

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)"

Актуальность диссертационного исследования

Нестабильность социально-экономического развития вносит изменения в поведение экономических агентов. На уровне физических лиц это проявляется в росте объемов сбережений, повышенном внимании к выбору объектов вложения средств, увеличении склонности к инвестированию в консервативные направления. Диссертант, в обоснование основных положений исследования приводит данные ВЦИОМ, согласно которым физические лица к наиболее надежным объектам инвестирования относят недвижимость. Инвестирование в недвижимость характеризуется рядом очевидных преимуществ для частных инвесторов, в том числе: значительной степенью сохранности, безопасности и возможности контроля инвестором, получение пакета прав на недвижимость в момент его приобретения, позитивной динамикой развития отдельных сегментов этого рынка, приемлемой доходностью инвестиционных операций на этом рынке. Перечисленные и другие преимущества повышают интерес частных инвесторов к инвестиционным объектам сферы недвижимости. Однако, при этом наблюдается недостаточное развитие положений маркетинговой методологии подготовки и оптимального выбора объектов недвижимости. Выбранную диссертантом тему можно назвать актуальной. При этом положения диссертационного исследования актуальны для различных групп «реципиентов»: это и представители научной общественности, занимающиеся исследованием проблем маркетинга территорий и объектов недвижимости; это и представители сферы прикладного применения – частные инвесторы, владельцы недвижимости, риэлторские компании.

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

Степень обоснованности научных положений и рекомендаций определяется логичной аргументацией и выводами, а также взаимосвязью аналитического и рекомендательного разделов диссертации.

Обоснованность рекомендаций характеризуется использованием теоретико-методических оснований, в качестве которых выступают положения теоретических подходов общей теории маркетинга и маркетинговых концепций, теоретические аспекты взаимосвязи и соотношений маркетинговой деятельности и инвестиционной привлекательности, вопросы применения подходов общей теории менеджмента и концепций маркетинга в сфере услуг, в том числе на предприятиях гостиничного комплекса.

Таким образом, сформулированные в исследовании выводы, представленные результаты анализа, аналитические выкладки позволяют сделать вывод об обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и предложений диссертационного исследования обеспечиваются:

- применением методов экономического, статистического анализа, системного анализа, экспертного опроса;
- согласованностью полученных выводов и рекомендаций с основными методологическими положениями в области управления маркетингом в сфере услуг, сфере гостиничной недвижимости;
- научно обоснованной реализацией эмпирического блока исследования в вопросах изучения маркетинговой привлекательности объектов недвижимости на основе экспертных оценок.

Научная новизна и практическая значимость положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Сформулированные по результатам исследования положения, выводы и рекомендации соответствуют цели и задачам диссертационного исследования, и заключаются в разработке научно обоснованных и практически востребованных результатов, в числе которых можно выделить:

1. Комплексное обоснование автором актуальности изучения и развития теоретико-методологических положений маркетинговой теории в отношении потребительского поведения частного инвестора на рынке объектов недвижимости в гостиничной сфере.

2. Раскрытие особенностей исследуемой проблематики, позволивших разработать методические положения формирования маркетингового механизма создания предложения для частного инвестора: модели поведения частного инвестора, особенностей взаимодействия участников рынка инвестиционных объектов сферы недвижимости, содержания факторов инвестиционной привлекательности для частного инвестора.

3. Обоснование автором необходимости и методического подхода оценки маркетинговой привлекательности инвестиционных продуктов на рынке в сфере гостиничной недвижимости как совокупности преимуществ

инвестиционного продукта, формирующих характер восприятия и стимулы у частных инвесторов при выборе конкретного объекта инвестирования.

4. Разработку методики выбора показателей управления маркетингом инвестиционных продуктов в сфере гостиничной недвижимости.

5. Формирование маркетингового механизма оценки объектов недвижимости для частного инвестора, включающего методику расчёта маркетинговых показателей привлекательности; методику расчета интегрального показателя маркетинговой привлекательности; порядок интерпретации полученных значений маркетинговых показателей для принятия решения частным инвестором.

Диссертационная работа М.А. Кондратофф вносит весомый вклад в развитие теории и практики инвестиционного маркетинга объектов недвижимости в гостиничной сфере.

Замечания и дискуссионные положения диссертационного исследования

Диссертационное исследование не свободно от недостатков и содержит дискуссионные положения:

1. Из текста автореферата не всегда понятно, в чём заключается вклад автора в разработку предложенной проблематики (например, в пятиуровневой модели товара по Ф. Котлеру применительно к инвестиционному продукту).

2. Автором на рисунке 5 приводится субъектный состав и взаимосвязи маркетинга инвестиционного продукта на рынке гостиничной недвижимости, но не вполне понятно его предназначение в исследовании.

Заключение

Вместе с тем, несмотря на высказанные замечания, нужно отметить следующее: выводы, положения и рекомендации, содержащиеся в диссертации М.А. Кондратофф, вполне обоснованы, достоверны и содержат элементы научной новизны, а указанные дискуссионные моменты отражают личную позицию соискателя и не заслоняют общего положительного впечатления от проведенной им работы. Содержание автореферата адекватно отражает результаты диссертационного исследования, которые прошли апробацию на конференциях и отражены в 21 публикациях автора, в том числе восемь из которых в журналах, рекомендованных ВАК.

Диссертация М.А. Кондратофф представляет собой актуальное, самостоятельное, законченное исследование, результаты которого характеризуются научной новизной, практической значимостью, дают обоснованное решение крупной народнохозяйственной задачи. По глубине теоретической проработки исследуемых вопросов, по практической значимости сделанных выводов и рекомендаций, по новизне, обоснованности и достоверности основных научных результатов диссертация Кондратофф Марины Андреевны «Маркетинговый механизм формирования продуктового предложения для частного инвестора» соответствует

требованиями ВАК Министерства образования и науки РФ п.9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. №842, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а диссертант заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг».

Кметь Елена Борисовна

6 марта 2018 г.

канд. экон. наук

доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики Школы экономики и менеджмента

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет» (ДВФУ)

Суханова ул., д.8, г. Владивосток, 690950

8 (423) 265 24 24 (доб. 2992)

kmet.eb@dvfu.ru

Подпись Кметь Е.Б.
удостоверяю Начальник отдела
кадрового делопроизводства
ДВФУ С.Б.Семин (Б.С.Семин)
"07" 03

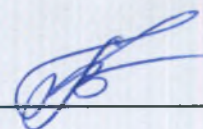


Председателю диссертационного совета
Д 212.196.04 на базе
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»
д.э.н., проф. Стукаловой И.Б.

СОГЛАСИЕ

Я, Кметь Елена Борисовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики Школы экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета, согласна на сбор, обработку, хранение и передачу моих персональных данных в работе диссертационного совета Д 212.196.04 на базе ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

«__» марта 2018 г.



подпись

Кметь Елена Борисовна

690091, ГСП, Приморский край, г. Владивосток, ул. Суханова, 8
Кафедра маркетинга, коммерции и логистики Школа экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет
e-mail: kmeteb@yandex.ru
тел. +7 (423) 265 24 24 (доб. 2992)