

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.354.23 СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ», МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ, ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от **25 января 2021 года №82**

О присуждении **Шаминой Ольге Алексеевне**, гражданке Российской Федерации, ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертация «**Формирование модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии**» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент) принята к защите 24 ноября 2020 г. (протокол заседания № 75) диссертационным советом Д 212.354.23, созданным на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21, Приказ о создании диссертационного совета №107/НК от 02.02.2018 г.).

Соискатель Шамина Ольга Алексеевна, 1987 года рождения. В 2010 году окончила Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственная полярная академия». В период с 2010 года по 2013 год являлась аспирантом очной формы обучения кафедры государственного, муниципального и организационного управления ГОУ ВПО «Государственная полярная академия». В настоящее время работает в ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» специалистом по учебно-методической работе 1-ой категории кафедры международных отношений, медиалогии, политологии и истории.

Диссертация выполнена на кафедре менеджмента и инноваций ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», Министерство науки и высшего образования РФ.

Научный руководитель - кандидат экономических наук, доцент Тихомиров Никита Николаевич, доцент кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», Министерство науки и высшего образования РФ.

Официальные оппоненты:

Пешкова Галина Юрьевна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры международного предпринимательства ФГАУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»;

Пирогова Оксана Евгеньевна, доктор экономических наук, доцент, профессор Высшей школы сервиса и торговли ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»,

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения». Положительный отзыв составлен и подписан, заместителем заведующего кафедрой проектной деятельности в кинематографии и телевидении, кандидатом экономических наук, доцентом кафедры Магомедовым Магомедом Низаровичем и утвержден Барсуковым Дмитрием Петровичем, доктором экономических наук, профессором, проректором по учебной и научной работе. Ведущая организация, указала, что основные положения и выводы диссертационного исследования Шаминой О.А. имеют теоретическую и практическую значимость. Совокупность разработанных автором теоретических положений и выводов можно квалифицировать как решение крупной научной задачи в области теории менеджмента. Практическая значимость разработанных рекомендаций и предложений создает теоретическую, методологическую и практическую базу для успешного функционирования и развития малых предприятий печатных СМИ в долгосрочной перспективе. Разработанные научные подходы и предложения обладают новизной и существенной научной ценностью. Они способствуют решению ряда актуальных задач современной теории стратегического менеджмента, повышению эффективности стратегического управления малыми предприятиями печатных СМИ на практике. Это позволяет характеризовать представленное на защиту научное исследование как научно-квалификационную работу, соответствующую требованиям пп. 9-11 «Положения о присуждении ученых степеней» (в ред. Постановления Правительства РФ от 24.09.2013, №842) к кандидатским диссертациям. На основании изложенного выше считаем, что автор исследования Шамина Ольга Алексеевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Соискатель имеет 14 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации опубликовано 14 работ, из них в рецензируемых научных изданиях - опубликовано 6 работ. Авторский вклад составляет 3,9 п.л. (в общем объеме

научных изданий 4,0 п.л.). К наиболее значительным работам соискателя из числа рецензируемых научных изданий относятся:

1. Шамина, О.А. Организационно–экономический механизм управления: теоретические основы создания структуры/ О.А. Шамина // Вестник Санкт-Петербургского государственного экономического университета, Серия «Экономика».-2014.-№ 2 (69).-С. 200-204. –0,5 п.л.;

2. Шамина, О.А. Особенности стратегического инновационного развития малых предприятий медиаиндустрии/ О.А. Шамина, Н.Н. Тихомиров // Проблемы современной экономики.-2018.-№ 1 (65).-С.73-76 –0,5 п.л./ 0,4 п.л.;

3. Шамина, О.А. Медиаиндустрия: проблемы развития малых предприятий печатных СМИ в стратегической перспективе/ О.А. Шамина // Экономика и предпринимательство.-2019.-№11.-С. 722-725–0,5 п.л.;

4. Шамина, О.А. Информационная структура модели стратегического управления/ О.А. Шамина // Экономика и предпринимательство.-2019.-№12.-С.704-707–0,5 п.л.;

5. Шамина, О.А. Модель стратегического управления малым предприятием печатных средств массовой информации/ О.А. Шамина, Н.Н. Тихомиров // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета.-2020.-№ 1 (121).-С. 101-106–0,5 п.л./ 0,4 п.л.;

6. Шамина, О.А. Стратегическое управление малыми предприятиями печатных средств массовой информации: специфические основные факторы внешней и внутренней среды/ О.А. Шамина // Экономика и предпринимательство.-2020.-№1.-С.774-776–0,5 п.л.

Научные работы соискателя отражают результаты проведенного исследования и раскрывают основные положения, выносимые на защиту. В диссертации отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных соискателем ученой степени работах. Научные труды представлены статьями в рецензируемых научных изданиях и материалах научных конференций.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1) ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Москва) (руководитель отделения бакалавриата факультета Высшей школы финансов и менеджмента, кандидат экономических наук Введенская Марина Викторовна). Замечание: в автореферате не приведены рекомендации по реализации на предприятии разработанной концептуальной модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации;

2) НОУ ВО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов» (г. Санкт-Петербург) (заведующая кафедрой экономики и

управления, доктор экономических наук, профессор Хольнова Елена Георгиевна). Замечания:

1. Автор пишет о том, что коэффициент успешности реализации стратегии был применен для оценки эффективности реализации модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии на базе журнала «Таможенные новости» (стр. 20 автореферата). Требуется пояснения, является ли указанный случай единичным, или же у автора есть опыт внедрения указанной модели в других печатных средствах массовой информации;

2. Говоря о том, что информация из непроверенных, неофициальных источников должна быть подвергнута глубокой проверке экспертным методом (стр. 18 автореферата) автор не уточняет кто должен входить в экспертную группу, какой численности она должна быть.

3) ФГБУН «Институт проблем региональной экономики РАН» - «Санкт-Петербургский экономико-математический институт Российской академии наук» (старший научный сотрудник, кандидат экономических наук, доцент Ляпунова Галина Платоновна). Замечание: На странице 17 автореферата, при описании рисунка 3, помимо информационных потоков, которые можно количественно измерить, фигурирует так называемый «созидательный импульс». По нашему мнению, данное понятие требует дополнительного пояснения со стороны автора относительно природы его возникновения;

4) Северо-Западный институт управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Санкт-Петербург) (профессор кафедры менеджмента, доктор экономических наук, профессор Минаев Дмитрий Всеволодович). Замечания:

1. В качестве одного из пунктов научной новизны заявлена разработка коэффициента успешности реализации стратегии. Термин «коэффициент» в означенном автором смысле не вполне удачен. Обычно он обозначает некоторый числовой множитель, чаще всего — постоянный, который используется с другой переменной величиной. Он изменяет её вес. Более приемлемыми терминами были бы комплексный показатель, индекс или мера. Дискуссионна сама постановка вопроса: «коэффициент успешности реализации стратегии позволяет оценить эффективность модели стратегического управления»;

2. Оригинальный метод SWOT-анализа, упоминаемый в разработанной автором модели балльной системы оценки реализации МСУ МПП СМИ, по своей природе является качественным. Существующие разные расширения и

модификации этого метода стратегического планирования, выводящие на количественную оценку, не стандартизованы. В автореферате механизм получения количественной оценки на базе SWOT-анализа не раскрыт. Что не позволяет в полной мере определить корректность балльной системы оценки в целом;

5) ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» (г. Киров) (доцент кафедры менеджмента и маркетинга, кандидат экономических наук, доцент Ганебных Елена Викторовна). Замечание: Автором не представлена организационно – функциональная структура процессов реализации концептуальной модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии;

б) Среднерусский институт управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Орел) (профессор кафедры менеджмента и государственного управления, доктор экономических наук, профессор Полянин Андрей Витальевич). Замечание: В автореферате не указано – каким образом будет осуществляться процесс взаимодействия различных подразделений предприятия при реализации предлагаемой модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии. Этот вопрос требует более четкого и полного изложения, т.к. невнимание к его решению может привести к неуспешной реализации даже тщательно проработанной стратегии предприятия в целом;

7) ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (г. Владивосток) (профессор кафедры международного маркетинга и торговли, доктор экономических наук, доцент Исаев Александр Аркадьевич). Замечание: В автореферате следовало бы более полно (с приведением статистических данных) раскрыть факторы, обуславливающие необходимость формирования модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации (стр. 12 – 13);

8) ФГБОУ ВО «Ярославский государственный технический университет» (г. Владивосток) (профессор кафедры экономики и управления, доктор экономических наук, профессор Гордеев Валерий Александрович). Замечание: представляется целесообразным проранжировать внешние угрозы в зависимости от степени их влияния на данную группу предприятий;

9) Институт экономических проблем имени Г.П. Лузина – обособленное подразделение Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федерального исследовательского центра «Кольский научный центр РАН» (г. Апатиты) (ведущий научный сотрудник Барашева Татьяна Игоревна).

Замечание: В автореферате не приведено сравнение отечественных тенденций развития медиаиндустрии и, в частности, сегмента печатных средств массовой информации, с общемировыми тенденциями, что представляется целесообразным сделать для возможности впоследствии заимствования передового опыта нейтрализации общих угроз;

10) Дипломатическая академия МИД России (г. Москва) (профессор кафедры мировой экономики, доктор экономических наук, профессор Харланов Алексей Сергеевич). Замечание: На рисунке 1 фигурируют мотивация к творчеству и мотивация к дисциплине, однако в тексте автореферата отсутствует информация о том, какими методами данные виды мотивации должны производиться;

11) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)» (г. Санкт-Петербург) (заведующий кафедрой управления персоналом и рекламы, доктор экономических наук, доцент Дороговцева Анна Анатольевна). Замечание: Целесообразно было бы описать перечень основных рисков, связанных с реализацией МСУ МПП СМИ на предприятии.

Выбор официальных оппонентов обосновывается высокой квалификацией д.э.н., доцента Пешковой Г.Ю. и д.э.н., доцента Пироговой О.Н. в области стратегического менеджмента, методов и форм его осуществления, наличием за последние 5 лет научных работ, непосредственно связанных с темой оппонируемой диссертации и опубликованных в рецензируемых изданиях.

Выбор ведущей организации – Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения – обусловлен ее достижениями в области управления стратегическими ресурсами и организационными способностями фирмы, а также наличием опубликованных научных работ по тематике диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны:

научная концепция модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации, в которой производственная стратегия предприятия представлена в виде трех фаз производственного цикла, что позволит наилучшим образом учитывать особенности каждой из них

методика оценки эффективности модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации посредством вычисления коэффициента успешности реализации стратегии (КУРС)

научная концепция информационной структуры модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации, позволяющая повысить эффективность управления через выявление, сравнение, выбор потенциально реализуемых информационных связей

предложены оригинальные суждения по заявленной тематике, а именно перечень отличий предприятий медиаиндустрии как объекта стратегического управления, учет которых позволил, в частности, разработать адресную, эффективную модель стратегического управления

доказана зависимость малых предприятий печатных средств массовой информации от списка факторов, в совокупности обуславливающих необходимость формирования модели стратегического управления

введены:

измененная трактовка понятия «Медиаиндустрия», которая отличается тем, что, во-первых, в ней зафиксирован процесс потребления содержания, наряду с процессами создания, распространения и продвижения; во-вторых, сделан акцент на первичности потребностей аудитории, по сравнению с рекламодателями. Использование авторской трактовки понятия «Медиаиндустрия» в практике стратегического менеджмента малых предприятий печатных средств массовой информации позволяет более строгого определить границы отрасли медиаиндустрии для анализа внешней среды, а также с целью разработки модели стратегического управления малых предприятий печатных средств массовой информации

новое понятие «Невостребованные информационные связи», то есть те, которые реально/потенциально существуют в информационной структуре, но не используются в силу определенных причин

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны методики организации системы стратегического управления на малом предприятии печатных средств массовой информации в виде модели стратегического управления, включающей процессы разработки и реализации функциональной производственной трехфазной стратегии малого предприятия печатных средств массовой информации

применительно к проблематике диссертации результативно использован комплекс существующих базовых методов исследования, включая моделирование, анализ и синтез, системный подход, абстрактно-логические и

экспертные методы, а также табличную интерпретацию используемых данных и другие

изложены:

аргументы в пользу разработки для малого предприятия печатных средств массовой информации трех функциональных стратегий сообразно фазам производственного цикла: стратегии создания содержания, стратегии распространения и продвижения содержания, стратегии потребления содержания и услуг

идеи содержания информационной структуры модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации и специфических особенностей ее функционирования

этапы функционирования модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации

этапы цикла мотивационного процесса, где субъектом является работодатель, а объектом сотрудник

тенденции развития медиаиндустрии в целом и сегмента печатных средств массовой информации в частности, включая тенденции развития рынка рекламы, рынка печатных средств массовой информации Санкт-Петербурга

раскрыты элементы структуры модели стратегического управления: организационной, финансовой, технологической, информационной, целевой, функциональной, документационной структур

изучены:

генезис процесса стратегического управления и его моделирования, что впоследствии нашло свое отражение в выявлении автором требований к современным моделям стратегического управления

генезис процесса мотивации сотрудников с целью вовлечения их в процесс реализации стратегии

проведена модернизация существующего алгоритма разработки стратегии применительно к малым предприятиям печатных средств массовой информации, что выразилось в идее функциональной производственной трехфазной стратегии

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены на малых предприятиях печатных средств массовой информации

методика организации стратегического управления на малых предприятиях печатных средств массовой информации, включающая описание процессов создания и реализации стратегии создания содержания, стратегии

распространения и продвижения содержания, стратегии потребления содержания и услуг, кадровой стратегии

технология оценки эффективности модели стратегического управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации посредством вычисления коэффициента успешности реализации стратегии, который определяется как средневзвешенный показатель от средних баллов (веса) на каждом из этапов и подэтапов стратегии.

определены перспективы практического использования результатов диссертационного исследования, обеспечивающие повышение эффективности работы малых предприятий медиаиндустрии посредством укрепления их сильных сторон, использования внешних возможностей, нейтрализации внешних угроз и собственных слабых сторон

создана комплексная модель стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии, отличающейся учетом их отраслевой специфики как объектов управления, а также особенностей процедур и этапности реализации стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии, что позволяет обеспечить сохранение конкурентоспособности указанных предприятий в долгосрочной перспективе.

представлены рекомендации по практическому использованию результатов диссертационного исследования в целях повышения конкурентоспособности малых предприятий медиаиндустрии в долгосрочной перспективе

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория построена на известных, проверяемых данных, фактах, характеризующих стратегическое управление на предприятии; формирование и реализацию моделей стратегического управления; методы, инструменты и процессы стратегического управления, что согласуется с известными положениями и опубликованными данными отечественных и зарубежных научных школ стратегического менеджмента

идея базируется на анализе и обобщении различных теоретических подходов к исследованию теории и практики стратегического менеджмента, источников конкурентоспособности, экономического развития, информатизации малых медиапредприятий с учетом специфики внешней и внутренней среды

использованы сравнения авторских данных и данных, полученных ранее отечественными и зарубежными исследователями и практиками в области стратегического менеджмента

установлено качественное совпадение полученных результатов разработок автора с результатами, представленными в источниках научной литературы по данной тематике. Сделанные автором выводы согласуются с выводами современных отечественных и зарубежных исследователей стратегического менеджмента, являясь, одновременно, их продолжением в рамках сформулированных в диссертации научных задач

использованы современные методики сбора и обработки исходной информации. Информационной основой исследования послужили официальные данные Федеральной службы государственной статистики; материалы, опубликованные в периодических научно – практических изданиях, монографиях, справочно – информационных системах, в сети Интернет. В качестве источников экономической информации использованы материалы органов и организаций: Роскомнадзор, Росстат, Pricewaterhouse Coopers (PwC), экспертная комиссия Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Ассоциация независимых региональных издателей (АНРИ), ZenithOptimedia, Mediascope, Digital-агентство R:TA, Roistat и других организаций.

Личный вклад соискателя состоит в:

непосредственном личном участии на всех этапах изучения, сбора, обработки и анализа исходных данных, в определении цели, постановке и решении задач по разработке теоретических и методических положений диссертации и обосновании ее научных положений. Лично автором выполнены исследования, направленные на разработку модели, методик и рекомендаций по их практическому использованию, результатом реализации которых стало эффективное развитие и повышение конкурентоспособности конкретных отечественных малых предприятий медиаиндустрии

подготовке публикаций по положениям диссертации, выносимым на защиту

личном участии в апробации результатов исследования на научных и научно – практических конференциях, а также их внедрении в практику управления малыми предприятиями печатных средств массовой информации

На заседании 25 января 2021 года, протокол № 82, диссертационный совет Д 212.354.23 принял решение присудить Шаминой Ольге Алексеевне ученую степень кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).


При проведении открытого голосования в ходе заседания диссертационного совета в дистанционном режиме диссертационный совет в количестве 14 человек (в том числе, 7 человек в дистанционном режиме в соответствии с Приказом Минобрнауки России № 734 от 22 июня 2020 г. и

Письмом Минобрнауки России МН-3/3452 от 17.07.2020 г.), из них 7 докторов наук по профилю рассматриваемой диссертации (08.00.05 – Экономика и управление народными хозяйствами (менеджмент), участвовавших в заседании из 21 человека, входящих в состав совета, дополнительно введены на разовую защиту 0 человек, проголосовали: за – 14, против – нет, воздержались – нет.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ

диссертационного совета Д 212.354.23

доктор экономических наук, профессор

 Уваров Сергей Алексеевич

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ

диссертационного совета Д 212.354.23

кандидат экономических наук, доцент

 Барабанова Марина Ивановна

25 января 2021 г.