. Автор справедливо отмечает (стр. 125), что функция внедрения модели стратегического управления на малом предприятии печатных СМИ «должна быть инициирована ведущим менеджером организации и реализована непосредственно стратегическим менеджером». Ввиду того, что речь идет о малом предприятии, сомнительна возможность выделения в структуре предприятия должности «стратегического менеджера». Данный момент требует пояснения от автора.

3. Несомненным достоинством работы является разработанная концептуальная модель стратегического управления малым предприятием печатных СМИ, представленная на рисунке 2.7 (стр. 94), однако видится целесообразным отразить в указанной модели средовое воздействие в виде конкретных факторов внешней среды, а не только степень ее влияния: незначительные, умеренные, значительные изменения во внешней среде.

4. Необходимо включить в диссертацию словарь терминов и сокращений.

Указанные недостатки не снижают высокую общую оценку проведенного исследования и не оказывают принципиального влияния на новизну, обоснованность, достоверность, теоретическую значимость и практическую ценность выносимых на защиту основных научных результатов.

**Заключение о соответствии диссертации установленным требованиям.** Исходя из содержания диссертации, с учетом высказанных замечаний, представляется возможным сделать следующие выводы:

1. Содержание диссертационной работы Шаминой Ольги Алексеевны и научные результаты, выносимые на защиту, соответствуют

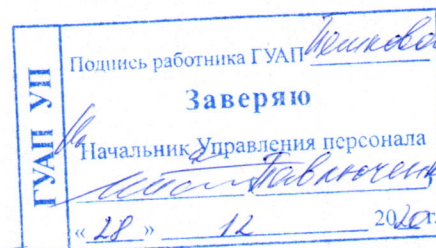


паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

2. Диссертационная работа выполнена автором самостоятельно на высоком научном уровне, она соответствует требованиям пп. 9–14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 (в действующей редакции), предъявляемым к кандидатским диссертациям, и является завершенной научно-квалификационной работой. В данной работе на основании выполненного автором исследования решена важная для развития теории менеджмента и практики стратегического управления научная задача, сущность которой заключается в разработке модели стратегического управления малым предприятием медиаиндустрии.

3. Шамина Ольга Алексеевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Проректор по развитию  
университетского комплекса,  
профессор кафедры международного  
предпринимательства  
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский  
государственный университет  
аэрокосмического  
приборостроения»,  
д.э.н., доцент



Пешкова Галина Юрьевна

Сведения о лице, предоставившем отзыв:

доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность; менеджмент)

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»

Адрес: 190000, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 67, лит. А.

Контактный номер: 8 (812) 312-87-67.

Электронная почта: protruk@guap.ru.