

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы **Казаковой Ксении Сергеевны** на тему **«Маркетинг некоммерческих организаций»**, представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг), в частности 9.29. Маркетинг некоммерческих организаций

Маркетинг является важной составляющей функционирования как коммерческих, так и некоммерческих организаций (НКО), поскольку направлен на повышение эффективности их деятельности. Потребность в научном исследовании проблем маркетинга НКО обусловлена необходимостью внедрения его элементов и инструментов в деятельность НКО.

Очевидно, что процесс реализации маркетинга НКО в Донецкой Народной Республике в настоящее время становится экономически и социально значимым, с учетом его направленности на повышение эффективности решения разнообразных общественных проблем.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что тема диссертационной работы Казаковой Ксении Сергеевны актуальна, а проведенное исследование является своевременным, отвечающим современным социально-экономическим тенденциям развития экономики и необходимостью интенсифицировать развитие некоммерческой сферы Донецкой Народной Республики в современных условиях.

Определенные и сформулированные в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют теме диссертации. Положения, выносимые на защиту, выводы и рекомендации, изложенные в автореферате, являются обоснованными как с теоретической, так и с практической точки зрения, достоверными, основаны на корректном использовании широкого спектра общенаучных и специальных методов исследования для решения научных задач. Стил ь изложения материала исследования, выводов и рекомендаций соответствует требованиям научности, последовательности.

Следует отдельно обратить внимание на предложенные автором концептуально-теоретические положения, методические основы и практические рекомендации по вопросам формирования и реализации маркетинга некоммерческих организаций. Наиболее значимые результаты исследования следующие:

- усовершенствованная методика проведения оценки деятельности некоммерческой организации на основе бенчмаркинга, оригинальность которой

заключается в комплексном подходе, учитывающем элементы теоретического базиса, методического инструментария проведения бенчмаркинга и оценки результатов с перспективой его применения в Донецкой Народной Республике;

- модель управления маркетингом НКО, которая в отличие от существующих рассматривается с точки зрения комплексного подхода и адаптирована под специфику деятельности НКО.

- Особого внимания заслуживает концептуальный подход к разработке многофакторной корреляционно-регрессионной модели, которая в отличие от других позволяет оценить и спрогнозировать уровень социального эффекта через эмпирический анализ связи последнего и маркетинга НКО, в результате чего установлена зависимость результативности их деятельности от маркетингового потенциала.

Необходимо отметить оригинальность подхода автора при разработке научно-методического подхода к оценке маркетинга НКО на основе многофакторной модели, который отличается тем, что использует систему показателей, отражающую влияние маркетинговых факторов на социальный эффект деятельности НКО, что, в свою очередь, позволяет их руководству определять и усиливать ключевые факторы маркетинга, наиболее существенно влияющие на уровень социального эффекта.

Практическое значение полученных результатов состоит в возможности использования современных инструментов маркетинга для повышения эффективности деятельности и максимизации социального эффекта деятельности НКО.

К наиболее существенным результатам исследования, имеющим практическое значение, следует отнести разработку рекомендаций и предложений по совершенствованию маркетинга НКО, которые могут быть использованы в практической деятельности некоммерческих организаций при реализации маркетинговой социальной политики Донецкой Народной Республики, стать научной основой разработки мероприятий по повышению эффективности некоммерческой сферы, достижению социального эффекта; методика проведения оценки деятельности НКО на основе бенчмаркинга; построение многофакторной модели по оценке маркетинга НКО; модель управления и механизм реализации концепции маркетинга НКО.

Автор имеет достаточное количество научных публикаций, практические рекомендации используются некоммерческими организациями и государственными органами, что подтверждается соответствующими справками о внедрении.

Автореферат свидетельствует, что результаты проведенного исследования актуальны, обладают новизной и вносят вклад в развитие теории и практики маркетинга, направлены на совершенствование маркетинга НКО в Донецкой Народной Республике.

Тем не менее, на стр. 6 автореферата добавленные классификационные признаки целесообразно было представить в общей классификации НКО в виде таблицы или рисунка.

В автореферате, целесообразно было бы привести в первом разделе «Социально-экономические предпосылки развития маркетинга некоммерческих организаций», структуризацию предпосылок развития маркетинга некоммерческих организаций.

Наличие указанных замечаний не снижает значимость проведенного автором исследования, а также не меняет позитивное впечатление от диссертационной работы, её структуры и логики изложения материала.

В целом, исходя из содержания автореферата, можно сделать вывод о том, что диссертационная работа на тему «Маркетинг некоммерческих организаций» отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Казакова Ксения Сергеевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг), в частности 9.29. Маркетинг некоммерческих организаций.

Согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
(08.00.10 – «Финансы, денежно обращение и кредит»),
профессор, профессор кафедры экономики
и финансов, ФГБОУ ВО «Сочинский
государственный университет»



Т. Е. Гварлиани

354000, Краснодарский край,
г. Сочи, ул. Пластунская, 94
+7 (862) 264-85-03

<https://sutr.ru/>

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»



Гварлиани Т.Е.

Заверяю

Начальник УК
Ляпина Н.Г.