

Председателю диссертационного совета Д 212.196.04 на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» 117997, г. Москва, Стремянный переулок, дом 36, корпус 3, каб. 353

Отзыв
на автореферат диссертации
Кондратофф Марины Андреевны на тему:
«Маркетинговый механизм формирования продуктового предложения для частного инвестора»,
представленной на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности
08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Диссертационное исследование М.А. Кондратофф затрагивает весьма актуальную проблему маркетингового «обеспечения» инвестиционной деятельности частных инвесторов. По нашему мнению, актуальность работы и сформулированных в ней задач связана с рядом практически и научно значимых обстоятельств. Научная значимость поднимаемых автором вопросов и сформулированных задач (в частности, задач раскрытия особенностей маркетинга инвестиционного продукта, выявления особенностей потребительского поведения частного инвестора как потребителя на рынке инвестиционных продуктов, разработки методических рекомендаций формирования маркетинга инвестиционного продукта и других) заключается в недостаточной теоретической проработанности рассматриваемого в исследовании круга вопросов. Оценивая степень разработанности проблемы исследования, М.А. Кондратофф справедливо отмечает, что «несмотря на многообразие трудов, посвящённых различным аспектам рассматриваемой проблематики, на сегодняш-

ний день отсутствует комплексное исследование, посвящённое вопросам применения маркетинговых инструментов в процессе приобретения частными инвесторами недвижимости под малые гостиницы» (стр. 4 автореферата).

Прикладная значимость выбранной автором проблематики состоит в возможности создания в результате решения сформулированных практико-ориентированных задач (определения системы критериев и показателей, влияющих на формирование маркетинга инвестиционного продукта на примере гостиничной недвижимости, апробации предложенной методики управления маркетингом инвестиционного продукта для частного инвестора на примере гостиничной недвижимости и других) условий, которые позволят с одной стороны, частным инвесторам делать научно обоснованный выбор оптимального предложения на рынке инвестиционных объектов гостиничной недвижимости, и, с другой стороны, участникам рынка таких объектов ускорить оборот гостиничной недвижимости, предназначенной для инвестиционных целей.

Структура диссертации сформирована так, что она позволяет логично, последовательно и обоснованно решить поставленную в ней цель – разработать методические и научно-практические рекомендации по формированию маркетинга инвестиционного продукта для частного инвестора на примере гостиничной недвижимости.

Считаем, что совокупность полученных в результате исследования материалов позволяет свидетельствовать о том, что автор сумел подтвердить сформулированную гипотезу о том, что сформировавшийся в последние годы в России особый класс субъектов инвестиционной деятельности частных инвесторов подходит к выбору объектов инвестирования без необходимого научно-методического обеспечения и инструментария принятия инвестиционных решений. Такая ситуация требует формирования маркетингового механизма учитывающего главную особенность частного инвестора – его поведение основано преимущественно на иррациональных факторах.

Среди представленных в автореферате положений, отражающих научную новизну диссертации, особо можем выделить:

1. Формирование модели инвестиционного продукта, раскрывающего его содержание. В основу уточненной авторской модели положена мультиатрибутивная модель товара Ф. Котлера (стр. 9).

2. Обоснование специфики маркетинга инвестиционного продукта, основанное на особенностях недвижимости как объекта маркетинга и поведенческих особенностях субъектов инвестиционного рынка недвижимости (стр. 11 – 14).

3. Раскрытие взаимосвязей и целевых установок субъектов инвестиционного рынка недвижимости, позволяющее сформировать основу разработки маркетингового механизма продуктового предложения для частного инвестора (стр. 14).

4. Оригинальное видение системы ценностных установок частных инвесторов на рынке объектов гостиничной недвижимости (стр. 15 – 16).

5. Формирование комплекса методических положений выбора показателей управления маркетингом инвестиционных продуктов в сфере гостиничной недвижимости, основанная на ценностных запросах частного инвестора (стр. 17 – 19).

В опубликованных М.А. Кондратофф работах полностью отражены основные положения результатов проведенного исследования, а их количество соответствует требованиям, предъявляемым для представления диссертации к соисканию ученой степени кандидата наук.

При несомненных достоинствах работы, можно выделить несколько её недостатков:

1. Из текста автореферата не вполне ясно, чем отличается частный инвестор от других инвесторов, возможно стоило дать определение частному инвестору.

2. Кроме этого, хотелось бы видеть в автореферате порядок взаимодействия владельцев инвестиционных объектов при реализации предложенного маркетингового механизма.

Однако, данные недостатки не снижают ценности исследования и говорят о дальнейших перспективных направлениях научно-исследовательской работы соискателя.

Таким образом, оценивая диссертационную работу, можем констатировать, что она является законченной научно-исследовательской работой, соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук в «Положении о присуждении ученых степеней», утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. №842, а её автор, Кондратофф Марина Андреевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Ведущий научный сотрудник
Института проблем управления
им. В.А. Трапезникова РАН, д.э.н.

Швец Ирина Юрьевна

117997, Москва, ул. Профсоюзная, 65,
ИПУ РАН, тел. (495)334-9309
E-mail: innovconf@mail.ru.



Подпись

Швец И.Ю.

ЗАВЕРЯЮ

Зав. ОТДЕЛОМ КАДРОВ

Н.А. ГАВРИЛОВА

16.04.2012