

**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** представленной диссертации определяется тем, что разработка конкурентной стратегии развития автомобильных корпораций как крупных интегрированных структур является сложно организованным процессом, последовательность действий в котором не всегда выдерживается менеджментом компаний. Крайне проблемной областью исследования в стратегическом менеджменте представляются методы и технологии диагностики реальной позиции компании, их «подстройка» под условия изменяющейся макросреды и состояние целевых рынков. Поэтому разработка теоретических и практических аспектов конкурентной стратегии вообще, и для автомобильных компаний в частности, по-прежнему является актуальной. В диссертации анализируется целый ряд актуальных проблем, которые возникают при формировании, реализации и коррекции системы стратегического менеджмента автомобильных компаний с целью разработки комплексных подходов к их решению.

**Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформированных в научном исследовании, их достоверность и новизна** определяются структурой, логикой исследования, используемыми методами, степенью апробации. На основе существующих российских и зарубежных исследований, выявления методических «пробелов» в теории и практике формирования конкурентных стратегий автомобильных корпораций была определена цель, достижение которой является решением важной для крупных организаций

управленческой задачи – формирование конкурентной стратегии, дополненной авторскими методиками оценки состояния организаций автопрома на каждом этапе внедрения.

В главе I «Теоретические аспекты разработки конкурентной стратегии развития автомобильных корпораций» (с. 14-55) достигается решение задач систематизации элементов построения эффективной конкурентной стратегии развития современных автомобильных корпораций. Интересным подходом является предложенные в порядке значимости стратегические изменения, используемые в конкурентных стратегиях автомобильных корпорациях (с. 27-34). Предложенные выделения пяти кластеров на основе 56 предприятий автомобилестроения Китая с учетом проблемообразующих факторов конкурентоспособности (с. 41-47) можно, безусловно, отнести к достижению соискателя.

Глава II «Формирование механизмов оценки эффективности конкурентной стратегии развития автомобильных корпораций» (с. 55-98) построена автором по принципу конкретизации от общего (универсальный алгоритм развития корпораций) к частному (формирование принципов построения конкурентной стратегии развития корпорации китайского автопрома). Разработана система параметризации конкурентной стратегии развития современных автомобильных корпораций, и построена система конкурентных профилей японских, британских, американских, южнокорейских, немецких и китайских производителей (с. 75-78). Новизна подобного подхода заключается в том, что параметризация проводилась на основе установленных автором критериев, которые, с одной стороны, отражают специфические характеристики автомобильных корпораций, а с другой, подобные многокритериальные системы могут быть использованы для сравнительной оценки реальных и потенциальных конкурентных преимуществ организаций других сфер и отраслей (с. 87-93).

Глава III «Совершенствование конкурентной стратегии развития как модель повышения конкурентоспособности корпораций автопрома» (с. 99-141) представляет собой практическое применение предложенной автором многокритериальной методики, позволяющей определить векторы стратегических изменений в трех корпорациях (Foton, Haima, Great Wall).

Описанные автором дисбалансы конкурентных стратегий развития сравниваемых объектов использованы для разработки рекомендаций по развитию всех видов потенциалов и стратегических изменений с целью повышения конкурентоспособности. Подобный подход содержит результат, имеющий признаки научной новизны.

Исследование Ян Ян является комплексным, основанным на фундаментальных трудах и прикладных разработках российских и зарубежных исследователей в области стратегического менеджмента, управления конкурентоспособностью организации, методов управленческого анализа и стратегического проектирования изменений.

В работе содержится ряд теоретических и методических результатов, связанных между собой и имеющих признаки научной новизны, к ним относятся:

- предложенные принципы систематизации элементов конкурентной стратегии корпорации автомобилестроения и ее реализаций;

- разработанный многокритериальный аппарат для осуществления параметрического подхода к оценке уровня конкурентоспособности автомобильных корпораций;

- применение комплекса методов экономического и математико-статистического анализа к новым объектам исследования (корпорациям автопрома, относящимся к 6 целевым группам);

- применение метода анализа потенциалов для разработки комплекса стратегических изменений в организации с использованием систем электронного документооборота.

Выявленные признаки научной новизны полученных результатов свидетельствуют, что автор внес значимый научный и практический вклад в решение научно-прикладной задачи по сочетанию теории и практики при формировании и реализации эффективной конкурентной стратегии развития крупных компаний.

Полученный результат отвечает пунктам Паспорта научных специальностей 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент):

10.12 – «Оценка управления организациями как социальными и экономическими системами. Критерии оценки эффективности управления»;

10.15 – «Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Внешняя и внутренняя среда организации. Процесс и методы разработки и реализации стратегии... Конкурентоспособность бизнеса».

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

Диссертация Ян Ян по структуре, логике, содержанию, теоретическому и методическому уровню может быть отнесена к числу научных разработок, направленных на укрепление и расширение базы управленческих решений по выбору оптимальных стратегий развития бизнеса и совершенствованию прикладной аналитической базы при подготовке каждого из этапов формирования и реализации конкурентной стратегии.

Практическая значимость заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы:

- собственниками, акционерами и топ-менеджерами компаний при диагностике реальной сравнительной конкурентной позиции собственных организаций с целью совершенствования всей системы стратегического менеджмента;

- для включения в программы высшего и дополнительного образования в качестве кейсов, спецкурсов и в рамках дополнительного материала по отдельным темам в учебных курсах: «Стратегический менеджмент», «Управление изменениями» и т.д.

Автореферат диссертации и опубликованные работы полностью отражают содержание диссертации и основные результаты, полученные лично автором.

**Замечания по диссертации.** Несмотря на достаточно высокий уровень проработки представленной проблемы и полученные научные результаты, ряд положений диссертационной работы Ян Ян носит дискуссионный характер, и можно отметить ряд замечаний:

- Не совсем понятно, почему при выборе конкурентных рынков для определения позиций каждой из шести групп корпораций автопрома был выбран рынок СНГ;

- Почему для демонстрации параметрических оценок автор выбрал только три китайские компании, но при этом предлагая эту методическую процедуру с параметрами конкурентов?

- Недостаточно аргументировано применение электронного документооборота к управлению изменениями как конкретная форма совершенствования конкурентной стратегии компании Great Wall.

**Общий вывод.** Диссертационная работа Ян Ян «Разработка конкурентной стратегии развития автомобильных корпораций» предоставленная на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент), полностью отвечает требованиям п. 9, предъявляемым к диссертациям Положением о присуждении ученых степеней (утвержденным постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 № 842), а автор Ян Ян заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

#### **Официальный оппонент**

**Лясников Николай Васильевич,**  
доктор экономических наук, профессор,  
профессор факультета «Институт менеджмента и маркетинга»  
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

**Сведения об официальном оппоненте:** Адрес: пр-т Вернадского, 82,  
стр. 1 (5 корп. РАНХиГС), офис 329, 330 Тел./факс: +7 495 433-25-14, +7 495  
434-75-00. Электронная почта: [ly@mail.ru](mailto:ly@mail.ru)

Подпись заверяю:

Директор Института менеджмента  
и маркетинга  
д.э.н., профессор



Сенин А.С. 25.08.2017.