

ОТЗЫВ

официального оппонента Попова Ринада Александровича на диссертационную работу Чудинова Сергея Андреевича на тему: «Маркетинговое обеспечение управления муниципальной недвижимой собственностью», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг; региональная экономика

Актуальность темы исследования. Актуальность темы диссертационного исследования Сергея Андреевича Чудинова обусловлена следующими взаимосвязанными обстоятельствами: необходимостью нового научно-прикладного осмысления явлений и процессов, свойственных генезису системы территориального управления в российском хозяйстве, которая подвергается существенным изменениям на этапе становления нового способа производства и управленческих институтов; потребностью системы территориального хозяйства в совершенствовании методов анализа и оценки процессов и результатов муниципального управления в условиях высокой изменчивости среды; важностью разработки инструментария управления социально-экономическим развитием таких пространственно-локализованных систем, какими являются современные российские муниципальные образования, в условиях возрастания обусловленного рыночными императивами коммерческого аспекта в территориальном хозяйствовании.

Повышение статуса и сопряженной с этим материальной ответственности органов муниципального управления за положение дел на вверенных территориях вынуждает к поиску дополнительных источников экономического обеспечения местного самоуправления, повышению эффективности использования материально-финансовых ресурсов. Сопровождающееся этим расширение рыночных начал принуждает к пополнению управленческого инструментария муниципалитетов формами и методами, характерными конкурентно-рыночному полю.

Названные выше обстоятельства актуализируют внимание к такой форме муниципального хозяйствования, как маркетинговый менеджмент муниципальной недвижимости, научному исследованию которой и посвящена в значительной мере диссертация С.А. Чудинова. Следует заметить, что такая постановка исследования проблемы управления муниципальным хозяйством отличается оригинальностью.

Будучи одним из элементов региональной социально-экономической системы, муниципальное хозяйство, в свою очередь, является достаточно обособленным территориально-экономическим образованием, обладающим качествами воспроизводственной целостности, что предполагает возможность использования рыночных институтов в поддержании его устойчивого развития. В такой постановке можно говорить о возникновении нового экономического феномена, который представляет собой современное российское муниципальное образование, входящее по ряду каналов в непосредственное взаимодействие с мировой экономической системой как один из её активных элементов. А поскольку проблематика устойчивого развития территорий местного самоуправления вышла на одно из первых мест в российской хозяйственной системе, постольку и разработка способов управления муниципальным хозяйством с использованием рыночных форм, в том числе маркетинговых концепций, также вышла на передовые позиции в научном и прикладном аспекте. Так как муниципальная недвижимость представляет собой экономическую основу территориального хозяйства, поэтому и акцентирование внимания на совершенствовании управления ею представляется актуальным и важным в научно-теоретическом и прикладном ракурсе. Названные выше обстоятельства дают основание утверждать, что выбранная С.А. Чудиновым тема диссертационного исследования является весьма актуальной.

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации. Обоснованность положений, выводов и рекомендаций соискателя базируется на

убедительной логике исследования, системном подходе к анализу поставленных проблем, применении разнообразных исследовательских методов (структурно-функционального, аналитического, статистического, экономико-математического и др.), значительности массива статистической информации, репрезентативности выбора объектов исследования, достаточной совокупности анализируемых показателей и объективности их оценки. Рассмотрение теоретических и методических аспектов управления муниципальным хозяйством на этапе продолжающихся рыночных преобразований в Российской Федерации, активируемых процессами экономической глобализации, позволили автору разработать маркетинговую концепцию управления муниципальной недвижимостью, сформировать соответствующую организационно-управленческую систему. Такая структура и логика исследования позволили автору решить задачи, поставленные в диссертации.

Достоверность основных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертации, обусловлена творческим использованием трудов отечественных и зарубежных авторов в области теории систем управления муниципальным хозяйством, региональной экономики, маркетинга, а также по вопросам практической реализации поднятой проблемы. Апробация результатов исследования на научно-практических конференциях, в научных статьях, их внедрение в практику выступает подтверждением достоверности сформированных выводов и рекомендаций.

Научная новизна диссертационного исследования и наиболее существенные результаты, полученные лично соискателем. Новые научные результаты, полученные в диссертационной работе, заключаются в следующем:

1. Диссертант выдвинул и последовательно отстаивает идею о том, что в современной ситуации одной из доминирующих стратегий развития муниципального хозяйства может выступать базирующаяся на классических положениях маркетинговой концепции система управления муниципальной недвижимостью, призванная гармонизировать отношения субъектов

хозяйственного поля территорий местного самоуправления в их поступательном развитии. Под управлением муниципальной недвижимостью автор понимает целенаправленное воздействие органов местного самоуправления в реализации полномочий по принятию решений в области планирования, организации и контроля использования объектов, находящихся в муниципальной собственности (с. 20). – С этим можно согласиться, однако с той оговоркой, что в таком муниципальном менеджменте должен присутствовать и мотивационный аспект.

2. На основе анализа теоретических положений относительно сущности и содержания категорий «технологизация» и «маркетинг» автор сформулировал понятие «технологизация маркетинговой деятельности», определил предмет, основные характеристики, классификацию, принципы разработки и результирующую составляющую маркетинговых технологий применительно к управлению муниципальной недвижимостью. Исследование процессов управления муниципальным имуществом позволило выявить факторы, определяющие устойчивое развитие управленческой системы в условиях нарастающей коммерциализации услуг в отечественной муниципальной практике.

3. Содержит элемент научно-прикладной новации разработанный автором механизм вариативного распределения объектов муниципальной недвижимости по их функциональному предназначению, базирующийся на анализе существующих и прогнозируемых потребностей в объектах (земельные участки, здания, помещения и др.), сегментации земельно-имущественного рынка, прогнозировании жизненных циклов объектов и определении их конкурентных качеств, - в целях максимизации эффекта от использования как для пополнения местного бюджета, так и для удовлетворения социальных потребностей территорий.

Имеют прикладное значение предложенные автором формы и методы совершенствования арендных отношений на муниципальном уровне, в числе которых: институционализация арендных соглашений с оценкой деятельности арендаторов; мониторинг арендных отношений с перерасчётом арендных ставок; претензионно-исковая деятельность в отношении задолжников по платежам.

4. Рекомендации по совершенствованию управления муниципальной недвижимостью диссертант базирует на коммерческом подходе с элементами «геомаркетинга», который заключается в сочетании методов географического и финансово-экономического анализа при оценке объектов недвижимости, что позволяет с применением информационных технологий эффективно решать следующие задачи муниципального менеджмента: выбирать вариант наилучшего использования земельных участков; оптимизировать размещение новых объектов для коммерческих и социальных нужд; составлять достоверные прогнозы развития определённых сегментов земельно-имущественного рынка и строить на этой основе стратегию.

5. В диссертации верно подмечено, что особенностью управления муниципальной недвижимостью является избирательное применение критериев социальной и экономической эффективности реализуемых программ. Однако что касается «социально-экономической эффективности использования недвижимости» (с. 24), то вряд ли удастся найти измеритель для объективного сравнительного анализа; ведь социальный и экономический элементы территориального хозяйства могут не только не совпадать, но и находиться в некотором противостоянии.

Основными причинами вскрытых недостатков в управлении муниципальной недвижимостью диссертант правомерно считает несогласованность в законодательстве разных уровней власти по данному вопросу, несовершенство системы торгов, слабую мотивацию муниципалитетов к управлению недвижимостью, особенно «затратными» (не приносящими доход) объектами социального назначения (с. 26-35).

6. В диссертации обосновывается не совпадающий с мнением некоторых авторов тезис о том, что органы власти могут быть эффективными собственниками (с. 28). Это подкрепляется тем положением, что в условиях развивающегося рынка, продолжающегося процесса разгосударствления и перехода значительной части хозяйственных функций от муниципалитетов к коммерческим организациям управление муниципальным имуществом всё более сводится к взаимодействию муниципалитетов с коммерческими структурами. Это наполняет муниципальный менеджмент договорно-экономическими отношениями. Правомерно замечание соискателя о том, что «в таких условиях требуются

специалисты нового типа, сочетающие административные и предпринимательские навыки» (с. 36-37). Соответственным порядком расширяются функции маркетинга, который характеризуется рядом особенностей, обусловленных двойственной природой муниципального управления, - с одной стороны, это заказчик на товары (объекты, услуги), с другой – продавец (с. 40).

7. В работе весьма глубоко анализируются взгляды разных авторов на проблему маркетинговых технологий, их адекватности объекту реализации и на этой основе высказывается содержащий элемент научной новации тезис о том, что данное понятие «должно иметь операционно-деятельную, содержательную и оценочно-результативную компоненты» (с. 41). В этом контексте автор заявляет, что «под маркетинговыми технологиями в области управления недвижимостью следует понимать обоснованный алгоритмизированный процесс, включающий совокупность стадий, приемов, операций и действий, необходимых для реализации маркетинговых решений с целью повышения эффективности использования недвижимого имущества» (с. 44). Заслуживают поддержки сформулированные автором принципы разработки маркетинговых технологий в муниципальной сфере, каждая из которых должна ориентироваться на конкретную задачу (с. 45, 46).

Трактуя маркетинг как способ реализации экономической политики муниципального образования, диссертант формулирует оригинальный комплекс задач целевого маркетинга в сфере управления муниципальной недвижимостью (с. 51) и соответствующий перечень действий управленческих структур (с. 55), что можно причислить к научно-прикладным новациям в управлении пространственно локализованными организациями.

8. На основе анализа практики управления муниципальной недвижимостью в городе Курске с позиций сформированной теоретической платформы диссертант выявил и систематизировал резервы совершенствования муниципального менеджмента в данной сфере (с. 59-65). Сравнительный анализ систем управления муниципальной недвижимостью в ряде областных центров Центрально-Черноземного района позволил автору сделать вывод о целесообразности усиления координационного начала

между комитетом по управлению имуществом и земельным комитетом (с. 65-66).

9. В диссертации приведены обширные данные о движении земельных участков, зданий и других имущественных объектов (с. 68-70); глубоко проанализированы изменения в структуре доходов муниципального бюджета города Курска от управления имуществом, находящимся в государственной и муниципальной собственности и сформулированы соответствующие выводы (с. 77-87).

Можно согласиться с мнением автора о целесообразности расширения муниципальных земель, подлежащих налогообложению, а что касается предложений по продаже земельных участков (с. 75), то активную практику в этой области вряд ли можно считать полезной в долгосрочной перспективе, - ведь это повлечет сужение поля постоянных поступлений в муниципальный бюджет.

10. В качестве важного инструмента совершенствования управления муниципальной собственностью, диссертант обосновывает расширение маркетинговой составляющей муниципального менеджмента (с. 88). Заслуживают поддержки его разработки технологической структуры маркетинга как связующе-координирующего начала в деятельности органов, имеющих отношение к управлению муниципальной недвижимостью (с. 91-94), мероприятия по демпфированию сдерживающих факторов развития системы маркетинга на муниципальном уровне (с. 96-97). Имеют расширительное прикладное значение разработанные автором оптимизационная схема маркетингового цикла в сфере управления муниципальной недвижимостью (с. 97-99), а также субъектная структура принятия управленческих решений по использованию муниципальной недвижимости города Курска (с. 100).

Применительно к муниципальному менеджменту представляют научно-прикладной интерес разработки автора в области маркетинговых коммуникаций (с. 125-132), стратегического управления муниципальной недвижимостью (с. 136-146), а также по оценке вероятного эффекта от реализации мероприятий по совершенствованию системы управления муниципальной недвижимостью (с. 158-170).

Значимость диссертации для науки и практики. Значимость диссертационного исследования для науки заключается в разработке

теоретических основ по формированию научных представлений в области развития и совершенствования систем регионального и муниципального управления социально-экономическими процессами в условиях конкурентно-рыночной системы хозяйства и информационной глобализации, активным использованием концепции маркетинга в разработке систем управления муниципальной недвижимостью, что способствует дальнейшему развитию научной мысли, исследований и научно-прикладных разработок в данной сфере.

Практическая значимость диссертации состоит в наличии методических рекомендаций и практических предложений по совершенствованию системы управления муниципальной недвижимостью, позволяющих повысить эффективность местного самоуправления в новых экономических условиях.

Недостатки диссертационного исследования. Наряду с замечаниями, сделанными по тексту, можно бы выделить следующие дискуссионным моменты диссертационного исследования:

1. Возрастание маркетингового аспекта управления муниципальной недвижимостью сопровождается усилением позиций воспроизводственного подхода, предполагающего целенаправленное приращение воспроизводимых ресурсов, особенно «имущества муниципальной казны», наполнение инженерными коммуникациями земельных участков, улучшения зданий в соответствии с результатами маркетингового поиска. Это предполагает сочетание в муниципальном менеджменте маркетингового и воспроизводственного подходов. Однако второму из них в диссертации уделено несколько ослабленное внимание.

2. Требуется некоторой коррекции тезис диссертанта о том, что «маркетинговый подход – это особый механизм развития, предполагающий наличие плана и контроля, а также профессионального опыта...» (с. 49). – В нашем представлении, маркетинговый подход – это система принципов, очерчивающих в своей реализации конкурентный характер экономических взаимодействий субъектов рынка; без конкуренции нет ни рынка, ни маркетинга. А механизм представляет собой определенные зависимости между элементами рыночного поля в их реагировании на изменения среды. Муниципальные органы ввязаны в конкурентно-рыночные отношения по

поводу муниципальной недвижимости, поэтому и маркетинг здесь призван занимать активные позиции.

3. Поскольку маркетинг, как атрибут рынка, в значительной части своей реализации представляет собой управление спросом, постольку и в управлении муниципальной недвижимостью важно «стратегирование» спроса на объекты недвижимости путем их улучшения сообразно предпочтениям потребителей, а также использования элементов рекламы, «втягивающего маркетинга» и т.п. На наш взгляд, этот аспект заявленной проблемы нуждается в более глубокой инструментальной проработке.

4. В диссертации довольно обстоятельно описан механизм вариативного распределения объектов по их функциональному назначению (с. 107-110, 113-124), что имеет важное прикладное значение для муниципального менеджмента. К сожалению, данный научный результат не получил достаточного освещения в автореферате.

5. На рис. 1.2 (с. 48) диссертации представлена схема иерархического строения технологического процесса маркетинга. Однако элементы этой системы не указывают на то, что речь идет о маркетинговых процессах именно в системе управления муниципальной недвижимостью, а не носят универсального характера, хотя такая специфика имеет место.

Однако высказанные замечания носят исключительно дискуссионный характер и не снижают в целом высокой оценки выполненного диссертационного исследования, содержащихся в нем рекомендаций, а лишь подчеркивают его актуальность и высокую научно-прикладную значимость.

Общее заключение. Выводы и предложения, содержащиеся диссертации, полностью соответствуют поставленным задачам, научно обоснованы, достоверны и вытекают из проведенного автором исследования. Содержание автореферата отражает основные идеи, положения и выводы диссертации. Полученные теоретические результаты, практические выводы и предложения раскрыты в опубликованных изданиях.

Оценивая диссертацию Чудинова С.А. в целом, можно сделать вывод о том, что она представляет собой целостное, завершенное научное исследование важной народнохозяйственной проблемы, научно-квалификационную работу, в которой решается актуальная задача, имеющая большое значение для развития муниципальных образований, а именно:

разработка практических рекомендаций, ориентированных на использование маркетингового подхода для эффективного управления муниципальной недвижимой собственностью. Полученные автором научные результаты имеют практическую значимость для организации стратегического и оперативного планирования в процессе управления муниципальной недвижимостью.

На основании изложенного выше считаю, что диссертация «Маркетинговое обеспечение управления муниципальной недвижимой собственностью» отвечает требованиям, сформулированным во втором абзаце п. 9 Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 N 842 «О порядке присуждения ученых степеней» (вместе с «Положением о присуждении ученых степеней»), а ее автор Чудинов Сергей Андреевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности: 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг; региональная экономика.

Официальный оппонент,
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой технологии,
организации, экономики строительства
и управления недвижимостью»
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный
технологический университет»

Р.А. Попов

Контактная информация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кубанский государственный технологический университет»,

Адрес: 350072, г. Краснодар, ул. Московская, д. 2

Телефон: (861) 255-96-27

e-mail: popovra51@gmail.com

