

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу Харитоновой Ольги Сергеевны на тему: «Теоретико-методологические основы разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Современное состояние системы образования определяется масштабными преобразованиями, затрагивающими практически все стороны общественной жизни, связанными с глубокой перестройкой экономических, социальных и профессиональных процессов. Особенно заметно значение образовательной сферы проявляется на фоне структурных сдвигов в занятости. Рынок труда становится более подвижным: появляются новые профессии, меняются требования к квалификации работников, сокращается срок актуальности многих профессиональных навыков. Эти процессы объективно усиливают спрос на программы дополнительного профессионального образования, которые позволяют оперативно обновлять компетенции и обеспечивать профессиональную мобильность населения. Как следствие, перед образовательными организациями встаёт задача выстраивания принципиально иной логики стратегического управления – адаптивной, гибкой, способной быстро реагировать на изменения как внешней, так и внутренней среды.

Адаптивная маркетинговая стратегия в данном контексте выступает как необходимое условие устойчивого функционирования образовательной организации. Она предполагает постоянный мониторинг рынка, использование аналитических методов прогнозирования, гибкое управление программами ДПО и оперативную корректировку коммуникационной политики. Такой подход позволяет образовательным учреждениям не только своевременно реагировать на изменения спроса, но и активно формировать его, предлагая рынку востребованные образовательные решения.

Особую значимость разработка адаптивных маркетинговых стратегий приобретает в условиях необходимости ускоренной подготовки и переподготовки кадров для ключевых отраслей экономики региона. Дефицит квалифицированных специалистов требует быстрых и эффективных образовательных решений, способных обеспечить необходимый кадровый ресурс в сжатые сроки. Именно поэтому углублённое исследование механизмов

формирования адаптивной маркетинговой стратегии организаций, предоставляющих услуги дополнительного профессионального образования, становится важным не только с научной, но и с практической точки зрения, напрямую связанной с социально-экономическим развитием страны, что подтверждает актуальность и своевременности диссертационной работы Харитоновой Ольги Сергеевны.

Оценка структуры работы. Диссертационная работа Харитоновой Ольги Сергеевны состоит из пяти разделов, которые логически взаимосвязаны между собой и в совокупности направлены на решение научной проблемы, связанной с обоснованием теоретико-методологических подходов к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии, охватывающих особенности функционирования образовательных организаций и специфику дополнительного профессионального образования в изменяющейся конкурентной среде. Изучение содержания диссертации подтверждает, что сформулированные в исследовании задачи и положения, выносимые на защиту, в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее достижение.

В первом разделе диссертации рассмотрена роль и характеристика системы образования в условиях маркетинговой ориентации образовательных организаций (с. 19-35); определены детерминанты адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации (с. 35-58), а также изучен зарубежный опыт разработки и реализации адаптивных маркетинговых стратегий в системе дополнительного профессионального образования (с. 58-76). В целом структура первого раздела демонстрирует последовательный переход от общего теоретического осмысления маркетинга в образовании к конкретным компонентам адаптивной маркетинговой стратегии. Раздел содержит обширный литературный анализ, теоретические обобщения и систематизацию понятий, что создаёт прочную базу для дальнейших эмпирических исследований.

Во втором разделе диссертационной работы проведен стратегический анализ внешней среды организаций дополнительного профессионального образования в регионах Российской Федерации и Луганской Народной Республики (с. 81-101); проведен мониторинг рыночных условий функционирования системы дополнительного профессионального образования Российской Федерации и Луганской Народной Республики (с. 102-124); изучена

маркетинговая политика организаций дополнительного профессионального образования (с. 125-153). Данный раздел содержит обширный эмпирический материал и демонстрирует способность автора интегрировать теоретические выводы с практическими данными, необходимыми для разработки адаптивных стратегических решений.

В третьем разделе работы обосновано использование компетентностного подхода к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования (с. 156-174); предложена методология моделирования процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии в образовательной организации (с. 175-202); разработан методический инструментарий анализа и выбора адаптивной стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования на основе методов нечеткой логики (с. 202-223). Материал данного раздела в целом обосновывает применение методологического инструментария в процессе разработки адаптивной маркетинговой стратегии развития образовательной организации.

В четвертом разделе разработан научно-практический подход к ценообразованию программ дополнительного профессионального образования в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии (с. 228-242); исследовано качество образовательных услуг в системе дополнительного профессионального образования (с. 243-265); рассмотрено кадровое обеспечение процесса разработки и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций (с. 266-279). Данный раздел отличается высокой степенью практической направленности в направлении обоснования комплекса рекомендаций по повышению эффективности разработки адаптивной маркетинговой стратегии организаций в системе дополнительного профессионального образования.

Пятый раздел характеризуется логической завершённостью исследования, а разработанные автором концептуальные решения органично дополняют теоретические положения исследования и подтверждают способность диссертанта применять научные результаты для решения конкретных задач маркетингового управления в системе дополнительного профессионального образования. Так, автором разработан концептуальный подход к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования (с. 284-295); проведено моделирование условий реализации адаптивной

маркетинговой стратегии в разрезе программ дополнительного профессионального образования (с. 296-316); предложен механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации дополнительного профессионального образования (316-336).

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций. Диссертационная работа выполнена автором самостоятельно, с соблюдением требований научности и актуальности, отличается логичностью, аргументированностью и последовательностью изложения выполненного научного исследования.

Теоретической основой диссертационной работы являются труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам маркетинга, стратегического маркетинга и их применения в образовательных организациях высшего образования.

Методологической основой исследования являются методы теоретического обобщения, индукции, дедукции, синтеза, логического представления результатов исследования при изучении теоретических основ и процессов разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации; методов нечеткой логики и математических методов для определения типа рядов данных в контексте моделирования процессов разработки адаптивной маркетинговой стратегии, а также для планирования и контроля маркетингового бюджета продвижения программ дополнительного профессионального образования; методы статистического маркетингового анализа – для изучения динамики основных показателей на рынке дополнительного профессионального образования Российской Федерации и Луганской Народной Республике; инструменты стратегического анализа, позволившие структурировать факторы внешней и внутренней среды в регионе и оценить их влияние на работу образовательных организаций.

Информационно-эмпирическую базу исследования составили научные труды и монографические исследования российских и зарубежных ученых в сфере развития системы дополнительного профессионального образования. В аналитической части исследования для применения инструментов стратегического анализа использовались отчетные и аналитические материалы мониторинга образования Института дополнительного профессионального образования и дистанционного обучения ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля». Для

детализации рынка образования в Российской Федерации, ЛНР и ДНР использовались материалы из официальных источников Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, Государственной службы статистики Донецкой Народной Республики, Государственного комитета статистики Луганской Народной Республики.

Основные положения диссертационной работы докладывались и обсуждались на пятнадцати международных научно-практических конференциях. По результатам исследования опубликовано 54 научные работы, в том числе: 31 статья в рецензируемых научных изданиях, входящих в перечень ВАК; 5 прочих статей; 3 монографии, в том числе 1 личная; 15 работ апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 63,29 п.л., из них 45,79 п.л. принадлежит лично автору.

Обоснованность научных положений выводов и рекомендаций также подтверждается наличием документов о внедрении предложений автора в деятельность Министерства образования и науки Луганской Народной Республики (справка № 04-7796 от 11.07.2024 г.) и ФГБОУ ВО «Донбасский государственный технический университет» (справка № 49-13-02/33 от 09.07.2024 г.), а также в учебный процесс ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» (справка № 107-115-1677/78 от 24.06.2024г.).

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций. Научная новизна полученных результатов заключается в обосновании теоретико-методологических подходов к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования.

Основные результаты исследования, составляющие его научную новизну, полученные лично автором и выносимые на защиту:

- определены детерминанты адаптивных маркетинговых стратегий в системе дополнительного профессионального образования, которые в отличие от существующих подходов, охватывают три группы: локальность рынка образовательных услуг, неценовые детерминанты и детерминанты, оказывающие влияние на поведение потребителя, что позволяет комплексно учитывать специфику функционирования учреждений дополнительного профессионального образования (с. 41-58);

- обосновано внедрение компетентностного подхода к подготовке

профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования на основе проблемно-целевого анализа запросов потребителей услуг, как методологической основы формирования конкурентоспособных программ повышения квалификации или переподготовки слушателей с учетом постоянной адаптации к требованиям рынка за счет своевременного обновления образовательных программ, оперативного реагирования на изменение спроса на образовательные услуги и внедрения инновационных техник обучения (с. 160-167);

- сформирована модель процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии, в основе которой находится жизненный цикл образовательной услуги в системе дополнительного профессионального образования, представленная в виде интеграции трех ключевых составляющих: функции маркетингового управления процессом предоставления образовательной услуги, бизнес-процессы реализации образовательных услуг в системе дополнительного профессионального образования, стадии жизненного цикла процесса предоставления образовательной услуги (с. 178-190);

- предложен методологический подход к моделированию жизненного цикла образовательных услуг (программ) в системе дополнительного профессионального образования, основанный на анализе динамики количества обращений слушателей с целью приобретения программ дополнительного профессионального образования (с. 191-201);

- определен методический инструментальный анализ адаптивной стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования на основе методов нечеткой логики, позволяющий получать данные о необходимых количественных текущих изменениях в структуре затрат на маркетинговые инструменты реализации программ дополнительного профессионального образования по направлениям переподготовки и повышения квалификации государственных служащих (с. 202-223);

- разработан научно-практический подход к ценообразованию в системе дополнительного профессионального образования в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии, который представляет собой комплексное управление процессом формирования стоимости образовательных услуг, основанное на сочетании теоретически обоснованных принципов и инструментов рыночной адаптации (с. 237-240);

- сформулирован концептуальный подход к разработке адаптивной

маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования, который позволяет рассматривать маркетинговую деятельность как управляемый процесс, основанный на интеграции теоретических принципов, методологических основ и практических инструментов, обеспечивающих целостность, согласованность и устойчивость функционирования образовательной организацией с учетом адаптации к происходящим изменениям (с. 284-295);

- разработан механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии организаций дополнительного профессионального образования, который в отличие от существующих разработок, органично включает следующие блоки: управление реализацией стратегии, операционный маркетинг, управление продуктом, компетентностное сопровождение, управление качеством, управление взаимоотношениями с клиентами, финансового обеспечения, цифрового сопровождения и аналитики (с. 316-336).

Обоснованность научных положений не вызывает сомнения, а основные положения, выносимые на защиту, сформулированы четко и однозначно, а также соответствуют паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в частности: п. 10.3. Концептуальные основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; п. 10.4. Моделирование стратегических и операционных маркетинговых решений; п. 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; п. 10.6. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш.

Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы. Положительно оценивая результаты диссертационной работы Харитоновой Ольги Сергеевны, следует остановиться на дискуссионных положениях и определенных замечаниях к ее содержанию:

1. В первом разделе работы дана характеристика маркетингового подхода к функционированию образовательных организаций (с. 34), представлены детерминанты адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования (с. 52), определены инструменты адаптации организации к внешней среде (с. 57), однако не показана специфика адаптивной маркетинговой стратегии именно для организаций дополнительного профессионального образования.

2. Во втором разделе работы автором проведен стратегический анализ внешней среды организаций дополнительного профессионального (с. 81-101); мониторинг рыночных условий функционирования системы дополнительного профессионального образования (с. 102-124); анализ маркетинговой политики организаций дополнительного профессионального образования (с. 125-153). Работа существенно выиграла, если бы автор обобщил результаты проведенного анализа, отразив реальные проблемы, возможности и ограничения функционирования системы дополнительного профессионального образования.

3. Эмпирическая часть исследования основана на материалах конкретных образовательных организаций, что обеспечивает практическую направленность работы, вместе с тем расширение эмпирической базы за счёт включения организаций из других регионов Российской Федерации могло бы усилить обоснованность полученных выводов.

4. Автор совершенно закономерно обращает внимание на наличие взаимосвязи между степенью восприятия потребителями образовательной услуги и соответствующей программы ДПО и «... уровнем их доверия к самой организации ВО и ИПС, который обеспечивает реализацию программ» (с. 256). Однако, в полной мере в работе не нашли достаточного освещения вопросы повышения доверия потребителей образовательных услуг дополнительного профессионального образования, особенно в контексте формирования положительного имиджа образовательной организации.

5. На стр. 318 представлен механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций, в котором представлен блок операционного маркетинга с позиции тактической реализации маркетинговых планов и программ. Видится целесообразным дополнить данным блоком разработанную автором детализацию этапов процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации, где тактические мероприятия не отражены в целом (рис. 1.6 стр. 54 диссертации).

Приведенные замечания носят преимущественно рекомендательный характер и не влияют на степень обоснованности выводов и защищаемых положений диссертационной работы. Их следует рассматривать как направления дальнейших исследований автора.

Заключение. Диссертационная работа Харитоновой Ольги Сергеевны на тему «Теоретико-методологические основы разработки адаптивной

маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования» представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу, выполненную на своевременную и актуальную тему. Выводы и рекомендации достоверны, обоснованы, базируются на анализе специальной экономической литературы. Научный уровень выполненного исследования указывает на глубокое изучение предмета исследования, демонстрирует навыки обработки статистической информации.

По своей структуре, объёму и оформлению диссертация соответствует требованиям п.9-11, 13, 14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 года № 842 (с изменениями), предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора экономических наук, а ее автор – Харитонова Ольга Сергеевна – заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Петенко Ирина Валентиновна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры маркетинга и логистики
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«Донецкий государственный университет»  И. В. Петенко

«28» января 2026 г.



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкий государственный университет»
283001, Донецкая Народная Республика, г. Донецк, ул. Университетская, д. 24.
Тел.: +7 856 302-06-00
e-mail: donnu.ecf@mail.ru