

**Заключение диссертационного совета Д 01.004.01 на базе  
Государственной организации высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки  
Донецкой Народной Республики по диссертации на соискание ученой  
степени кандидата экономических наук**

аттестационное дело № \_\_\_\_\_

решение диссертационного совета Д 01.004.01 от 29.03.2022 г. № 10

**О ПРИСУЖДЕНИИ**

Казаковой Ксении Сергеевне

ученой степени кандидата экономических наук

Диссертация «Маркетинг некоммерческих организаций» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: по отраслям сферы деятельности (в т. ч.: маркетинг ) принята к защите «20» января 2022 г., протокол № 3 диссертационным советом Д 01.004.01 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 № 630 от 01.10.2015 г.

Соискатель Казакова Ксения Сергеевна 1992 года рождения.

В 2018 году окончила Государственную организацию высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по специальности «Туризм» и получила квалификацию магистр по направлению подготовки «Туризмоведение». В 2021 году окончила аспирантуру Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

С 2018 года работает старшим преподавателем кафедры туризма Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Диссертация выполнена на кафедре туризма Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор, Ангелина Ирина Альбертовна, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», заведующий кафедрой туризма.

Официальные оппоненты:

Петенко Ирина Валентиновна, доктор экономических наук, профессор, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет», профессор кафедры маркетинга и логистики;

Пушкарева Наталья Александровна, кандидат наук по государственному управлению, доцент, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры», доцент кафедры менеджмента строительных организаций

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация - Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет» в своем положительном заключении, подписанном Хоменко Яной Владимировной, доктором экономических наук, профессором кафедры экономической теории и государственного управления, и утвержденном врио ректора, кандидатом технических наук, доцентом Каракозовым Артуром

Аркадьевичем, указала, что диссертация представляет собой законченную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Обоснованность и достоверность научных положений и выводов соискателя подтверждается анализом структуры работы, логики изложения, методики проведения исследования, соответствием общепринятым теоретическим положениям и эмпирическим данным, полнотой информационной базы и степенью апробации. Логика изложения прозрачна, используемые диссертантом аргументы представляются убедительными. Новые научные результаты, полученные соискателем, имеют существенное значение для отечественной науки и практики. Автореферат отражает содержание диссертации. Научные положения, выносимые на защиту, достаточно полно отражены в опубликованных автором научных работах. Диссертация соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 16 научных работах, среди которых 1 коллективная монография, 10 статей в рецензируемых научных изданиях, 5 работ апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 7,35 печ.л., из них 5,68 печ.л. принадлежат лично автору.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Казакова, К. С. Диагностика составляющих маркетинга некоммерческих организаций на примере Учреждения Дополнительного Образования «Донецкий Республиканский Центр туризма и краеведения учащейся молодежи» / И. А. Ангелина, К. С. Казакова // Вестник ДонНУ. Серия В: Экономика и право. – 2019. – № 3. – С. 16-26.

*Личный вклад: проведена диагностика составляющих маркетинга НКО и определены маркетинговые коммуникации как инструмент повышения эффективности работы НКО на примере УДО «ДонРЦТК».*

2. Казакова, К. С. Экономическая сущность и особенности маркетинга некоммерческих организаций / И. А. Ангелина, К. С. Казакова // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2020. – № 3(34). – С. 125-131.

*Личный вклад: проведен контент-анализ термина «маркетинг некоммерческих организаций» и дано авторское определение.*

3. Казакова, К. С. Анализ деятельности некоммерческих организаций на основе бенчмаркинга / К. С. Казакова // Торговля и рынок. – 2020. – №4 (56). Том 2, ч. 2. – С. 110-121.

4. Казакова, К. С. Концептуальные основы маркетинга некоммерческих организаций / К. С. Казакова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. –Том 11. № 2А. – С. 115-126.

5. Казакова, К. С. Модель управления маркетингом некоммерческих организаций / И. А. Ангелина, К. С. Казакова // Вестник ДонНУ. Серия В: Экономика и право. – 2021. – № 2. – С. 3-17.

*Личный вклад: построена модель управления маркетингом некоммерческих организаций, выявлены элементы внешней маркетинговой среды функционирования и составляющие контроля в системе маркетингового планирования НКО.*

6. Казакова, К. С. Анализ влияния маркетинговых факторов на социальный эффект некоммерческих организаций / К.С. Казакова // Вести Автомобильно-дорожного института». – 2021. – № 2 (37). – С. 135-146.

7. Казакова, К. С. Научно-методический подход к оценке маркетинга некоммерческих организаций на основе многофакторной модели / И. А. Ангелина, К.С. Казакова // Торговля и рынок. – 2021. – № 2 (58). – С. 35-45.

*Личный вклад: разработан научно-методический подход к оценке маркетинга НКО на основе многофакторной модели.*

8. Казакова, К. С. Механизм реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций / К. С. Казакова // Сборник научных работ серии «Финансы, учёт, аудит» / ГОУ ВПО «ДОНАУИГС». – Донецк. – 2021. – № 2 (37). – С. 76-87.

9. Казакова, К. С. Классификация некоммерческих организаций / К. С. Казакова // Торговля и рынок. – 2021. – №3 (59). Т. 2. – С. 151-159.

10. Казакова, К.С. Нормативно-правовое регулирование деятельности

некоммерческих организаций в Донецкой Народной Республике / И.А. Ангелина, К.С. Казакова // Торговля и рынок. – 2020. – №2 (54). – С. 31-38.

*Личный вклад: составлены основные направления государственного регулирования деятельности некоммерческих организаций и разработана схема регулирования деятельности некоммерческих организаций.*

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры экономики и финансов ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» (РФ, г. Сочи) Гварлиани Татьяной Евгеньевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 6 автореферата добавленные классификационные признаки целесообразно было представить в общей классификации НКО в виде таблицы или рисунка; 2) в автореферате целесообразно было бы привести в первом разделе «Социально-экономические предпосылки развития маркетинга некоммерческих организаций» классификацию предпосылок развития маркетинга некоммерческих организаций.

2. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доцентом, проректором, заведующим кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики» (ДНР, г. Донецк) Барышниковой Лёлей Петровной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 10 автором дано авторское определение понятию «бенчмаркинг НКО», однако не отмечено, чем отличается данное определение от уже существующих; 2) автору следовало кратко описать предложенную структуру маркетингового портала для НКО, представленную на рис. 9.

3. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой аграрной экономики, управления и права ГОУ ВО «Луганский государственный аграрный университет» (ЛНР, г. Луганск) Шевченко Марией Николаевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на странице 20 построена эконометрическая модель, однако в тексте автореферата не обоснован выбор этого метода математической статистики; 2) в таблице 6 – Исходные

данные для проведения корреляционно-регрессионного анализа не уточнено, каким образом были получены значения социального эффекта, автору все же следовало бы кратко пояснить принцип выставления балльной оценки уровню социального эффекта.

4. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой финансов и кредита ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» (ЛНР, г. Луганск) Салитой Светланой Викторовной. Отзыв положительный. Замечания: 1) не указаны принципы выбора респондентов для проведения исследования; 2) в работе требуют дополнительного обоснования предложенные показатели критерии конкурентоспособности (табл. 4).

5. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, профессором, заведующим кафедрой маркетинга ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (РФ, г. Москва) Зобовым Александром Михайловичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) не прослеживается обоснование выбора некоммерческих организаций Донецкой Народной Республики для оценки их деятельности на основе бенчмаркинга (стр. 12); 2) на основе проведения корреляционно-регрессионного анализа следовало бы выделить эталонную некоммерческую организацию, осуществляющую маркетинговую деятельность.

6. Отзыв, подписанный доктором технических наук, профессором, заведующим кафедрой менеджмента организаций Автомобильно-дорожный институт ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» (ДНР, г. Горловка) Мельниковой Еленой Павловной. Отзыв положительный. Замечания: 1) следовало бы уточнить, кто выступал в роли экспертов при оценке конкурентоспособности деятельности центров туризма и краеведения; 2) целесообразно было бы больше внимания уделить факторам, влияющим на главный показатель деятельности некоммерческих организаций — социальный эффект.

7. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента ФГАОУ ВО «Крымский федеральный

университет имени В. И. Вернадского» (РФ, г. Севастополь) Цыбульской Людмилой Алексеевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) целесообразно было бы дополнить понятийно-категориальный аппарат НКО за счет выделения и обоснования определений «маркетинг» и «некоммерческая организация»; 2) на стр. 14-15 автореферата целесообразно было графически представить ранжирования показателей влияния маркетинговых факторов на уровень социального эффекта НКО по мере снижения их относительной важности.

8. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, доцентом кафедры менеджмента и экономики ФГАОУ ВО «Донской государственный технический университет» Ивановой Еленой Анатольевной (РФ, г. Ростов-на-Дону). Отзыв положительный. Замечания: 1) следует конкретизировать какие факторы маркетинга использовались в многофакторной линейной модели; 2) на рисунке 3 «Методика проведения оценки деятельности НКО на основе бенчмаркинга» следовало бы указать инструменты проведения бенчмаркинга НКО.

9. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, начальником кафедры экономики, бухгалтерского учета и аудита ГБУ ВО «Академия МВД ДНР имени Ф. Э. Дзержинского» Железняк Валерией Юрьевной (ДНР, г. Донецк). Отзыв положительный. Замечания: 1) целесообразно детализировать практический блок рисунка 3 - Методика проведения оценки деятельности НКО на основе бенчмаркинга, что только бы улучшило содержание работы; 2) нуждаются в уточнении элементы алгоритма проведения анализа влияния маркетинговых факторов внутренней среды на социальный эффект деятельности НКО.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: 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:* концептуальная схема маркетинга некоммерческих организаций; механизм реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций; научно-методический подход к оценке маркетинга некоммерческих организаций на основе многофакторной модели;

*предложены:* методика проведения оценки деятельности некоммерческих организаций на основе бенчмаркинга; уточненная классификация некоммерческих организаций; модель управления маркетингом некоммерческих организаций;

*доказаны:* целесообразность научного обогащения теоретико-методического базиса маркетинга некоммерческих организаций на основе разработки и обоснования модели управления маркетингом некоммерческих организаций и разработки механизма реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций;

*введены:* уточненные понятия категорий: «маркетинг некоммерческих организаций», «бенчмаркинг некоммерческих организаций», «управление маркетингом некоммерческих организаций», «некоммерческие организации одинаковой направленности».

**Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:**

*доказана:* необходимость совершенствования механизма формирования и реализации планов развития маркетинга НКО в современных условиях;

для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач *использованы* общенаучные и специальные методы исследования: проблемно-ориентированный метод; методы анализа и синтеза, индукции и дедукции; комплексный подход; системный подход; метод SWOT-анализа; методы анкетирования, экспертного опроса; экономико-математическое моделирование; графический метод;

*изложены:* научные труды и теоретические разработки российских и зарубежных ученых в области маркетинга некоммерческих организаций, управления маркетингом, а также результаты опросов респондентов,



информационные материалы статистических, справочных, периодических и цифровых изданий, Интернет-ресурсы, материалы научно-практических конференций;

*раскрыты:* методические основы совершенствования маркетинга некоммерческих организаций» на основе построения модели управления маркетингом некоммерческих организаций, разработки механизма реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций и научно-методического подхода к оценке маркетинга некоммерческих организаций на основе многофакторной модели;

*изучены:* особенности маркетинга некоммерческих организаций Донецкой Народной Республики;

*проведена модернизация:* методики проведения оценки деятельности некоммерческой организации на основе бенчмаркинга; механизма реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций; модели управления маркетингом некоммерческих организаций; классификации некоммерческих организаций.

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

*разработаны и внедрены:* направления повышения эффективности управления маркетингом в некоммерческих организациях Донецкой Народной Республики, что положено в основу госбюджетной темы Г-2019-7 «Использование туристско-рекреационного потенциала в экономическом развитии региона» и разработан механизм реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций, что положено в основу хоздоговорной темы №097хт/2021 «Разработка механизма реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций», в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»;

*определены:* возможности реализации отдельных теоретических положений и материалов исследования в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий

национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в ходе преподавания дисциплин: «Маркетинг», «Специализированный туризм», «Спортивный туризм», «Пешеходный туризм» (справка № 02.01/1095 от 26.04.2021 г.);

*созданы:* рекомендации по разработке и внедрению концептуальных основ маркетинга некоммерческих организаций (справка о внедрении отдела молодежной политики администрации г. Донецка № 208/01-23 от 07.07.2021 г.);

*представлены:* модель управления маркетингом некоммерческих организаций (справка о внедрении учреждения дополнительного образования «Донецкий Республиканский Центр туризма и краеведения учащейся молодежи» № 246 от 31.05.2021 г.); механизм реализации концепции маркетинга некоммерческих организаций. (справка о внедрении учреждения дополнительного образования «Донецкий Республиканский Дворец детского и юношеского творчества» № 163 от 07.07.2021 г.); методика проведения оценки деятельности некоммерческой организации на основе бенчмаркинга (справка о внедрении коммунального учреждения Дворец культуры «Лидиевка» № 56 от 02.06.2021 г.).

#### **Оценка достоверности результатов исследования выявила:**

*теория:* исследования основывается на обобщении теоретических разработок ведущих ученых по проблемам маркетинга некоммерческих 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 фундаментальных положениях маркетинга, менеджмента, научных разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам в области маркетинга некоммерческих организаций, управления маркетингом, а также на результатах опроса респондентов, информационных материалах статистических, справочных, периодических и цифровых изданий, Интернет-ресурсах, материалах научно-практических конференций;

*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, обработка данных осуществлялась с использованием программного обеспечения Microsoft Excel для Windows и пакета прикладных программ STATISTICA.

**Личный вклад соискателя в получении результатов, изложенных в диссертации,** состоит в обосновании цели, задач, методов исследования, связанных с разработкой концептуально-теоретических положений, методических основ и практических рекомендаций по вопросам формирования и реализации маркетинга некоммерческих организаций; систематизации, анализе и обобщении теоретического и практического материала по проблемам маркетинга некоммерческих организаций, усовершенствовании научно-методического подхода к оценке маркетинга некоммерческих организаций; апробации полученных результатов исследования; личном участии в обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования. Лично соискателем исследованы теоретические основы маркетинга некоммерческих организаций; выявлены и обоснованы факторы, влияющие на развитие маркетинга некоммерческих организаций, рассмотрено нормативно-правовое регулирование их деятельности; разработана концептуальная схема маркетинга некоммерческих организаций; проведена диагностика составляющих маркетинга некоммерческих организаций; дана оценка деятельности некоммерческих организаций на основе бенчмаркинга; проведен анализ влияния маркетинговых факторов на социальный эффект деятельности некоммерческих организаций; построена модель управления маркетингом некоммерческих организаций; разработан механизм реализации маркетинга некоммерческих организаций; разработан научно-методический подход к оценке маркетинга некоммерческих организаций на основе

многофакторной модели.

На заседании 29.03.2022 года диссертационный совет Д 01.004.01 принял решение присудить Казаковой Ксении Сергеевне ученую степень кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

При проведении открытого голосования диссертационный совет в количестве 19 человек, из них 8 докторов наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), участвовавших в заседании, из 25 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «19», против – «нет», воздержались – «нет».

Председатель

диссертационного совета Д 01.004.01

д.э.н., профессор

Е.М. Азарян

Ученый секретарь

диссертационного совета Д 01.004.01

д.э.н., доцент

А.Н. Германчук

«29» марта 2022 г.