

ОТЗЫВ

**официального оппонента на диссертацию
на соискание ученой степени кандидата экономических наук
Дэн Цзюньчжи
на тему: «Обеспечение конкурентоспособности предприятий
текстильной отрасли Китая и России на основе маркетинга отношений»
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(маркетинг)**

Актуальность темы исследования

Работа, представленная на защиту, имеет высокую актуальность в условиях современной экономической конъюнктуры. Автор исследования подчеркивает необходимость постоянной адаптации предприятий к изменениям конкурентной среды, особенно в текстильной отрасли, которая играет значительную роль в экономике России и Китая. Эта отрасль традиционно является одним из крупных работодателей, обладает экспортным потенциалом и обеспечивает потребности внутреннего рынка, что важно для снижения зависимости от импорта. При этом в некоторых регионах России, таких как Ивановская область, текстильная промышленность является ключевой и имеет большое значение для местной экономики.

Несмотря на свой традиционный характер, российская текстильная отрасль в настоящее время сталкивается с рядом вызовов, включая высокую конкуренцию со стороны стран с более низкими производственными издержками, таких как Китай и Бангладеш, а также необходимость модернизации производственных мощностей и улучшения качества продукции для удержания позиций на мировом рынке.

В связи с этим тематика работы, в центре которой стоит маркетинг отношений со стейкхолдерами как инструмент повышения

конкурентоспособности предприятий и обеспечения устойчивости бизнеса, представляется важной и актуальной.

Автор обоснованно указывает на отсутствие комплексных исследований в области маркетинга отношений, направленных на разработку моделей, способствующих повышению конкурентоспособности предприятий. Представленная работа, сфокусированная на сравнительном анализе маркетинговой деятельности текстильных предприятий Китая и России, устраняет этот пробел, выявляя особенности и перспективы развития текстильной промышленности в обеих странах.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Положения, представленные к защите, обоснованы с точки зрения применяемой методологии, использования обширного массива релевантных научных публикаций, адекватных методов эмпирического анализа, достоверности использованных фактологических и статистических данных. Для достижения цели и сформулированных в работе задач, а также апробации результатов диссертационной работы Дэн Цзюньчжи применила набор методов, соответствующих объекту и предмету исследования, что позволило сформулировать выводы, имеющие высокую теоретическую и практическую значимость.

Основные выводы и положения диссертационного исследования прошли публичное обсуждение в рамках 10 международных научных и научно-практических конференций и изложены в 11 научных публикациях, включая 4 статьи, опубликованные в изданиях, индексируемых в базах данных Web of Science, Scopus, RSCI, что подтверждает значимость исследования и его соответствие академическим стандартам.

В первой главе диссертации автор тщательно анализирует теоретические основы, необходимые для понимания целей и задач исследования. Рассматривая современную изменяющуюся рыночную среду,

автор справедливо подчеркивает, что конкурентоспособность предприятий становится приоритетной задачей для бизнес-среды. В контексте ресурсного подхода выделяется важность нематериальных ресурсов, включая ресурсы отношений, которые играют ключевую роль в операционной деятельности и стратегических решениях предприятий (раздел 1.1, стр. 20). Далее автор проводит обзор литературы по теории маркетинга отношений и гуаньси-маркетинга, а также теории стейкхолдеров, выявляя их взаимосвязь и потенциал для дальнейшего развития.

Особый интерес вызывает предложение о применении китайской концепции гуаньси для углубления персональных связей в рамках теории маркетинга отношений (раздел 1.2, стр. 37-42). Этот подход открывает уникальные возможности для предприятий в построении и укреплении связей с заинтересованными сторонами. Эффективное приобретение и использование нематериальных ресурсов, особенно в области отношений, способствуют повышению конкурентоспособности предприятий. Подчеркивается значимость отношений с правительственными органами и коммерческих связей, оказывающих существенное влияние на развитие и успех предприятий (раздел 1.3, стр. 54-60).

Во второй главе диссертации автор анализирует особенности текстильного производства и динамику развития мировой текстильной промышленности (раздел 2.1, стр. 60-68), а также текстильной индустрии Китая и России. Отмечается традиционный характер отрасли с высокой трудоемкостью и относительно низкой добавленной стоимостью продукции. Автор указывает на важные изменения в структуре человеческого капитала в Китае, «пересборку» глобальных текстильных производственных цепочек, а также развитие искусственного интеллекта и цифровизации, которые представляют собой новые вызовы для текстильных предприятий. Исследование показывает, что текстильные предприятия в Китае и России формируют взаимодополняющие торговые связи, при этом китайские компании выступают в качестве поставщиков сырья и тканей, в то время как

российские предприятия специализируются на печати, окрашивании и выпуске готовой продукции. Автор подчеркивает необходимость адаптации предприятий к изменяющимся рыночным условиям и выстраивания устойчивых партнерских отношений. Также отмечается, что китайская текстильная промышленность характеризуется развитием промышленных кластеров в ключевых регионах, таких как Шаосин район Кэцяо в провинции Чжэцзян. В России после периода трансформации, последовавшего за распадом СССР, современная текстильная отрасль представлена преимущественно малыми и микропредприятиями, которые сосредоточены в таких регионах, как Ивановская область, Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону (разделы 2.2, 2.3, стр. 70-114).

Используя метод обоснованной теории (grounded theory) и опираясь на анализ, проведённый в предыдущих главах, автор идентифицирует ключевые заинтересованные стороны и разрабатывает для них теоретические модели маркетинга отношений, основываясь на анализе обширных данных, полученных в ходе интервью с экспертами текстильных предприятий Китая и России. Предложенные в диссертации модели могут служить фундаментом для эффективного управления отношениями со стейкхолдерами, что, в свою очередь, способствует укреплению конкурентных позиций предприятий.

Кроме того, исследование подчёркивает роль ресурсов отношений в усилении конкурентоспособности предприятий, особенно в контексте B2B взаимодействий в текстильной отрасли. Автор акцентирует внимание на важности учёта разнообразных стратегий маркетинга отношений для различных заинтересованных сторон, что может способствовать укреплению и расширению как коммерческих, так и некоммерческих связей, повышая тем самым конкурентоспособность предприятий.

Таким образом, представленные в работе положения обладают высокой степенью обоснованности с теоретической и практической точек зрения. Исследование Дэн Цзюньчжи вносит значительный вклад в понимание того,

как маркетинг отношений влияет на конкурентоспособность предприятий в текстильной отрасли Китая и России.

Новизна научных результатов, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Диссертация представляет собой значимый научный вклад в изучение маркетинга отношений и анализа стейкхолдеров на развивающихся рынках. Из основных положений и рекомендаций, представленных к защите, можно выделить следующие ключевые научные положения:

- Автор успешно сравнивает западную концепцию маркетинга отношений и китайскую концепцию гуаньси-маркетинга, выявляя ключевые различия между этими концепциями. Интеграция элементов обеих концепций в новые маркетинговые модели для развивающихся рынков открывает значительные перспективы для будущих исследований.
- Автор вводит новый подход к классификации стейкхолдеров и выделяет четыре основные категории заинтересованных лиц, ценности и интересы которых важно учитывать при разработке маркетинговых стратегий текстильных предприятий, укрепляя их конкурентные позиции.
- Анализ развития текстильной промышленности в Китае и России выявил основные вызовы и направления, необходимые для поддержания конкурентоспособности этой индустрии, что служит ценной основой для формулирования практических рекомендаций текстильным предприятиям в обеих странах.
- Предложенный в диссертации методический инструментарий трехуровневой кодировки для контент-анализа позволяет эффективно выделять ключевых стейкхолдеров и имеет прикладное значение для укрепления конкурентоспособности текстильных предприятий.

- Разработанные автором маркетинговые стратегии для четырёх групп ключевых стейкхолдеров представляют собой конкретные практические рекомендации для повышения конкурентоспособности предприятий текстильной отрасли.

Достоверность и новизна результатов подтверждены широким спектром использованных методов исследования, включая анализ научных публикаций, сбор и анализ эмпирических данных и использование математико-статистических методов.

Теоретическая и практическая значимость научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в развитии теоретических и методических подходов к вопросам повышения конкурентоспособности предприятий на основе маркетинга отношений с учетом роли и особенностей стейкхолдеров, практическая значимость - в разработке рекомендаций для российских и китайских предприятий текстильной отрасли. Материалы диссертационной работы могут служить методической основой при проведении эмпирических исследований, а также использоваться в учебном процессе.

Замечания по диссертационной работе в целом

Отмечая актуальность, научную новизну, практическую значимость диссертационного исследования Дэн Цзюньчжи, представляется важным обратить внимание на некоторые замечания, которые могут быть учтены в дальнейших исследованиях:

1. Хотелось бы обратить внимание на выборку российских и китайских респондентов для проведения интервью, описанную в третьей главе диссертации. Представляется, что важно также учитывать внутривосточные региональные различия и делать выборку с учетом этого фактора. Так, региональные законы и нормы могут оказывать существенное влияние на

управление отношениями с заинтересованными сторонами. Таким образом, региональный контекст мог повлиять на выводы о структуре стейкхолдеров в каждой из стран – России и Китая.

2. Второй вопрос касается применимости модели заинтересованных сторон, разработанной автором, к другим странам, особенно представляющим развивающиеся рынки. Важно понять, насколько уникален случай китайской и российской текстильных отраслей и в чем состоят отличия от текстильных отраслей в других странах. В частности, стоит определить, насколько универсальными являются выявленные факторы и взаимосвязи между заинтересованными сторонами.

3. Предлагается рассмотреть направления дальнейшего развития исследования. Автор представил ценные эмпирические выводы, однако следующим шагом может быть построение структурной модели с учетом взаимосвязи различных факторов в процессе управления отношениями с заинтересованными сторонами. Такая модель позволит более глубоко понять влияние различных факторов на конкурентоспособность предприятий текстильной отрасли и разработать более эффективные маркетинговые стратегии.

Заключение о соответствии диссертации критериям положения о присуждении ученых степеней

Указанные замечания не умаляют значимости диссертационного исследования. Диссертация имеет солидную теоретическую и методическую базу, представляет собой важный вклад в понимание маркетинга отношений, а также обладает практической значимостью для текстильной промышленности России и Китая.

Содержание диссертации соответствует пунктам паспорта научной специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)», а также критериям, определенным пп. 2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В.

Ломоносова. Диссертация оформлена согласно требованиям Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Автореферат отражает содержание диссертационной работы. Основные положения, выносимые на защиту, являются обоснованными и достоверными.

Таким образом, соискатель Дэн Цзюньчжи заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры экономического анализа и статистики
Пермский институт(филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет имени Г.В. Плеханова»

Матвей Сергеевич Оборин

25.04.2024г.

Контактные данные:

тел.: +7 (342) 282-57-45, e-mail: perm@rea.ru

Специальность, по которой официальным оппонентом
защищена диссертация:

08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством

Адрес места работы:

614070, Россия, Пермский край, Пермь, ул. бульвар Гагарина, 57

Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет имени М.В. Плеханова», кафедра экономического анализа и статистики

Тел.: +7 (342) 282-57-45; e-mail: perm@rea.ru

Подпись сотрудника Пермского института (филиала) ФГБОУ ВО
«Российский государственный университет имени М.В. Плеханова»

Матвея Сергеевича Оборина

удостоверяю: