

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу
Иванченко Виктора Яковлевича
на тему: «МАРКЕТИНГ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(маркетинг)

Актуальность выбранной темы

В последние годы происходит активное внедрение в некоммерческую деятельность различных маркетинговых элементов, что связано с возрастающей потребностью применения маркетинга в деятельности общественных институтов, органах государственного и муниципального управления, при осуществлении деятельности различными фондами и некоммерческими организациями. Маркетинговая деятельность некоммерческих организаций приобретает огромную экономическую и социальную значимость, направленную на решение важнейших проблем общества. И логическим итогом такой деятельности выступает удовлетворение ключевых общественных потребностей. Именно поэтому, маркетинговая деятельность играет основополагающую роль в обеспечении рыночного взаимодействия всех функционирующих субъектов.

Современные условия диктуют организациям новые правила и доказывают необходимость и возможность использования маркетинговых подходов на пути реализации стратегических целей. Основная цель некоммерческого маркетинга заключается в наиболее полном удовлетворении образовательной потребности общества.



Все перечисленное свидетельствует об актуальности диссертационной работы Иванченко Виктора Яковлевича на тему: «Маркетинг некоммерческих образовательных организаций».

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций

В диссертации основные выводы и предложенные рекомендации подтверждены наличием результатов глубокого исследования фундаментальных и современных теорий, прикладных работ отечественных и зарубежных исследователей по проблемам развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций.

Методологическим базисом диссертационной работы стала совокупность основных способов и приемов научного исследования и научного познания, традиционные общенаучные и специальные аналитические методы для решения научных задач диссертационной работы, использованные с целью тщательного и детального анализа развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций.

Информационной основой научного исследования стали нормативно-правовые и законодательные акты, регламентирующие процесс регулирования деятельности некоммерческих образовательных организаций, развития маркетинга в целом, статистическая отчетность и результаты хозяйственной деятельности образовательных организаций Донецкой Народной Республики, результаты опроса школьников, обучающихся, родителей и экспертные оценки качества предоставляемых образовательных услуг.

При написании работы автором были использованы научные методы решения поставленных задач: терминологического, структурно-логического анализа и системно-исторического подхода; метод аналогии, метод синтеза, метод обобщения, метод группировки; логического анализа и социологических опросов; экспертной оценки; экономико-статистические

методы; табличный и графический методы. Обработка данных осуществлялась с использованием современных информационных технологий и программного обеспечения.

Целью диссертационной работы является обоснование теоретических и научно-методологических положений и практических рекомендаций по развитию маркетинга некоммерческих образовательных организаций. Для достижения поставленной цели в работе были сформулированы и достигнуты ряд задач.

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.).

Основные положения, выносимые на защиту, прошли успешную апробацию в рамках двадцати международных научно-практических конференций. По результатам исследования опубликовано 29 работ, в том числе 9 статей в рецензируемых научных изданиях. Общий объем публикаций составляет 3,7 печ. л., из которых 7,19 печ. л. принадлежат лично автору.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций

Диссертационная работа Иванченко Виктора Яковлевича на тему: «Стратегии маркетинга замороженных продуктов в ритейле» выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). Изучение диссертационной работы позволяет утверждать, что работа выполнена автором самостоятельно на высоком теоретическом и методическом уровне, о чем свидетельствуют полученные научные результаты.

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

В работе определено, что некоммерческая образовательная организация, созданная с целью осуществления образовательного процесса, направленного на воспитание и обучение граждан посредством реализации установленных образовательных программ, не может полноценно функционировать на рынке без реализации основных принципов маркетинга. Использование разработанных технологий маркетинга некоммерческих образовательных организаций позволит интегрировать человеческие, материально-технические, финансовые, информационные и другие ресурсы образовательного учреждения для обеспечения всестороннего использования потенциала НКО.

Заслуживает внимания, разработанная автором модель организации кастомизации как инструмента индивидуализации обучения, которая включает технологии на основе интеллектуального анализа моделей обучения: адаптивных тестов; моделирования курсов (максимальное дробление на

модули для точного определения пробелов в знаниях); самостоятельного выбора обучающимся траектории обучения; дополнительных модулей для элитной подготовки (исследовательской и проектной деятельности).

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

С помощью маркетинговых исследований деятельности некоммерческих образовательных организаций проведен сбор и обработка информации об образовательных учреждениях и рынках, потребителях, конкурентах, состоянии маркетинговой среды. Статистические данные свидетельствуют, что последние годы количество учебных заведений уменьшается, а количество обучающихся значительно увеличивается, что создает конкурентную среду.

Несомненно, вызывает научный интерес, предложенный автором механизм развития некоммерческих образовательных организаций с целью дальнейшего использования при формировании концепции развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций. Разработанный механизм развития некоммерческих образовательных организаций включает научно-методический инструментарий оценки эффективности деятельности образовательных организаций и базируется на комплексе маркетинга 4P.

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

Следует отметить научную новизну предложенной организационной модели 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.

Научной новизной отличается дескриптор эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций. Дескриптор эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций основан на процессах концентрации, дифференциации, интеграции в образовательное пространство в условиях развития цифровой экономики, когда преобладают цифровые, стриминговые технологии и учитывается принцип кастомизации в образовании.

Диссертационная работа Иванченко Виктора Яковлевича по содержанию, логике и структуре является завершенной, самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой на актуальную и современную тему.

Личный вклад в работах, опубликованных в соавторстве, указан в списке работ, представленных по теме диссертации. Соискателем получены обоснованные результаты по решению актуальной задачи по совершенствованию теоретических и научно-методологических положений и практических рекомендаций по развитию маркетинга некоммерческих образовательных организаций.

Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы

Положительно оценивая результаты диссертационной работы Иванченко Виктора Яковлевича на тему: «Маркетинг некоммерческих образовательных организаций», следует остановиться на дискуссионных положениях и определенных замечаниях к ее содержанию:

1. В первом разделе работы следовало уделить больше внимания теоретическому анализу современных технологий обучения, в том числе индивидуальной образовательной траектории обучения.

2. Во втором разделе диссертации автору целесообразно было уделить больше внимания анализу рынка образовательных услуг высшего образования Донецкой Народной Республики, а не только организациям, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам начального, основного и среднего общего образования, что позволило бы получить более полное представление о состоянии и перспективных направлениях для развития.

3. В работе автор делает акцент на необходимость формирования имиджа некоммерческих организаций, однако вопросы имиджевой стратегии не рассмотрены.

4. В третьем разделе представлена организационная модель развития некоммерческих образовательных организаций. При разработке маркетингово-ориентированных условий развития некоммерческих образовательных организаций автор предлагает среди комплекса мер - формирование престижа маркетинга некоммерческих образовательных учреждений в системе социального партнерства с целью формирования имиджа и общественного мнения об учреждении и социальном партнере. Целесообразно дополнить конкретизацией мероприятий по формированию престижа маркетинга.

5. Автор в работе предлагает использовать для оценки конкурентоспособности предоставляемой образовательной услуги качественные и стоимостные показатели, однако методика расчета не представлена.

Приведенные замечания носят преимущественно дискуссионный характер и не влияют на степень обоснованности выводов и защищаемых положений диссертационной работы.

**Соответствие работы требованиям, предъявляемым к диссертациям
«Положением о присуждении ученых степеней»**

Содержание автореферата соответствует содержанию диссертационной работы и полностью освещает ее основные научные и практические положения.

Тема и содержание диссертации соответствует паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Научная новизна результатов диссертационной работы, их внедрение в практическую деятельность и учебный процесс, публикации основного содержания исследования в научных трудах дают основание для вывода о том, что диссертационная работа Иванченко Виктора Яковлевича на тему «Маркетинг некоммерческих образовательных организаций» по своей структуре, объему и оформлению соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Комарницкая Елена Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент:
кандидат экономических наук (специальность:
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством, в т.ч. маркетинг),
доцент кафедры менеджмента
ГОУ ВПО «ДОННУ»

Е.В. Комарницкая

Контактные данные:
283001, ДНР, г. Донецк,
ул. Университетская, 24
e-mail donnu.ect@mail.ru
тел. +7 949 37 33 841

КОЛЛЕКСЬ
ЗАВЕРЯЮ

