

## ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

доктора экономических наук, доцента Александрова Андрея Владимировича на диссертационную работу Матушкина Виталия Викторовича на тему «Консалтинговые услуги как фактор развития деловой репутации организаций», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг)

### *Актуальность темы диссертационного исследования*

Влияние консалтинговых услуг на инновационные преобразования в экономической системе необходимо рассматривать, прежде всего, с точки зрения трансформации функций консалтинга и их существенных изменений в контексте целесообразности обеспечения инновационной деятельности современных предприятий и организаций с целью повышения эффективности их производственно-хозяйственной деятельности, даже в условиях экономического кризиса. Главной функцией консалтинга является оказание консультаций в рамках сбора, обработки и предоставления клиенту определенной информации или информационных источников данных, с помощью которых клиент консалтинговой компании мог бы усовершенствовать свою деятельность, прежде всего за счет перераспределения имеющихся ресурсов. В условиях активного внедрения инноваций на рынке консалтинговых услуг данная функция, несомненно, сохранится, но также, скорее всего, претерпит определенные видоизменения. Данные изменения затронут и такую сферу консалтинга как услуги, направленные на формирование и развитие деловой репутации организаций.

Одним из перспективных направлений использования консалтинговых услуг в условиях современного ведения предпринимательской деятельности является использование их научно-методического и практического потенциала для формирования и развития деловой репутации бизнес-структур. При этом необходимо принимать во внимание тот факт, что взаимодействие компаний рынка консалтинговых услуг с потребителями должно начинаться уже на той стадии жизненного цикла, когда разрабатывается концепция предлагаемой продукции, определяется стратегия его выхода на рынок и формируется пул потенциальных партнеров, которые могут быть задействованы в различных бизнес-процессах организации.

Поиск индивидуального подхода к потребителю для компаний, занимающихся оказанием консалтинговых услуг в области деловой репутации, является перспективным направлением и может стать основой для роста рынка консалтинга в современных условиях. В связи с этим возникает необходимость



теоретико -методического обоснования активного привлечения потребителей на рынок консалтинговых услуг по управлению деловой репутацией организаций, развития теории и практики формирования и реализации корпоративных программ в сфере консалтинга в условиях кластерных структур и сетевых образований и т.д.

В связи с вышесказанным, диссертационное исследование Матушкина В. В., посвященное этим вопросам, является своевременным и актуальным.

### ***1. Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации***

Содержание диссертационной работы соответствует заявленной теме, цель достигнута, решены все поставленные задачи. Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, полученных автором, определяются обширным и глубоким анализом теоретических и практических работ российских и зарубежных авторов в области организации и управления на рынке консалтинговых услуг, поведения потребителей- производственных предприятий, особенностей формирования и развития деловой репутации организаций, стратегического управления социально-экономическими системами, государственного регулирования сервисной экономики и т.д.

В ходе теоретического анализа основных положений консалтинга автор исследует потенциальный отбор направлений и конкретного состава операций в рамках процесса оказания услуг по формированию и развитию деловой репутации предпринимательской структуры, предлагая три основных варианта действий - исключительно на основании выбора заказчика услуг по управлению деловой репутацией в рамках его предпочтений, ресурсных возможностей, целей обращения к консалтинговой организации и т.д. (вариант № 1), исключительно на основании выбора самой консалтинговой организации (вариант № 2), согласование позиций предприятия и консалтинговой организации с точки зрения выбора направлений и состава услуг по формированию и развитию деловой репутации (вариант № 3). Для каждого из представленных вариантов автор проводит сравнительную оценочную характеристику с точки зрения преимуществ и недостатков их использования в российских экономических условиях.

Автор предлагает учитывать не только важность формирования спроса на консалтинговые услуги по управлению деловой репутацией организаций, но и возможности повышения эффективности бизнес-процессов в условиях расширения предложения на рынке подобного рода услуг в нашей стране исходя из потенциального интереса со стороны крупных промышленных предприятий добывающего сектора. При этом, как справедливо отмечает



автор, ключевым фактором, определяющим возможность привлечения консалтинговых организаций для роста деловой репутации российских предприятий, следует признать выбранный механизм ценообразования, который учитывал бы целый ряд факторов внешней среды. В работе рассматривается возможность оптимизации подходов к ценообразованию на рынке консалтинговых услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций.

Для решения апробации результатов диссертации автором проводится оценка перспективных направлений совершенствования рынка консалтинговых услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций, что позволило сформировать алгоритм взаимодействия предприятия и консалтинговой организации, оказывающей услуги по формированию и развитию деловой репутации.

Автор в своей диссертационной работе также предлагает выделять условия для становления рынка услуг по формированию и развитию деловой репутации экономических субъектов, с точки зрения классических принципов теории отраслевых рынков и теории экономического роста в условиях трансформации современных социально-экономических систем: обеспечение устойчивого предложения на рынке исследуемых услуг, объем, качество и структура которого не только бы соответствовали запросам потенциальных клиентов, но и определялись бы исходя из позиции государства; наличие устойчивого спроса на услуги по формированию и развитию деловой репутации со стороны различных экономических субъектов, которые воспринимали бы данные услуги как необходимый элемент стратегического развития; территориально-пространственную и цифровую среду как подсистему, в рамках которой происходит взаимодействие между различными участниками рынка услуг по формированию и развитию деловой репутации; подсистему, объединяющую участников рынка, прежде всего со стороны предложения услуг, с точки зрения организации деятельности саморегулирующих структур; подсистему, определяющую количественные и качественные показатели, которые могли быть использованы для организации статистического учета рынка и проведения ежегодных статистических мониторингов его развития как части национальной экономики и ряд других важных элементов.

Анализ диссертационной работы Матушкина В. В. показал, что её структура логична, включает в себя введение, три главы, заключение, список литературы. Общий объем диссертационного исследования составляет 159 страниц, список использованных источников включает 152 источника. Содержание и результаты соответствуют поставленным целям и задачам. Использованные автором методы и источники информации обеспечили полноту и



комплексность проведенного диссертационного исследования, а его предложения дополняют теорию экономики сферы услуг в части формирования и развития рынка консалтинговых услуг по управлению деловой репутацией организаций.

### ***3. Достоверность и научная новизна основных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации***

Достоверность научных положений и рекомендаций диссертационного исследования подтверждаются публикацией автором научных работ в открытой печати и рецензируемых изданиях (15 публикаций с общим объемом авторского вклада в 5,4 п. л., в том числе 5 публикаций в журналах, рекомендуемых ВАК), выступлениями автора на российских и международных научных и научно-практических конференциях. Автором проведен ряд исследований, включающих в себя характеристику основных направлений консалтинговых услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций, определение структуры спроса на консалтинговые услуги по формированию и развитию деловой репутации организаций, методические рекомендации, направленные на обеспечение устойчивого функционирования рынка консалтинговых услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций и ряд других.

Научная новизна положений, выводов и рекомендаций диссертационного исследования определяется тем, что в нем получили развитие теоретические и методические положения экономики сферы услуг в части практического обоснования создания и обеспечения устойчивого роста рынка консалтинговых услуг по формированию и развитию деловой репутации экономических субъектов, в том числе промышленных предприятий.

В работе представлены следующие результаты диссертационного исследования:

-сформировано, на основе изучения отечественной и зарубежной научной литературы в области консалтинговых услуг, авторское определение услуг по управлению деловой репутацией экономического субъекта как комплекса услуг, предполагающих реализацию организационно-экономических мероприятий, со стороны сторонних, прежде всего, консалтинговых организаций, направленных на повышение эффективности функционирования экономического субъекта в контексте взаимодействия с основными контактными аудиториями (поставщики, потребители, органы территориального управления, общественные организации, официальные СМИ и интернет-издания и т.д.) (стр. 25-26);

-разработана классификация услуг по формированию и развитию деловой репутации экономических субъектов, которая включает в себя такие критерии возможной типологизации как разделение в зависимости от вектора направленности услуг, в зависимости от масштаба деятельности и уровня принимаемых управленческих решений экономического субъекта на микроуровне, в зависимости от вида и категории затрат, связанных с услугами по управлению деловой репутацией экономических субъектов, в зависимости от этапа жизненного цикла, на котором находится экономический субъект и т.д. (стр. 28-30);

-предложены и обоснованы основные направления оказания услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций (например, совершенствование использования инфраструктурного обеспечения, оптимизация направлений среднесрочной и долгосрочной инвестиционной политики, совершенствование использования человеческого капитала, совершенствование взаимодействия с органами государственного управления, совершенствование взаимодействия с прочими контактными аудиториями и другие) (стр. 49-54);

-выделены методические подходы к определению цены на консалтинговые услуги по формированию и развитию деловой репутации организаций в современных экономических условиях (стр. 87-103);

-разработана методика выбора консалтинговой организации, оказывающей услуги по формированию деловой репутации, в условиях выхода предприятия на новые рынки, на основании которой предложены практические решения для ПАО «Лукойл» в условиях выхода на рынок Республики Конго с учетом потенциала российского рынка консалтинговых услуг (стр. 125-134).

#### ***4. Критические замечания и дискуссионные положения диссертационного исследования***

Наряду с отмеченными положительными сторонами диссертационного исследования, в работе Матушкина В. В. имеются определенные недостатки и спорные моменты:

1. В авторском определении услуг по управлению деловой репутацией экономического субъекта упоминается возможное использование цифровых технологий в процессе предоставления подобного рода услуг отдельным категориям потребителей. Однако остается неясным, о каких именно цифровых технологиях идет речь и каким образом возможно их применение в условиях значительного ухудшения рыночной ситуации и роста вероятности наступления новых кризисных явлений в российской экономике.



2. Вызывает сомнение целесообразность разделения, в рамках авторского подхода к классификации услуг по формированию и развитию деловой репутации экономических субъектов, таких направлений классификации как «в зависимости от категории экономического субъекта» и «в зависимости от масштаба деятельности и уровня принимаемых управленческих решений экономического субъекта на микроуровне» (с. 28-29), так как в обоих случаях речь идет об экономических субъектах и их отношении к использованию консалтинговых услуг для формирования и развития деловой репутации.

3. На с. 49-54 автор рассматривает основные направления оказания услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций, действие которых ориентировано на повышение эффективности функционирования организации за счет роста уровня деловой репутации. Однако в тексте диссертационного исследования отсутствуют конкретные примеры реализации заявленных направлений. Например, что, по мнению автора, включает в себя такое направление оказания консалтинговых услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций как совершенствование взаимодействия с персоналом.

4. Основной упор в исследовании сделан на формировании стратегий развития спроса и предложения на рынке консалтинговых услуг в контексте проблематики обеспечения роста деловой репутации российского бизнеса. Вместе с тем ключевой инновацией, оказывающей влияние на последующее развитие рынка консалтинга, следует признать искусственный интеллект, который, во многом, способен заменить услуги консалтинговых организаций в будущем. В связи с этим было бы интересно проанализировать возможную трансформацию рынка консалтинговых услуг по формированию и развитию деловой репутации организаций в условиях роста влияния систем искусственного интеллекта.

Однако приведенные выше замечания не снижают ценность диссертационного исследования.

#### ***4. Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней***

Диссертационная работа Матушкина В. В. «Консалтинговые услуги как фактор развития деловой репутации организаций» выполнена на актуальную тему и является самостоятельной научно-квалифицированной работой, поставленная проблема исследована с использованием современных научных методов, поставленные цели и задачи выполнены в полном объеме. Качество

оформления диссертационной работы соответствует предъявляемым требованиям.

Автореферат и опубликованные автором статьи в полной мере отражают основное содержание диссертационного исследования, её результаты и основные научные положения, выносимые соискателем на защиту.

Исследование является самостоятельным, обладает внутренним единством, содержит новые научные результаты и положения, развивающие теорию экономики сферы услуг применительно к условиям отдельного сегмента - рынка консалтинговых услуг. Работа является научно-квалификационной и обладает ценностью для практики с точки зрения использования потенциала консалтинговых услуг для формирования и развития деловой репутации российского бизнеса в современных экономических условиях.

Диссертация соответствует Паспорту научной специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг) пункт 4.5. Формирование и функционирование рынков услуг, пункт 4.7. Ценообразование в отраслях сферы услуг.

На основании изложенного выше считаю, что автор — Матушкин Виталий Викторович — заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

Профессор кафедры бизнес-информатики  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский  
государственный технологический институт  
(технический университет)»,  
доктор экономических наук (08.00.05),  
доцент

 Александров Андрей Владимирович

190013, г. Санкт-Петербург, Московский пр., д. 26  
(812) 313-23-19; www.technolog.edu.ru; www.gtifem.ru

  
Подпись *Алексеева Вера*  
*Владимирова*  
Начальник отдела кадров *В. Мирева СВ*  
*21.11.2024*  
