

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Куриленко Юлии Валериевна
на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему:
«Формирование ценностного предложения земельных участков в Российской
Федерации» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (маркетинг)

Диссертация Куриленко Ю.В. посвящена маркетинговым аспектам развития рынка недвижимости, и прежде всего земельного рынка, на региональном уровне. Данное научное исследование является безусловно актуальным и представляет немалый интерес в современных условиях развития рыночной политики российских компаний на основе концепции маркетинга. Сложившийся уровень развития маркетинговой деятельности в России не соответствует общемировым тенденциям, где до 98% не только крупных, но и мелких компаний ежегодно заказывают маркетинговые исследования. При этом и сам рынок недвижимости, в том числе земельный рынок, в условиях сохраняющейся монополии государства на оборот большей части недвижимых ресурсов, как правильно отмечается в диссертации [С. 3], остается не достаточно, по мировым меркам, развитым. В этой связи выявление технологии стимулирования данного рынка имеет большой не только теоретический, но и практический интерес.

Наряду с изучением специфики современного российского рынка недвижимости особый научный интерес представляет введение понятия «загородная недвижимость» с достаточно четкой дефиницией этого понятия. При этом обоснованно выделяется как 1) субъективное, личностное понятие загородной недвижимости как объекта, ассоциируемого с проживанием на удаленных от мегаполисов участках территорий, не имеющих развитой социальной инфраструктуры, с обязательным собственным домом, садом и личным транспортом, так и 2) объективное понятие загородной недвижимости как имущества, удаленного как от основного места проживания семьи, так и от городской черты.

Автор диссертации обоснованно выделяет 5 основных сегментов покупателей загородной недвижимости с точки зрения мотивов совершения покупки, определяет точные границы каждого из сегментов исходя из 1) целей использования объекта, 2) возраста покупателей, 3) семейного положения, 4) дохода. Выделяется также 4 основных вида загородной недвижимости: 1) земельные участки, 2) жилые дома, 3) дачные дома, 4) квартиры в деревнях и поселках.

В числе выносимых автором на защиту результатов исследования, имеющих элемент научной новизны, наибольший научно-практический интерес представляют следующие:

- разработка метода измерения ценовой чувствительности с учетом конкурентного окружения и возможности определения оптимальной цены;
- выявление критериев привлекательности земельных участков;
- разработка классификации инструментов формирования ценностного предложения земельных участков по расположению и по внутренним группам.

Автореферат диссертации логически последовательно, системно, целостно и в высоком научном стиле излагает содержание исследования.

Вместе с тем по содержанию диссертации есть следующие замечания:

– привязка способности продукта удовлетворять потребность покупателя - к затратам на его приобретение и потребление - представляется не достаточно обоснованной, т.к. зачастую потребители делают свой выбор без учета затрат – ориентируясь исключительно на веяния моды и личные вкусы. Также вводится оригинальное понятие «сверхудовлетворенности» - без его определения [С. 3-4];

– под «рынком недвижимости» автор диссертации понимает исключительно субъектов рынка (без его объектов), при этом только одну его, хотя и важнейшую, группу – покупателей (без представителей торговли, а также контролирующих государственных органов); при этом у покупателей признается лишь их «финансово обеспеченная потребность», т.е. согласно маркетинговой терминологии «запросы» - хотя говорится и о «потенциальных покупателях», не отмечается категории «нужды» и потенциальной «потребности», которые могут быть еще финансово не обеспеченными, но безусловно учитываемыми маркетологами как будущие «запросы» [С. 11];

– основные выводы диссертационного исследования опираются на данные, полученные по одному коттеджному поселку, а также мнения экспертов – и такой охват как объектов, так и методов исследования представляется в достаточной степени узким [С. 10-13].

Указанные замечания не носят принципиального характера и не снижают ценности проведенного исследования. Результаты диссертации обоснованы на современном уровне развития экономической науки и представляют собой законченное научное исследование.

Полученные результаты соответствуют уровню кандидатской диссертации по рассматриваемой специальности. Автореферат диссертации составлен с соблюдением установленных требований, дает адекватное представление о работе. Основные положения проведенных исследований нашли отражение в 8 опубликованных научных трудах автора, в том числе 4 – в рецензируемых научных изданиях, рекомендуемых ВАК Минобрнауки РФ.

В целом, на основании автореферата, можно сделать вывод о том, что представленная диссертация отвечает требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а ее автор Куриленко Юлия Валериевна заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Доцент кафедры
экономической теории и экономики АПК
Белгородского ГАУ, к.э.н.



Капинос Роман Валерьевич

Почтовый адрес: Россия, 308503, Белгородская обл., Белгородский р-н,
п. Майский, ул. Вавилова, 1;

Телефон: 8-4722- 39-26-97

E-mail: rkarinos@yandex.ru

Наименование организации: ФГБОУ ВО «Белгородский государственный
аграрный университет имени В.Я. Горина»



Капинос Р. В.	
Заведующий начальным отделом кадров	
Сергей	Л.В. Мамонина
« 04 » 06	2018 года