



**МОСКОВСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**
имени М.В.ЛОМОНОСОВА
(МГУ)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Ленинские горы, Москва, ГСП-1, 119991
Тел.: 939-33-76, Факс: 939-08-77

**В диссертационный совет
Д 212.196.12 на базе ФГБОУ ВО
«Российской экономической
университет им. Г.В. Плеханова»**

№ 167-17/114-03(13)

На № _____

**Отзыв официального оппонента на диссертацию Ян Ян
«Разработка конкурентной стратегии развития автомобильных
корпораций», представленную на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и
управление народным хозяйством (менеджмент)**

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях трансформации национальных экономических систем и повышения значения конкурентных преимуществ национальных хозяйствующих субъектов на международных рынках возникает необходимость определения четких стратегических целей для крупных системообразующих компаний конкретных отраслей экономики. Отрасль автомобилестроения является в определенной степени локомотивом развития организации других отраслей сфер деятельности, характеризуется высоким уровнем внутриотраслевой конкуренции как на локальных, так и на международных рынках. Каждая группа национальных производителей автопрома должна определиться с теми направлениями стратегического развития, которые помогут участникам сформировать и развить уникальные конкурентные преимущества. Определение стратегических тенденций развития и формирование жизнеспособной конкурентной стратегии функционирования возникают у всех корпораций-участников мирового автопрома. Однако существуют автомобильные компании с «короткой» экономической историей (например, компании автопрома

Китая), для которых определение конкурентной стратегии собственного развития являются наиболее актуальной. Существуют определенные научные лакуны, связанные с определением параметров оценки эффективности стратегического развития компании и подбора оптимальной модели построения конкурентной стратегии развития. Именно поэтому представленное исследование Ян Ян можно признать актуальным.

Достоверность, новизна, степень обоснованности положений и выводов научного исследования. Соискателем изучены, систематизированы и критически проанализирован широкий круг теоретических источников и прикладных разработок в сфере стратегического менеджмента в целом, стратегического развития автомобилестроительных комплексов, методик оценки эффективности конкурентной стратегии развития организаций различных типов и сделан вывод о необходимости развития теории и практики стратегического управления организациями сферы автомобилестроения, что определило логику исследования, разнообразия примененных методов и структуру диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников (135 ед.) и 14 приложений, содержит 24 таблицы и 44 рисунка. Результаты исследования иллюстрированы таблицами, рисунками, математическим аппаратом.

Первая глава диссертации (с. 14-55) посвящена анализу и систематизации существующих подходов к понятию стратегического менеджмента и конкурентной стратегии, а также таких категорий, как конкурентоспособность и конкурентный статус. Применительно к специфическому объекту исследования – корпорации автопрома – выявлены характеристики конкурентных преимуществ. Автор отражает свои позиции по поводу оценки тех стратегических изменений, которые необходимо учитывать в развитии конкурентных стратегий различных корпораций в разных странах, к ним относит консолидацию отрасли (рисунок 1.2), стратегию платформ, появление гибких производств, модульную сборку, аутсорсинг производства компонентов и т.д. (с. 29-35). Выявление элементов построения конкурентной стратегии современных автомобильных корпораций позволило автору предложить и развить идею

кластеризации крупнейших автопроизводителей Китая по уровню конкурентоспособности в соответствии с частотой учета выявленных проблемообразующих факторов конкурентоспособности в своей предпринимательской активности на целевых рынках сбыта и наличие конкурентных преимуществ в своей деятельности (с. 47-51).

Во второй главе (с. 56-98) на основе универсального алгоритма действий в рамках конкурентной стратегии автор предлагает адаптировать этот алгоритм для развития китайского автопрома с учетом целевых сегментов международного рынка. В таблице 2.1 (с. 57) представлены выявленные автором критерии привлекательности сегментов для китайских корпораций. Наиболее перспективными выявлены рынок СНГ и Африки. Использование комплекса экономико-математических методов и методов управленческого анализа позволило автору оценить ключевых конкурентов целевого сегмента международного рынка и конкурентные позиции, конкурентные преимущества, а также выявить конкурентный потенциал китайских корпораций; все это произведено по первому ключевому сегменту рынка стран СНГ. Во второй главе широко применены табличный и графический методы для построения конкретных профилей по показателю стратегического развития (с. 76, 78, 79, 80, 82 и т.д.).

В основу разработки системы параметризации автором предложена оценка деятельности автомобильных корпораций по трем основным группам факторов конкурентоспособности (эффективность системы управления, уровень развития систем менеджмента качества, управление издержками). В общем система параметризации конкурентных преимуществ автомобильных корпораций представлена в таблице 2.12 (с. 88) и является разработкой автора на основе обобщения, использования существующих методик.

В третьей главе (с. 99-134) представлены направления совершенствования стратегического управления для повышения конкурентоспособности корпорациями автопрома. Проведена апробация представленных во второй и третьей главе моделей параметризации конкурентной стратегии развития на основе трех компаний из разных кластеров по уровню различия конкурентных преимуществ в своей

деятельности, и для каждой построен профиль многокритериальной методики оценки эффективности конкурентной стратегии (рисунки 3.1, 3.2, 3.3). Проведенный анализ позволил выявить, что наиболее эффективными являются характеристики конкурентной стратегии развития компании Great Wall. На их основе автор предлагает выявлять и развивать скрытый конкурентный потенциал автомобильной компании, используя конкретные инструменты системы электронного документооборота и создавая комплекс управления изменениями.

Проведенный анализ текста диссертации позволяет утверждать, что в работе содержится ряд теоретических и методических положений, которые могут считаться авторскими результатами, имеющими признаки научной новизны, которыми могут считаться:

1. Кластерный подход к систематизации автомобильных корпораций Китая по уровню конкурентоспособности на целевых рынках (с. 46-49).

2. Разработка критериальной базы для параметров оценки конкурентных преимуществ в структуре базовых элементов стратегии развития. Предложенная система оценочных показателей позволила автору повысить уровень текущей и перспективной конкурентоспособности Китая (с. 57).

3. Разработана методика построения конкурентных профилей по различным оценочным показателям, что позволяет сравнивать эффективность стратегии конкретной корпорации автопрома Китая и предприятия-конкурента из других международных сегментов (с. 75-82).

4. Определены принципы формирования модели построения конкурентной стратегии, основанной на выделении основных дисбалансов развития как контрольных точек и выявлении скрытых потенциалов повышения конкурентоспособности (с. 99-106).

Значимость для науки и практики полученных соискателем результатов и рекомендаций по теме исследования и возможные пути их использования.

Представленное исследование направлено на решение научной задачи по развитию теории стратегического менеджмента в части использования методики учета количественных и качественных

параметров развития при реализации всех этапов конкурентной стратегии автомобильных корпораций в условиях меняющейся макросреды.

Личный вклад автора, связанный с развитием конкретных направлений научной мысли, заключается в дополнении к существующим методам и формам осуществления стратегического менеджмента крупных организаций с использованием предложенных методик целеполагания, управленческого анализа, адаптации стандартных алгоритмов формирования конкурентной стратегии к потребностям корпораций автомобильного сектора экономики.

Предложен конкретный практический инструментарий учета дисбалансов при принятии и реализации управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности компаний при проведении стратегических изменений.

Несмотря на безусловные достоинства представленной диссертации, в ней присутствует ряд недочетов и дискуссионных вопросов:

1. На рисунке 1.1 (с. 25) представлена схема управления конкурентной стратегии развития корпораций автопрома. Не совсем понятно, насколько данная схема является авторской, если нет, то в чем состоит дополнение автора к уже известным подходам?

2. Нуждается в разъяснении и уточнении подход автора, изложенный на с. 46-50, по отбору 56 китайских предприятий автопроизводителей для распределения по кластерам.

3. Представленные на с. 103, 105, 106 дисбалансы конкурентных стратегий развития конкретных корпораций Китая нуждаются в дополнительном разъяснении и аргументации.

Однако выявленные недостатки и недочеты не снижают общего положительного впечатления о диссертации соискателя. Автореферат диссертации и опубликованные работы полностью отражают содержание диссертации и основные результаты, полученные лично автором.

Полученные результаты соответствуют следующим пунктам паспорта научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент), п. 10.11. «Процесс управления организацией, её отдельными подсистемами и функциями. Целеполагание и планирование в управлении организацией. Контроль, мониторинг и

бенчмаркинг»; 10.15. «Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Внешняя и внутренняя среда организации. Процесс и методы разработки и реализации стратегии. Развитие форм стратегического партнерства. Содержание и методы стратегического контроля. Корпоративные стратегии, оптимизация размера фирмы и вертикальная интеграция, стратегии диверсификации. Формирование и управление цепочками создания ценности. Конкурентоспособность бизнеса. Создание и удержание ключевых компетенций. Стратегические ресурсы и организационные способности фирмы».

Диссертационная работа Ян Ян «Разработка конкурентной стратегии развития автомобильных корпораций», представленная на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управления народным хозяйством (менеджмент) полностью отвечает требованиям, предъявляемым к диссертациям пунктом 9 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24 сентября 2013 г., а ее автор Ян Ян заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Официальный оппонент,

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры мировой экономики
экономического факультета

ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет имени М.В.Ломоносова»

Авдокушин Евгений Федорович



Авдокушин Е. Ф.
Удостоверению
23.08.2017 г.
факкультета МГУ

Сведения об официальном оппоненте: адрес: г. Москва ул. Академика Хохлова дом 1, строение 46, комната 361, электронная почта: osmova@econ.msu.ru. Телефон: +7 (495) 939-50-55.