

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Вертаковой Юлии Владимировны на диссертацию Барсукова Александра Павловича на тему: «Развитие структуры управления организацией на основе формирования цепочек создания ценности», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6. Менеджмент

Актуальность диссертационного исследования

Уровень актуальности задач формирования эффективной системы управления производственным предприятием, сбытом его продукции на целевых рынках был достаточно высоким на многих этапах развития рынков. Но значимость и востребованность решения этой управленческой проблемы особенно проявляется в настоящий период – период ужесточения конкурентной борьбы, ускоренной динамики изменения рыночных отношений, глобализации и цифровизации экономики. Внедрение цифровых технологий во все сферы человеческой деятельности приводит к изменениям в социальной сфере и в производственных отношениях между партнерами по бизнесу, которые вынуждены совершенствовать системы управления своими компаниями и искать новые формы взаимодействия, позволяющие успешно вести коммерческую деятельность на современных рынках.

Многие ведущие специалисты в области управления и экономической конкуренции уделяли достаточное внимание вопросам разработки и модернизации структуры системы управления деятельностью коммерческих компаний в современных условиях. Среди существующих разработок весьма значимое место занимает предложенная Майклом Портером концепция цепочки создания ценности, применение которой может позволить менеджменту компаний оптимальным образом организовывать закупки сырья, разработку и производство, реализацию, доставку своей продукции и обслуживание ее потребителей. Интенсивная динамика бизнес-среды определяет возможную трансформацию не только реализуемого компанией-производителем функционала, но и потенциальную необходимость изменения характера ее взаимодействия с другими участниками производственно-сбытовых цепочек, в частности, с оптовыми и розничными компаниями. Вопросы идентификации формирующихся изменений взаимодействия участников производственно-сбытовых цепочек и разработки подходов к формированию систем эффективного управления коммерческой деятельностью (в частности, деятельностью компаний-производителей) требуют проведения углубленного анализа.

Актуальность выбранной автором темы диссертационной работы, связанной с исследованием в области формирования системы управления организацией, развития структуры управления организацией на основе формирования цепочек создания ценности не поддается сомнению. Разработка новых подходов к управлению организацией, к достижению высокой эффективности управления бизнесом в интенсивно трансформирующейся бизнес-среде представляет собой очень актуальную задачу.

Обоснованность содержащихся в диссертации научных положений и выводов

Сформулированная цель диссертационного исследования заключается в теоретико-методическом обосновании и в разработке новых подходов к развитию структуры управления организацией на основе формирования цепочек создания ценности; для достижения этой цели автором был поставлен ряд задач: формулирование теоретических основ построения структуры систем управления и цепочек создания ценности, разработка концепции структуры систем управления компаниями-производителями на основе анализа специфики формируемой компанией цепочки создания ценности, разработка концепции формирования цепочек создания ценности на основе анализа ключевых факторов успеха, идентификация особенностей трансформации формируемых компаниями-производителями цепочек создания ценности в условиях необходимости их изменения под воздействием различных факторов, разработка алгоритма трансформации структуры цепочек создания ценности на основе использования цифровых технологий.

Цель и задачи исследования обусловлены тематикой диссертации, они сформировали логическую последовательность этапов проводимого исследования и определили структуру диссертации, в которой каждая глава отражает содержание проделанной автором работы и результаты решения поставленных задач.

Диссертационная работа содержит введение, заключение и три главы. Первая глава посвящена анализу литературных источников по проблемам теоретико-методологических основ развития систем управления, в частности, теоретических основ создания структуры системы управления организацией и теоретических основ формирования цепочек создания ценности; проведение данного анализа позволило автору сформулировать концепцию разработки менеджментом коммерческих компаний структуры системы управления на основе оценки специфики формируемой цепочки создания ценности, нацеленной на реализацию определенных ключевых факторов успеха (наиболее значимых ожиданий участников цепочки создания ценности) и поддерживаемой соответствующей бизнес-моделью, на основе которой формируется система управления (с. 36-41). Во второй главе дано описание этапов проведенного автором исследования специфики

формируемых современными российскими компаниями-производителями цепочек создания ценности и изложены полученные результаты и выводы. На основе результатов детального анализа специфики цепочек, в том числе анализа ожиданий основных групп участников цепочек создания ценности (с. 43-62) и специфики формируемых современными российскими компаниями цепочек (с. 63-82), автором была разработана концепция формирования цепочек создания ценности на основе анализа ключевых факторов успеха (с. 83-103). В третьей главе автором рассмотрены тенденции и динамика развития систем управления организацией в условиях трансформации цепочек создания ценности, связанный с изменениями структуры ожиданий целевых групп, и внедрения современных цифровых технологий во все сферы человеческой деятельности, в том числе, в экономику (с. 105-118), проведен анализ различных подходов к конструированию цепочек в этих условиях (с. 119-126) и предложены новые подходы к развитию структуры управления организацией в условиях трансформации цепочек создания ценности (с. 133-160). Заключение содержит все выводы, полученные в результате проведения исследования.

Следует отметить, что в процессе исследований автор собрал в полевых условиях широкую информационную базу, использованную им при разработке научных положений и выводов. В процессе работы автор изучил существенное количество (177), литературных источников (содержащихся в электронных научных базах – РИНЦ, ProQuest, 1Science, EBSCO) по профилю темы диссертации – труды отечественных и зарубежных авторов – специалистов в области технологий управления. Диссертантом также использована полученная из Росстата информация, отчеты о деятельности розничной сети «Магнит» (проанализированы отчеты о реализации продукции в 475 городах и населенных пунктах в 64 регионах Российской Федерации (Европейская часть России, Урал и Западная Сибирь)) и отчеты производителей молочной продукции. В процессе исследования автор применил современные методики и инструментарий.

Структура диссертационной работы логично выстроена и соответствует поставленной цели, все ее подразделы и разделы связаны между собой. Все сделанные автором выводы обоснованы и подкреплены результатами внедрения основных положений и предложенных им подходов к развитию систем управления организацией на практике. Результаты исследований и сформулированные по ним выводы отражены в публикациях автора в российских и зарубежных изданиях. Все поставленные автором задачи исследования выполнены.

Новизна основных научных выводов и результатов диссертационного исследования

Научная новизна диссертационного исследования заключается в предложении автором теоретико-методического подхода к формированию цепочек создания ценности на основе анализа количественных оценок компонентов ожидаемой потребителем целевого рынка ценности, величина которых зависит от ряда идентифицированных автором экономических и социальных факторов, теоретико-методического подхода к управлению компанией-производителем цепочками создания ценности на основе использования ключевых факторов успеха на конкретном рынке, в научно-методическом обосновании активностей менеджмента компаний-производителей, нацеленных на разработку систем управления каждым из трех типов цепочек создания ценности, формирующихся в условиях «высоко бюджетного» периода развития потребительского рынка, который характеризуется изменением специфики взаимодействия компаний-производителей с другими участниками цепочек в процессе интенсивной цифровизации экономики. К основным полученным автором научным результатам относятся:

- 1) предложенный теоретико-методический подход к управлению цепочками создания ценности менеджментом компаний-производителей на основе анализа значимости ключевых факторов успеха на целевом рынке, который дает возможность повысить конкурентоспособность компании за счет формирования эффективно функционирующих цепочек;
- 2) разработанный алгоритм формирования компанией-производителем системы управления цепочкой создания ценности, связанный с использованием ключевых факторов успеха и позволяющий с высокой степенью обоснованности создать эффективную систему управления функционированием цепочки создания ценности;
- 3) предложенный теоретико-методический подход к формированию цепочки создания ценности, структура которой определяется проявлением зависящего от дохода семьи интереса потребителя (как участника цепочки) к характеристикам предлагаемого ассортимента продукции, а также сервиса, и претерпевающего изменения в различные (выделенные и охарактеризованные автором) периоды изменения доходов семьи; предложенный автором подход основывается на количественных оценках важности каждого компонента ценности, ожидаемой каждой потребительской группой, и позволяет проектировать цепочки, ориентированные на конкретные целевые группы;
- 4) определенные автором три типа компонентно-функциональной структуры цепочек создания ценности, формируемых в условиях «высоко бюджетного» периода развития потребительского рынка и связанных с особенностями ключевых факторов

успеха: тип 1 - цепочка, включающая реализацию «стандартных» FMCG со складов дистрибуторов при участии «структурированной» розницы, тип 2 – цепочка, включающая реализацию «стандартных» FMCG через «неструктурированную» (не входящую в крупные сети) розницу, тип 3 – цепочка, включающая реализацию «эмоционально значимого» товара (принятие решения о покупке которого предполагает непосредственный контакт покупателя с товаром) при участии «структурированной» розницы, которые требуют реализации компанией-производителем различных приоритетов в организации своей деятельности, что позволяет оптимизировать структуру цепочки каждого типа;

5) обоснование структуры используемых компаниями-производителями бизнес-моделей для управления каждым типом цепочек создания ценности, сформировавшихся в «высоко бюджетный» период развития потребительского рынка, на основе учета изменения взаимодействия компаний-производителей с дистрибуторами, (перераспределение функций), связанного с процессом цифровизации, что может обеспечить повышение эффективности управления каждым типом цепочек.

Теоретическая значимость диссертационной работы определяется актуальностью темы и значимостью предложенных автором теоретико-методического подхода компаний-производителей к разработке структуры цепочек создания ценности с учетом ожиданий различных групп потребителей и теоретико-методического подхода к управлению цепочками на основе использования ключевых факторов успеха. Практическая значимость состоит в разработке автором алгоритма действий для компаний-производителей, формирующих эффективные системы управления цепочками создания ценности, в выделении трех типов формирующихся в «высоко бюджетный» период развития потребительского рынка цепочек создания ценности и в обосновании структуры бизнес-моделей, используемых для управления этими типами цепочек с учетом использования цифровых технологий.

Основные результаты диссертационного исследования являются новыми и достоверными.

Дискуссионные вопросы и замечания по диссертационному исследованию

Несмотря на неоспоримые достоинства и ценность проведенного автором исследования, следует выделить некоторые дискуссионные вопросы:

1. Автор рассматривает в качестве эволюционных факторов трансформации цепочек создания ценности в производстве и реализации товаров повседневного спроса востребованность покупателем структуры ассортимента продукции, различных видов

сервиса и технологий. Может ли автор обобщить существующие тренды в трансформации цепочек создания ценности факторы в других сферах экономики?

2. В изменении описанных автором цепочек создания ценности выделяется главный фактор трансформации - «бюджет семьи». На современном этапе развития потребительского рынка, в том числе с учетом санкционной политики ряда зарубежных стран, какие факторы, кроме фактора широкого использования цифровых технологий, могут являться движущей силой трансформации цепочек создания ценности?

Заключение о соответствии диссертационной работы критериям Положения о порядке присуждения ученых степеней

Диссертационное исследование проведено качественно и выполнено в соответствии с поставленными автором задачами, полученные результаты и выводы логичны и обоснованы, цель исследования достигнута.

Диссертация соискателя Барсукова Александра Павловича на тему: «Развитие структуры управления организацией на основе формирования цепочек создания ценности» соответствует основным требованиям, установленным Приказом от 19.11.2021 № 11181/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете», соискатель Барсуков Александр Павлович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6. – Менеджмент. Пункты 9 и 11 указанного Порядка диссертантом не нарушены

Член диссертационного совета
профессор кафедры менеджмента
и информационных технологий
Курского филиала федерального
государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»

доктор экономических наук, профессор,
специальность 08.00.05
«Экономика и управление
народным хозяйством»

«03» марта 2022 г.

Вертакова Юлия Владимировна

