

В диссертационный совет Д 02.2.008.03 при
ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»,
по адресу: 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу Иванченко Виктора Яковлевича на тему «Маркетинг некоммерческих образовательных организаций», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Актуальность выбранной темы исследования

В настоящее время происходят существенные изменения в сфере образования. Рынок образовательных услуг активно развивается, меняются ожидания целевых аудиторий, усиливается конкуренция, что приводит к необходимости в изменениях политики образовательных организаций, которые располагают значительным потенциалом для развития интеллектуального, культурного и профессионального развития человека. В то же время, новые условия жизни общества требуют значительно большей эффективности использования этого потенциала за счет внедрения новых подходов в практику деятельности некоммерческих образовательных организаций. Это предопределяет необходимость совершенствования маркетинговой деятельности некоммерческих образовательных организаций, а выявление организационных механизмов ее реализации является важным рычагом достижения максимальной эффективности работы данных учреждений. Обоснование данных положений является необходимым элементом новой управленческой парадигмы, предусматривающей применение процессного, системного и ситуационного подходов к решению вопросов эффективного функционирования некоммерческих образовательных учреждений.

Несмотря на большую ценность научного вклада, сделанного зарубежными и отечественными учеными в изучение практики использования маркетинга в деятельности некоммерческих образовательных организаций, в настоящее время ряд проблем теоретического и методического характера по осуществлению маркетинговой деятельности учреждениями образования остается нерешенным, а существующие научно-методические разработки требуют доработки с учетом специфических факторов внешней среды и особенностей сферы образования. Исходя из этого можно утверждать, что тема

диссертационной работы Иванченко Виктора Яковлевича актуальна и своевременна.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций

Диссертационная работа Иванченко В.Я. на тему «Маркетинг некоммерческих образовательных организаций» выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в части подпунктов: 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.15. Технологии маркетинга в интернет-среде; 10.18. Маркетинг некоммерческих организаций. Определенные и сформулированные в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют теме диссертации.

Положения, выносимые на защиту, выводы и рекомендации, изложенные в диссертационной работе, являются обоснованными, достоверными, основанными на современных теориях, корректном использовании широкого спектра общенаучных и специальных методов исследования для решения конкретных научных задач.

В работе использовались общенаучные и специальные методы: терминологического, структурно-логического анализа и системно-исторического подхода (для изучения дефиниций «маркетинг некоммерческих образовательных организаций», «интенция» «фасилитация»); метод аналогии, метод синтеза, метод обобщения, метод группировки (для формирования дескриптора эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций; при разработке структурно-функциональной модели внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций); логического анализа и социологических опросов; экспертной оценки; экономико-статистические методы (при проведении анализа деятельности некоммерческих образовательных организаций, состояния и перспектив развития); табличный и графический методы (для наглядного изображения и структурированного предоставления информации, полученной по результатам исследований теоретических и практических положений диссертационной работы).

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они доведены до конкретных рекомендаций, которые могут быть использованы для совершенствования маркетинговой деятельности некоммерческих образовательных организаций. Рекомендации, предложенные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в деятельность таких

учреждений, как: Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Многопрофильный лицей № 1 г. Донецка» (справка № 106 от 21.06.2022 г.), Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Школа № 58 г. Донецка» (справка № 512 от 15.09.2022 г.), Государственное профессиональное образовательное учреждение «Донецкий колледж технологии и дизайна» (справка № 701 от 23.09.2022 г.). Теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Маркетинг услуг», «Интернет-маркетинг» (справка № 02.01/1861 от 18.11.2022 г.).

Стиль изложения материала исследования, выводов и рекомендаций соответствует требованиям научности, последовательности, стилистической чистоты. Язык диссертации лаконичный, корректный и понятный. Главная идея работы прослеживается как на этапе теоретического обоснования, так и на этапе разработки соответствующих рекомендаций по ее внедрению

По результатам исследования опубликовано 29 работ, в том числе 9 статей в рецензируемых научных изданиях, 20 тезисов в материалах конференций различного уровня. Общий объем публикаций – 8,7 печ. л., из которых 7,19 печ. л. принадлежат лично автору.

Опубликованные научные работы и автореферат диссертации объективно и в полной мере раскрывают основные положения диссертационной работы, полученные научные результаты, выводы и рекомендации, что свидетельствует о достаточности информирования научного сообщества о ходе выполнения диссертации.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций

Реализация поставленных автором задач исследования позволила получить результаты, которые свидетельствуют об элементах их научной новизны, теоретической и практической значимости полученных результатов.

В первом разделе диссертации «Теоретические аспекты и научно-методические основы развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций» рассмотрены значение и специфика маркетинга некоммерческих образовательных организаций, определено роль и место образовательных услуг в системе маркетинга, сформирована модель организации кастомизации как инструмента индивидуализации обучения, разработана концепция развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций.

На основе теоретического обзора литературных источников, получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат предмета исследования, в части уточнения понятий «маркетинг некоммерческих образовательных организаций», «фасилитация», «образовательная интенция» в контексте универсалии «образование», что позволило раскрыть специфику маркетинговой деятельности некоммерческих образовательных организаций с учетом удовлетворения познавательных потребностей личности.

Автором определено, что основная маркетинговая деятельность некоммерческой образовательной организации ведётся в рамках оказания образовательных услуг как совокупности действий, которые выполняются педагогами для удовлетворения образовательных потребностей различных категорий потребителей. С целью оптимизации индивидуально-личностного подхода к обучающимся в рамках реализации маркетингового подхода к деятельности некоммерческих образовательных организаций разработана модель организации кастомизации, включающая ряд технологий на основе интеллектуального анализа моделей обучения.

Положительно следует отметить также предложенную в работе концепцию развития маркетинга некоммерческих организаций, которая направлена на получение социально-экономического результата развития маркетинга в данной сфере, основана на повышении качества предоставления образовательных услуг, удовлетворении потребительского спроса, а также предложении и продвижении образовательных услуг с учетом интегрированных усилий при формировании и внедрении комплекса маркетинга на основе системного подхода.

Во втором разделе диссертации проведен анализ деятельности некоммерческих образовательных организаций; разработан механизм развития некоммерческих образовательных организаций; разработана структурно-функциональная модель внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций.

В работе определена роль маркетинговых исследований в деятельности некоммерческих образовательных организаций, рассмотрены направления проведения маркетинговых исследований, проведен анализ функционирования образовательных организаций Российской Федерации, изучена система профильного обучения, что позволило сделать выводы о состоянии системы образования в некоммерческих образовательных организациях и определить перспективные направления ее совершенствования.

Значительное внимание в работе уделено вопросам социального партнерства, определены его направления и условия эффективного осуществления в контексте реализации маркетинговой политики

образовательных организаций.

Положительно следует отметить представленный в работе механизм развития некоммерческих образовательных организаций, нацеленный на взаимодействие между субъектами рыночных отношений и направленный на совершенствование маркетинговой политики, с учетом внедрения в их деятельность андрагогического научного подхода и разработки эффективной системы премий и поощрений, льготного обучения в образовательных организациях некоммерческого типа.

Вызывает интерес представленная в работе структурно-функциональная модель внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций, которая, в отличие от существующих, включает перечень основных этапов внедрения инновационных технологий активного обучения и дополнена современными категориями внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций.

В третьем разделе работы «Совершенствование маркетинга некоммерческих образовательных организаций» разработана организационная модель развития некоммерческих образовательных организаций; сформирован дескриптор эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций.

Важное значение для совершенствования маркетинговой деятельности образовательных учреждений имеет представленная в работе организационная модель развития некоммерческих образовательных организаций, которая содержит прогрессивные направления развития в условиях интеграции за счет мониторинга взаимодействия участников образовательных отношений и включает маркетингово-ориентированную схему совершенствования образовательных организаций, что позволяет повысить эффективность функционирования организации как некоммерческого образовательного учреждения и разработать перспективы ее продвижения на рынке.

В работе рассмотрены предпосылки и преимущества внедрения цифрового маркетинга, что позволило автору разработать дескриптор эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций, основанного на процессах концентрации, дифференциации, интеграции в образовательное пространство в условиях развития цифровой экономики, акцентирующий внимание на использовании цифровых, стриминговых технологий и учитывающий принцип кастомизации в образовании.

По результатам проведенного исследования сформирован ряд рекомендаций по повышению эффективности функционирования некоммерческих образовательных организаций, среди которых следует отметить формирование современных профессиональных стандартов

деятельности педагогических и управленческих кадров и обновление квалификационных требований, совершенствование стандартов образования, в особенности в части обновления условий осуществления образовательной деятельности, использования в образовательном процессе современных информационных технологий, развитие инфраструктуры углубленного и профильного обучения по программам школьного и дополнительного образования и др.

Таким образом, научные положения и новизна, выводы и рекомендации диссертационной работы являются достаточно обоснованными.

Замечания

Положительно оценивая результаты диссертационной работы Иванченко Владимира Яковлевича, следует остановиться на дискуссионных положениях и определенных замечаниях к ее содержанию:

1. В первом подразделе работы целесообразно было дать авторское определение «комплекс маркетинга некоммерческих образовательных организаций» с указанием специфики использования данного термина именно для образовательных учреждений.

2. В работе автор совершенно справедливо делает акцент на необходимости развития маркетинга отношений в практике функционирования некоммерческих образовательных организаций. Между тем по тексту работы вопросы взаимодействия и развития отношений в системе образования ограничиваются только социальным партнерством, тогда как в этом контексте следовало обратить внимание на политику внутреннего маркетинга некоммерческих образовательных организаций, а также формирование лояльности обучающихся к образовательным учреждениям.

3. Во втором разделе диссертационной работы при проведении маркетинговых исследований автором недостаточно полно рассмотрена маркетинговая политика некоммерческих образовательных организаций.

4. Представленный в подразделе 2.3 подход к оценке уровня конкурентоспособности образовательной услуги целесообразно было апробировать на примере образовательных учреждений Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики.

5. Представленные в работе рекомендации по повышению эффективности маркетинга некоммерческих образовательных организаций следовало систематизировать и представить в виде маркетинговой программы развития некоммерческих образовательных организаций.

Наличие указанных замечаний не меняет положительное впечатление от работы и не снижает теоретическую и практическую значимость диссертации.

**Заключение о соответствии диссертации критериям,
установленным п 2.2 Положения о присуждении ученых степеней**

Научные положения, разработки, результаты, выводы и рекомендации, выносимые на защиту, получены автором самостоятельно. Содержание автореферата и основные положения диссертации идентичны. Работа полно и достоверно отражает основные положения диссертации. Текст диссертации изложен научным стилем, грамотным языком.

Диссертационная работа Иванченко Виктора Яковлевича на тему «Маркетинг некоммерческих образовательных организаций» представляет собой завершённое исследование, в котором получены новые научные положения, разработаны методические основы, обоснованы практические рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности некоммерческих образовательных организаций. По своей структуре, объёму и оформлению диссертация соответствует требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Денисенко Игорь Анатольевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных

Официальный оппонент:
доктор экономических наук,
профессор, профессор кафедры
«Техносферная безопасность»
ФГБОУ ВО «Луганский государственный
университет имени Владимира Даля»



И.А. Денисенко

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»
Почтовый адрес: 291034, Луганская Народная Республика, г.о. Луганский, г. Луганск, квартал Молодежный, 20А
Телефон: +7 (857) 234-48-18
E-mail: dahl.univer@yandex.ru
Сайт: <http://dahluniver.ru>



Подпись подтверждаю
Начальник ОК
Тепанова Ю.А.