

**Заключение диссертационного совета Д 02.2.008.03 на базе
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства науки и
высшего образования Российской Федерации по диссертации на соискание
ученой степени кандидата экономических наук**

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета Д 02.2.008.03 от 16.05.2023 г. № 14

О ПРИСУЖДЕНИИ

Иванченко Виктору Яковлевичу, гражданину Российской Федерации,
ученой степени кандидата экономических наук

Диссертация «Маркетинг некоммерческих образовательных организаций» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) принята к защите «13» марта 2023 г., протокол №8 диссертационным советом Д 02.2.008.03 на базе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, 83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 1153 от 16.12.2023 г.

Соискатель Иванченко Виктор Яковлевич 1963 года рождения.

В 1984 году окончил Донецкий Государственный университет и Высшие курсы иностранных языков им. Мориса Тореза (английское отделение) при Киевском государственном университете им. Т. Шевченко. С 2017 по 2021 г. обучался в аспирантуре ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг). В 2021-2022 гг. прошел профессиональную переподготовку в Центре дополнительного профессионального образования ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени

Михаила Туган-Барановского» по программе «Экономика (Профиль: Маркетинг)».

Работает в должности старшего преподавателя кафедры лингводидактики Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Диссертация выполнена на кафедре маркетинга и торгового дела Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный руководитель – кандидат экономических наук, Мелентьева Оксана Владимировна, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Официальные оппоненты:

Денисенко Игорь Анатольевич, доктор экономических наук, профессор, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», профессор кафедры «Техносферная безопасность»;

Комарницкая Елена Владимировна – кандидат экономических наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет», доцент кафедры менеджмента

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация - Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный аграрный университет» в своем положительном заключении,

подписанном Шевченко Марией Николаевной, доктором экономических наук, профессором, член-корреспондентом Международной Академии науки и практики организации производства, деканом факультета экономики и управления АПК, заведующим кафедрой аграрной экономики, управления и права, и утвержденном ректором, кандидатом технических наук, доцентом Матвеевым Вадимом Петровичем указала, что диссертация представляет собой законченную научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему; научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены автором лично; выводы и рекомендации достаточной обоснованы; язык диссертации лаконичен, корректен, понятен и соответствует современным научным нормам; научный уровень выполненного исследования и содержание работы свидетельствуют о глубоком знании автором предмета исследования, владении методическим аппаратом, умении дать критическую оценку большому объему научной информации, навыкам обработки статистических и анкетных данных, опыту использования в работе научного аппарата экономических наук и умение использовать в ходе исследования современные компьютерные программы и технологии. Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), отвечает требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней.

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.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Иванченко, В.Я. Социальное партнерство в сфере образования между субъектами некоммерческого маркетинга / О.В. Мелентьева, В.Я. Иванченко // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3'(43), т. 2. – С. 34-40. *Личный вклад: определена роль образовательных учреждений в сфере услуг как субъекта некоммерческого*

маркетинга, выделены принципы развития социального партнерства в сфере образования.

2. Иванченко, В.Я. Особенности внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций / О.В. Мелентьева, В.Я. Иванченко // *Инновационное развитие экономики.* – 2018. – Вып. 3 (45). – С. 56-59. *Личный вклад: проанализированы способы проверки эффективности инноваций в образовании, определены преимущества и недостатки внедрения популярных инновационных технологий в образование.*

3. Иванченко, В.Я. Маркетинговые исследования в деятельности некоммерческих образовательных организаций / О.В. Мелентьева, В.Я. Иванченко // *Торговля и рынок.* – 2019. – Вып. 2'(50). – С. 98-104. *Личный вклад: определена роль маркетинговых исследований в деятельности некоммерческих образовательных организаций; систематизирована информация и сгруппированы в классификацию образовательные организации (учреждения); рассмотрены и сгруппированы основные элементы маркетинговых исследований в деятельности некоммерческих образовательных организаций.*

4. Иванченко, В.Я. Образовательная интенция в деятельности образовательных организаций: новое в теории / О.В. Мелентьева, В.Я. Иванченко // *Торговля и рынок.* – 2019. – Вып. 4'(52), т. 2. – С. 133-138. *Личный вклад: представлено детальное описание эволюции понятия «интенция» и дано авторское определение нового понятия «образовательная интенция» в контексте универсалии «образование».*

5. Иванченко, В.Я. Концепция развития маркетинга некоммерческих организаций. / О.В. Мелентьева, В.Я. Иванченко // *Инновационное развитие экономики.* – 2020. – Вып. 6 (60). – С. 409-418. *Личный вклад: усовершенствован научно-методический подход к организации маркетинговых исследований деятельности некоммерческих образовательных организаций; предложена авторская разработка концепции развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций.*

6. Иванченко, В.Я. Дистанционные технологии в деятельности некоммерческих образовательных организаций / О.В. Мелентьева, В.Я. Иванченко // Торговля и рынок. – 2020. – Вып. 4'(56), т. 1. – С. 177-182. *Личный вклад: рассмотрены вопросы внедрения EdTech-сегмента в систему образования некоммерческих образовательных организаций при использовании дистанционных технологий; усовершенствовано толкование понятия «технология дистанционного образования» как способа реализации процесса обучения через инновационную систему форм, методов и средств, обеспечивающую наиболее эффективное достижение поставленных целей.*

7. Иванченко, В.Я. Траектория повышения эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций / В.Я. Иванченко // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 4'(60), т. 2, ч. 2. – С. 107-113.

8. Иванченко, В.Я. Кастомизация как инструмент индивидуализации обучения в условиях интеграции образовательных организаций. / В.Я. Иванченко // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Вып. 3 (100), т. 16. – С. 121-132.

9. Иванченко, В.Я. Фасилитация как вид педагогического взаимодействия – инновационный приоритет развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций / В.Я. Иванченко // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. 1'(61). – С. 117-123.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры экономики и финансов ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» (г. Сочи) Гварлиани Татьяны Евгеньевны. Отзыв положительный. Замечание: следует отметить целесообразность более подробного представления процесса формирования цифровой образовательной модели и формирования цифровой образовательной платформы на рисунке 8 «Дескриптор эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций».

2. Отзыв доктора экономических наук, доцента, заведующего кафедрой менеджмента строительных организаций ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» (г. Макеевка) Иванова Михаила

Федоровича. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате на рисунке 5 «Механизм развития некоммерческих образовательных организаций» (с. 14) блок «Продвижение» целесообразно было бы дополнить таким направлением, как образовательный фандрайзинг, который определяется как деятельность по привлечению ресурсов на некоммерческие проекты; 2) в автореферате (рис. 6 «Структурно-функциональная модель внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций») требует дополнительного пояснения возможность применения такого метода, как метод кусочного внедрения в деятельности некоммерческих образовательных организаций (с. 17).

3. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры менеджмента и бизнеса ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет» (г. Йошкар-Ола) Суворовой Алевтины Павловны. Отзыв положительный. Замечания: 1) из текста автореферата не ясно, какие именно нормативно-правовые акты, регламентирующие развитие образовательных организаций в Донецкой Народной Республике, были использованы соискателем в процессе проведения исследования; 2) целесообразно было бы включить на рисунке 3 «Механизм развития некоммерческих образовательных организаций» (с. 14) в блок «Комплекс маркетинга» ценовую политику в системе продвижения образовательных услуг.

4. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры маркетинга ФГБОУ ВО «Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова» (г. Белгород) Стариковой Марии Сергеевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 9, рис. 1 представлена модель организации кастомизации как инструмента индивидуализации обучения. При формировании интеллектуального анализа моделей обучения необходимо было уточнить, каким образом формируются дополнительные модули для элитной подготовки, что включает в себя данный раздел обучения; 2) на стр. 12 автореферата автор ссылается на проведение маркетинговых исследований деятельности некоммерческих образовательных организаций, следовало уточнить, какие именно методы были использованы и с какой целью.

5. Отзыв кандидата экономических наук, доцента, декан факультета «Инфраструктура и экономика железнодорожного транспорта», доцента кафедры «Экономика и менеджмент» ГБОУ ВО «Донецкий институт железнодорожного транспорта» (г. Донецк) Ордашевской Ирины Викторовны. Отзыв положительный. Замечание: автор, решая заявленные в диссертации задачи, выстраивает модели и схемы совершенствования образовательных организаций, но при этом не формулирует варианты реализации активно внедряемых программ сетевого взаимодействия и сотрудничества между субъектами рынка образовательных услуг. Между тем, следует отметить приоритетность и перспективы внедрения сетевого взаимодействия в межрегиональных интеграционных процессах, основанных на все возрастающем сетевом характере социально-экономического взаимодействия субъектов. В контексте цели предложенного исследования считаем целесообразным проведение категориального анализа сетевого взаимодействия, результаты которого существенно дополнили бы разработку.

6. Отзыв кандидата экономических наук, доцента, доцента кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Вятский государственный агротехнологический университет «РИНХ»)» (г. Киров) Жуковой Юлии Сергеевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) в исследовании не рассматриваются количественные параметры спроса и предложения образовательных услуг (границы рынка образовательных услуг и его сегментов); автором не проанализировано рассогласование рынка труда и рынка образовательных услуг; 3) не приведен критерий разграничения, в соответствии с которым потребители образовательных услуг и продуктов, относящиеся традиционно к субъектам внешней маркетинговой среды, становятся субъектами внутренней маркетинговой среды.

7. Отзыв кандидата экономических наук, старшего научного сотрудника, заведующего отделом финансово-экономических исследований ГБУ «Институт экономических исследований» (г. Донецк) Матюшина Алексея Валериевича. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате следовало бы отразить особенности интеграционных процессов, которые происходят в системе

образования и в деятельности некоммерческих образовательных организаций в Донецкой Народной Республике; 2) при формировании дескрипторов эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций (рис. 8) целесообразно было бы более подробно описать дескрипторы для цифровой образовательной модели и цифровой образовательной платформы.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны: концепция развития маркетинга некоммерческих организаций, структурно-функциональная модель внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций, организационная модель развития некоммерческих образовательных организаций;

предложены модель организации кастомизации как инструмента индивидуализации обучения, дескриптор эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций, механизм развития некоммерческих образовательных организаций;

доказаны: целесообразность использования маркетингового подхода к совершенствованию деятельности некоммерческих образовательных организаций;

введены: в понятийно-категориальный аппарат уточнения понятия: «маркетинг некоммерческих образовательных организаций», «фасилитация», «образовательная интенция».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказана: значимость кастомизации в создании уникальной возможности приведения характеристик образовательного продукта в соответствие с запросами потребителя;

для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач в диссертационной работе результативно *использованы* следующие общенаучные и специальные методы: терминологического, структурно-логического анализа и системно-исторического подхода, метод аналогии, метод синтеза, метод обобщения, метод группировки; методы логического анализа и социологических опросов; экспертной оценки; экономико-статистические методы, табличный и графический методы;

изложены: концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблемами развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций;

раскрыты: сущность и специфика маркетинга некоммерческих образовательных организаций; кастомизация как инструмент индивидуализации обучения, инновационные технологии в деятельности некоммерческих образовательных организаций;

изучены: тенденции развития рынка образовательных услуг; условия и направления социального партнерства в деятельности некоммерческих образовательных организаций;

проведена модернизация: инструментария индивидуализации обучения, включающего 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).

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены: траектория повышения эффективности деятельности некоммерческих организаций, основанная на процессах концентрации, дифференциации, интеграции в образовательное пространство Российской Федерации в условиях развития цифровой экономики (справка № 106

от 21.06.2022 г. от Муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Многопрофильный лицей № 1 г. Донецка»);

определены: возможности реализации теоретических разработок по основным положениям диссертационной работы в учебном процессе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего 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.);

созданы: комплекс рекомендаций по организации кастомизации, как инструмента индивидуализации обучения (адаптивные тесты, моделирование курса, самостоятельный выбор обучающимися траектории обучения, дополнительные модули для практической подготовки, обучающие тренинг-семинары для отработки практических навыков (справка от Государственного профессионального образовательного учреждения «Донецкий колледж технологии и дизайна» № 701 от 23.09.2022 г.);

представлены: рекомендации по повышению эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций, в частности модель некоммерческого маркетинга, учитывающая степень вовлечения потенциального потребителя некоммерческого продукта; маркетинговая модель управления развитием образовательных учреждений; система технологий активных методов обучения (справка от Муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Школа № 58 г. Донецка» № 512 от 15.09.2022 г.).

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория: исследование основывается на обобщении теоретических разработок ведущих ученых по проблемам развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций, а также репрезентативных данных, полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками и опубликованными официальными данными по теме диссертации, с выводами, полученными другими авторами;

идея базируется: на научных положениях фундаментальных и прикладных исследований, научных разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам развития и внедрения маркетинга;

использованы: результаты сравнительного анализа полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами;

установлено: качественное совпадение ряда результатов, полученных автором в ходе исследования, с результатами, представленными в других научных источниках по данной тематике;

использованы: современные методики сбора и обработки исходной информации с помощью пакета прикладных программ Microsoft Office.

Личный вклад соискателя состоит в: обосновании цели, задач, теоретического, методологического и практического базисов исследования, личном участии в проведении всех этапов процесса подготовки диссертационной работы, непосредственном участии в сборе информации, ее обработке и интерпретации полученных конкретных научных результатов, личном участии в апробации результатов исследования и разработке научных и практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности некоммерческих образовательных организаций, подготовке публикаций по теме исследования. Лично соискателем: рассмотрено значение и специфика маркетинга некоммерческих образовательных организаций; сформирована модель организации кастомизации как инструмента индивидуализации обучения; разработана концепция развития маркетинга некоммерческих образовательных организаций; проведен анализ деятельности некоммерческих образовательных организаций; разработан механизм инновационного развития некоммерческих образовательных организаций; разработана структурно-функциональная модель внедрения инноваций в деятельность некоммерческих образовательных организаций; предложена организационная модель развития некоммерческих образовательных организаций; сформирован дескриптор эффективности деятельности некоммерческих образовательных организаций.

На заседании 16.05.2023 года диссертационный совет Д 02.2.008.03 принял решение присудить Иванченко Виктору Яковлевичу ученую степень кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

При проведении открытого голосования диссертационный совет в количестве 22 человека, из них 9 докторов наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), участвовавших в заседании, из 28 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «22», против – «нет», воздержались – «нет».

Председатель

диссертационного совета Д 02.2.008.03

д.э.н., профессор

Е.М. Азарян

Ученый секретарь

диссертационного совета Д 02.2.008.03

д.э.н., доцент

А.Н. Германчук

«16» мая 2023 г.