

В диссертационный совет Д 212.196.04  
на базе ФГБОУ ВО «Российский  
экономический университет имени Г.В.  
Плеханова»

### **ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ**

**д.э.н., профессора Никишкина В.В. на диссертационную работу  
Куриленко Юлии Валериевны на тему: «Формирование ценностного  
предложения земельных участков в Российской Федерации»,  
представленную на соискание учёной степени кандидата  
экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и  
управление народным хозяйством (маркетинг)**

Куриленко Юлия Валериевна, 1990 г.р., гражданка Российской Федерации, в 2012 г. с отличием окончила ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Москва) по специальности «Маркетинг». В этом же году была зачислена в очную аспирантуру ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Москва) для написания диссертационной работы на кафедре маркетинга. Куриленко Юлия Валериевна прикреплена к ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» для подготовки диссертации по специальности 08.0.05 – «Экономика и управление народным хозяйством» (маркетинг) на соискание ученой степени кандидата наук на срок до 30.11.2019г.

За время обучения в аспирантуре Ю.В. Куриленко сданы экзамены по специальности (экономика и управление народным хозяйством), истории и философии науки, иностранному языку в соответствии с требованиями и планами освоения соответствующих дисциплин. Справка об обучении № 113-79/17 от 25 августа 2017 года ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

В период обучения в аспирантуре Ю.В. Куриленко прошла педагогическую подготовку, участвуя в организации образовательного процесса по таким дисциплинам, как «Маркетинг», «Торговый маркетинг», «Поведение потребителей». При проведении практических занятий со студентами диссертант показал себя профессиональным работником высшей школы, способным заинтересовать аудиторию, изложить материал доступным языком для обучающихся.

В 2017 году Куриленко Ю.В. завершила работу над диссертационным исследованием, которое прошло все необходимые процедуры обсуждения на кафедре маркетинга ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», и представляет свою диссертацию к защите в диссертационный совет ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

За время проведения диссертационного исследования Ю.В. Куриленко показала себя грамотным специалистом, способным осуществить на высоком уровне комплексное исследование, применить теоретические знания для обобщения и систематизации обширного материала и получения новых научных знаний из него.

**Актуальность выбранной темы исследования.** Исследование, выполненное Ю.В. Куриленко, представляет собой научно-квалификационную работу, в которой автор обратился к недостаточно изученной проблематике, имеющей важное теоретическое и практическое значение. Тема исследования связана с изучением предпочтений покупателей в рамках выбора земельных участков. Данная тема чрезвычайно важна для российского бизнеса, особенно в сложившихся условиях, когда компании должны находить новые инструменты взаимодействия с целевыми аудиториями и использовать их наиболее рациональным образом. Актуальность работы определяется недостаточной изученностью теоретико-методологических вопросов рынка недвижимости с точки зрения ценностного приращения, а также

практики применения его инструментов для достижения бизнес целей организаций.

**Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.**

Диссертант корректно использует сложившийся научный инструментарий и методы обоснованности полученных выводов, рекомендаций и результатов. Обоснованность теоретических положений диссертационного исследования Ю.В. Куриленко определяется использованием в качестве теоретико-методической базы публикаций ведущих зарубежных и российских специалистов в сфере маркетинга, анализа широкого перечня трудов в области загородной недвижимости.

При подготовке диссертации автор использовал арсенал как традиционных научных методов, так и современных методов маркетинговых исследований. Библиографический список включает 155 наименований на русском и иностранном языках.

В своем исследовании автор использует научные труды отечественных и зарубежных ученых по теме недвижимости, в том числе загородной, выбору земельных участков, практических маркетинговых материалов. В работе также нашли отражение материалы по проблеме исследования, опубликованные в монографиях, периодических изданиях и электронных ресурсах.

Автору в соответствии с поставленной в работе целью удалось сформулировать и обосновать методические подходы к оценке привлекательности земельных участков.

В проведенном исследовании в значительной мере решены поставленные автором задачи. В работе проанализированы известные методы измерения ценовой чувствительности потребителей, выделены недостатки и сильные стороны каждого из них, предложено

адаптировать метод измерения ценовой чувствительности PSM для земельных участков, предложена авторская классификация инструментов формирования ценностного предложения по группам, построен авторский алгоритм формирования ценностного предложения земельных участков.

При написании работы автором самостоятельно проведен ряд исследований: с участием экспертов в области реализации земельных участков, а также покупателей/потенциальных покупателей земельных участков.

Диссертация является завершенным научным исследованием, выполненным автором самостоятельно на высоком научном уровне.

При написании работы было выполнено требование оформления ссылок на авторов из источников заимствования.

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в комплексном анализе и представлении актуальных теоретических и практических разработок в единую концепцию реализации земельных участков. К научной новизне исследования можно отнести следующие результаты:

- Автором проанализированы определения понятий «рынок недвижимости», «загородная недвижимость». Введено маркетинговое понятие «рынок недвижимости» с точки зрения ценностного приращения, а также предложено ввести и конкретизировать понятие «загородная недвижимость», так как ранее данное понятие не было конкретизировано.

- Разработан метод измерения ценовой чувствительности потребителей земельных участков. В рамках проведения исследования были изучены сильные и слабые стороны известных методов измерения ценовой чувствительности потребителей. Далее автором был

адаптирован метод PSM, который можно применять для исследования потребителей земельных участков.

- Сформированы методические подходы к оценке привлекательности земельных участков. Автором выявлена двухступенчатая модель определения привлекательности земельных участков: анализ коттеджного поселка, в котором находятся земельные участки, и непосредственно земельный участок. Построен процесс выбора потребителем земельного участка.

- Разработана классификация инструментов формирования ценностного предложения. Автором предложена классификация инструментов формирования ценностного предложения земельных участков по группам, выделяются две основные группы – по расположению и внутренние.

- Разработан алгоритм формирования ценностного предложения земельных участков. Предложенный автором алгоритм включает в себя шесть этапов, данный алгоритм может быть применен девелоперами при реализации земельных участков.

#### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

Результатом диссертационного исследования явились научно обоснованные предложения и рекомендации по совершенствованию деятельности девелоперов при реализации земельных участков. Достигнутые автором результаты исследования важны как в теоретико-методологической сфере, так и в учебной. Автором предложен метод измерения ценовой чувствительности, который имеет теоретическое значение. Выявленные сегменты покупателей по мотивации при выборе земельных участков, процесс выбора загородной недвижимости покупателями имеют прикладной характер. Также прикладной характер имеют выявленные маркетинговые атрибуты земельного участка и алгоритм формирования ценностного предложения земельных участков. Полученные данные девелоперы могут использовать при формировании

ценностного предложения земельных участков, исходя из его потребительской ценности и определения приемлемой цены. Результаты диссертационного исследования могут быть использованы в учебных курсах, таких как «Управление маркетингом», «Ценообразование», «Практический маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Маркетинг загородной недвижимости», «Поведение потребителей».

Полученные результаты диссертационного исследования Ю.В. Куриленко полностью внедрены в практику и используются девелопером при реализации земельных участков в коттеджном поселке «Петрович на даче» и земельных участков в коттеджном поселке «Живые деревни».

**Заключение.** В ходе исследования Ю.В. Куриленко полностью раскрыла тему, изучила формирование ценностного предложения в Российской Федерации, провела анализ рынка загородной недвижимости экономически развитых регионов, провела исследование покупателей/потенциальных покупателей земельных участков, сформулировала актуальные предложения и пришла к результатам, обладающим научной новизной.

Полученные автором результаты достоверны, выводы и заключения обоснованы. Основное содержание диссертационной работы отражено в 8 научных публикациях автора, общим объемом 1,626 п.л., в том числе в рецензируемых научных изданиях.

Полученные в ходе исследования результаты и элементы научной новизны соответствуют поставленным в диссертации целям и задачам, обладают практической ценностью, что позволяет охарактеризовать диссертацию как решение научной проблемы, имеющей важное значения для рынка загородной недвижимости России.

Диссертация Ю.В. Куриленко соответствует требованиям п. 9 и п. 14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ от 23 сентября 2013 г. № 842, и рекомендуется к защите на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг), а соискатель Юлия Валериевна Куриленко заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Научный руководитель:

Никишкин Валерий Викторович,

профессор кафедры маркетинга,

Учебно-научный центр по переподготовке и

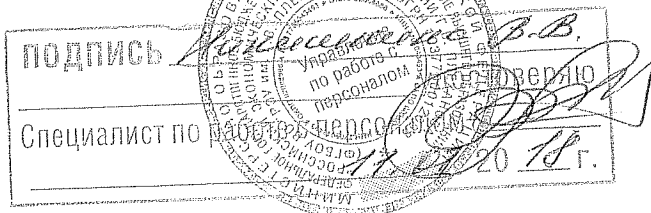
повышению квалификации работников высшей школы

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Директор центра

117997, г. Москва, Стремянный пер. д. 36

рабочий тел.: 8 (499)237-92-32

e-mail: Nikishkin.VV@rea.ru



A handwritten signature in blue ink, which appears to be "Юлия Валериевна Куриленко", is written on the right side of the page.