

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА 24.2.293.02, СОЗДАННОГО
НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»
МИНИСТЕРСТВА НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ, ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета от 28.05.2024 № 7

О присуждении Акопяну Дмитрию Вячеславовичу, гражданину Российской Федерации, ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертация «Повышение конкурентоспособности малых предприятий сферы рекламных услуг» по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг) принята к защите 22 марта 2024 года (протокол заседания №5) диссертационным советом 24.2.293.02, созданным на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный университет управления» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, 109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99, приказ № 1374-нк от 28.10.2022.

Соискатель Акопян Дмитрий Вячеславович, 24 августа 1993 года рождения.

В 2017 году окончил федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» по направлению подготовки 38.04.03 «Управление персоналом». В 2020 г. освоил программу подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Государственный университет управления». Работает в должности ассистента кафедры «Управление в международном бизнесе и индустрии туризма» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный университет управления»

Диссертация выполнена на кафедре «Управление в международном бизнесе и индустрии туризма» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный университет управления» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Жукова Марина Александровна, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», кафедра «Управление в международном бизнесе и индустрии туризма», профессор.

Официальные оппоненты:

Воробей Елена Константиновна, доктор экономических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сочинский государственный университет», кафедра инновационных технологий в экономике и управлении, профессор;

Захарова Мария Васильевна, кандидат экономических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», кафедра интегрированных коммуникаций, заведующая кафедрой,

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – автономная некоммерческая организация высшего образования «Российский новый университет», г. Москва, в своем положительном отзыве, подписанном Войт Мариной Николаевной, кандидатом экономических наук, доцентом, заведующей кафедрой туризма и гостиничного дела, указала, что диссертация Акопяна Д.В. соответствует требованиям пп. 9, 10, 11 14 Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор Акопян Дмитрий Вячеславович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

Соискатель имеет 10 опубликованных работ по теме диссертации, из них в рецензируемых научных изданиях ВАК опубликовано 6 работ. Общий объем публикаций автора по теме диссертации составляет 4,15 п.л. (лично автору принадлежит 2,5 п.л.). В диссертации отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных соискателем работах.

Наиболее значимые работы по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях: Факторы конкурентоспособности малых предприятий, работающих в сфере рекламных услуг / Д.В. Акопян // Инновации и инвестиции. – 2021. – №4. – С.308-311; Воздействие развития персонала на обеспечение конкурентоспособности малых предприятий сферы услуг / Д.В. Акопян // Финансовые рынки и банки. – 2022. - №3. - С.5-8; Особенности формирования перечня ключевых показателей деятельности (KPI) малого рекламного предприятия в условиях цифровой трансформации / Д.В. Акопян, Т.А. Гололобова, А.С. Аверин // Инновации и инвестиции. – 2022. - №11. - С.91-93.

Публикации соискателя в полной мере отражают основные результаты исследования, содержащие элементы научной новизны, в частности: уточнены понятия «рекламная услуга», «конкурентоспособность», «конкурентоустойчивость», «управление конкурентоспособностью»; разработаны

критерии классификации предприятий сферы рекламных услуг; определены тренды развития российской рекламной отрасли; разработаны рекомендации по внедрению на малых рекламных предприятиях системы ключевых показателей эффективности; уточнена роль развития интеллектуального и человеческого капиталов в долгосрочной стратегии коммерческой компании; подтверждена экономическая эффективность цифровизации бизнес-процессов в субъектах малого предпринимательства.

На диссертацию и автореферат поступило 7 положительных отзывов. В отзывах имеются следующие замечания и дискуссионные вопросы от:

1) Оборина М.С., д.э.н., доцента, профессора кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»: при рассмотрении стратегий повышения конкурентоспособности малых предприятий в сфере рекламных услуг автору следовало уделить больше внимания современной российской специфике;

2) Димитриади Н.А., д.э.н., профессора, директора Института междисциплинарных исследований глобальных процессов и стратегического управления ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»: при проведении анализа российского рынка рекламных услуг автор акцентирует внимание на том, что этот рынок глубоко интегрирован в мировую рекламную отрасль. Следовало более подробно раскрыть характер этой интеграции и отразить изменения в данной сфере, происходящие в последние годы;

3) Матюхи С.В., д.э.н., проректора по инновационному развитию АНО ВО «Международная академия права и управления»: целесообразно было бы более подробно рассмотреть вопросы влияния текущей геополитической и экономической напряженности на рекламный бизнес;

4) Кугаевского А.А., к.э.н., заместителя ректора ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова» по аналитической и экспертной деятельности: требуется более четкое определение показателя «коэффициент отдачи на вложенный капитал» (ROMI, стр.17): что подразумевается под показателем «затраты на рекламу», как они отражают вложенный капитал;

5) Зеленского В.Г., к.э.н., генерального директора ООО «Зеленский Корпорейт Тревел Солюшнз»: недостаточное внимание автора к оптимизации обеспечивающих бизнес-процессов малых рекламных предприятий в целях повышения их конкурентоспособности;

6) Вержуцкой Г.М., к.э.н., начальника отдела рекламы управления рекламы и маркетинга АО «ЭКСПОЦЕНТР»: при анализе зарубежного опыта рекламной деятельности следовало больше внимания уделить динамично развивающимся

азиатским рынкам, в частности рынку Китая;

7) Гриштакова В.В., к.э.н., директора департамента коммерции и гостеприимства ООО «Энка Флекс Офисиз»: целесообразность более подробного рассмотрения макроэкономических и политических факторов, оказывающих влияние на управление конкурентоспособностью малых рекламных предприятий.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их компетентностью, высоким уровнем профессионализма, глубокими специальными знаниями, обобщенными в ряде опубликованных научных работ по направлению диссертационного исследования, способностью определить научную и практическую ценность диссертации, а также их соответствием требованиям, предъявляемым к оппонентам и ведущей организации на основании пунктов 22 и 24 Положения о присуждении ученых степеней.

Д.э.н. Воробей Елена Константиновна имеет следующие публикации по направлению диссертационного исследования: Применение адаптивной модели оценки кадрового потенциала сферы услуг / Воробей Е.К., Агафонов А.С. // Управленческий учет. - 2023. - №11-2. - С.595-605; Система государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства сферы рекреации и туризма в условиях новой реальности (на примере Краснодарского края) / Воробей Е.К. // Вестник евразийской науки. - 2021. - Т.13. - №1. - С.23; Конкурентоспособность российской туристической индустрии: государственная поддержка и направления развития / Воробей Е.К., Баранова А.Ю. // Естественно-гуманитарные исследования. - 2019.- №26(4). - С.57-61.

К.э.н. Захарова Мария Васильевна имеет следующие публикации по направлению диссертационного исследования: Возможности использования методов маркетингового управления и инструментов интернет-рекламы в сфере гостеприимства во время пандемии / Захарова М.В. // Экономика строительства. - 2022. - №12. - С.116-124; Использование цифровых технологий для исследования рынка услуг лечебно-оздоровительного туризма / Захарова М.В. // Инновации и инвестиции. - 2023. - №1. - С.254-257; Международный опыт регулирования и поддержки развития рынка услуг туризма и гостеприимства / Захарова М.В. // Индустриальная экономика. - 2023. - №S2. - С.194-198.

Сотрудники автономной некоммерческой организации высшего образования «Российский новый университет» имеют следующие публикации по направлению диссертационного исследования: Цифровая трансформация как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий туристской и гостиничной индустрии / Морозов М.М. // Туризм: право и экономика. - 2023. - №1. - С.7-9; Использование региональных возможностей для повышения качества, безопасности и конкурентоспособности продукции и услуг / Зворыкина Т.И., Иванов А.Д., Ильина И.Н. // Экономика и управление: проблемы, решения. - 2022.

- Т.3. - №12 (132). - С.57-63; Факторы обеспечения конкурентоспособности в индустрии туризма / Мещерова Т.С. // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2022. - №1. – С.84-89.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

уточнено понятие «рекламной услуги», под которой понимается оплаченная спонсором (рекламодателем) работа, направленная на организацию взаимодействия между всеми субъектами рекламного процесса и включающая в себя одно или несколько направлений деятельности: генерация творческих идей, создание рекламной продукции, распространение рекламы, контроль за выполнением рекламных мероприятий, оценка эффективности рекламы (С. 12-16);

сформулированы ключевые факторы обеспечения конкурентоспособности малых предприятий сферы рекламных услуг, которые включают рекламную политику в кризисных условиях, бизнес-метрики, функциональные роли подразделений рекламных агентств, форматы и территории распространения рекламы, внутренние корпоративные стандарты и позволяют разрабатывать стратегию развития бизнеса с учетом существующих возможностей и рисков (С. 34-48);

обоснована целесообразность развития сбалансированной государственной политики в России по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства в следующих направлениях: формирование специальной государственной структуры, ориентированной на координацию выполнения государственных программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства; наделение созданной структуры полномочиями и обязанностями по созданию организаций поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на различных уровнях; формирование нормативно-правовой базы и социально-экономических условий для развития инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (С. 69-82);

разработан алгоритм описания и стандартизации бизнес-процессов малых предприятий сферы рекламных услуг, который включает в себя определение ролей, определение процессов, документирование бизнес-процессов и позволяет упростить процедуру совершенствования бизнес-процессов за счет однозначных и четких критериев контроля качества работы предприятия, а также адаптировать систему управления бизнес-процессами предприятия к изменяющимся условиям (с. 103-116);

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

разработана классификация предприятий сферы рекламных услуг по ключевым признакам: по основному профилю деятельности, по производственному функционалу и по специализации; предложены авторские

базовые критерии классификации рекламной услуги: уровень взаимосвязи услуги с материальным продуктом, инструментарий удовлетворения потребности, коммуникационные каналы, позволяющие дифференцировать предприятия на основе их профильной деятельности и проводить конкурентный анализ (С. 16-19);

предложен процессный подход к разработке и реализации конкурентной стратегии малого рекламного предприятия, предполагающий выделение стандартизированных процедур, которые позволяют оптимизировать ценообразование на рекламные услуги, минимизировать потери рабочего времени, существенно упростить контроль деятельности персонала на различных уровнях и повысить эффективность бизнеса (С. 97-100);

разработана адаптивная система ключевых показателей деятельности субъектов малого бизнеса в сфере рекламных услуг, среди которых выделены целевые показатели, процессные показатели и показатели внешнего окружения; обоснованы подходы к планированию деятельности малых предприятий в сфере рекламных услуг на основе предложенной системы показателей; даны рекомендации по их применению в зависимости от конкретной ситуации для оценки результативности широкого спектра работ как всей компании, так и ее отдельных структурных единиц и конкретных сотрудников (С. 117-131);

сформирована методика развития интеллектуального потенциала как ключевого фактора конкурентоспособности малого предприятия сферы рекламных услуг, а также даны рекомендации по кадровому планированию для построения функциональных и процессных бизнес-моделей малого рекламного предприятия на основе организации непрерывной работы по планированию, подбору и мотивации персонала (С. 132-145).

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

выявлены долгосрочные тренды рынка рекламных услуг, связанные со снижением доли телевизионной рекламы и ростом бюджетов интернет-продвижения, а также выделены показатели конкурентоспособности малых рекламных предприятий, включающие качество, цену, ассортимент услуг, уровень квалификации персонала, дополнительные услуги, соблюдение сроков, репутацию компании, удобство расположения офиса и эффективность продвижения услуг и позволяющие на основе анализа сильных сторон малого рекламного предприятия предлагать потребителям оптимальные решения, фокусируясь на выбранных рыночных нишах (С. 20-33)

сформулированы приоритетные направления деятельности руководства рекламных компаний, основанные на оценке и регулярном мониторинге конкурентоспособности и учитывающие базовые преимущества малого бизнеса (гибкость, маневренность, оперативность реакции на запросы потребителей,

быстрая адаптируемость к условиям внешней среды, легкость в смене конфигурации бизнеса и целевых сегментов, возможность быстрого перепрофилирования компании и ротации персонала), реализация которых позволит малым предприятиям сферы рекламных услуг успешно соперничать с крупными компаниями и получать устойчивые конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе (С. 34-48);

обоснованы рекомендации по разработке и внедрению внутренних регламентов и методологии оптимизации бизнес-процессов на малых предприятиях в сфере рекламных услуг, система управления которыми опирается на авторскую последовательность стандартизации бизнес-процессов, четко формализованные процедуры, описанные в соответствующих регламентах, и является гибкой и легко адаптируемой к изменяющимся условиям (с. 103-116).

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория диссертационного исследования основывается на официальных данных и фактах, согласуется с опубликованными материалами по проблемам управления конкурентоспособностью малых предприятий сферы услуг;

идея базируется на анализе практики и обобщении передового зарубежного и отечественного опыта в области развития бизнеса и формирования устойчивых конкурентных преимуществ;

использованы официальные данные федеральных министерств и ведомств Российской Федерации, международных исследовательских компаний и консультационных фирм, теоретические и практические исследования российских и зарубежных авторов, специализированные отраслевые издания, результаты интервьюирования специалистов в области рекламы, результаты наблюдений автора.

Личный вклад соискателя состоит в: непосредственном участии соискателя в получении исходных данных; обработке и интерпретации теоретических и эмпирических данных; постановке цели и задач диссертационного исследования; личном участии соискателя в апробации и внедрении в практику результатов исследования, способствующих развитию теории и практики повышения конкурентоспособности малого бизнеса сферы рекламных услуг; подготовке по теме диссертации научных публикаций, участии с докладами в научно-практических конференциях.

В ходе защиты диссертации были высказаны следующие критические замечания: соискателю рекомендовано продолжить работу с целью более полного раскрытия методов снижения уровня неопределённости и риска при разработке конкурентной стратегии малых предприятий сферы рекламных услуг, а также детальнее рассмотреть влияние макроэкономических и геополитических факторов

на развитие малого бизнеса с целью прогнозирования и нивелирования потенциальных рисков.

Соискатель Акопян Д.В. ответил на задаваемые ему в ходе заседания вопросы и привел собственную аргументацию, подтверждающую выводы и заключения, сделанные в ходе диссертационного исследования и процедуры защиты диссертации.

На заседании 28 мая 2024 года диссертационный совет за решение актуальной научно-практической задачи, имеющей существенное хозяйственное значение, принял решение присудить Акопяну Д.В. ученую степень кандидата экономических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 12 человек, из них 4 доктора наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 16 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – 12 (двенадцать), против – 0 (нет).

Председатель
диссертационного совета

Чудновский Алексей Данилович

Ученый секретарь
диссертационного совета

Мальцева Мария Валерьевна

28 мая 2024 г.

