

## 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.

Объективная необходимость исследования проблем и тенденций некоммерческой сферы обусловлена значимостью вклада его субъектов в социальное, экологическое и экономическое развитие государства. Главными обстоятельствами в развитии некоммерческой сферы Донецкой Народной Республики выступает, с одной стороны, сочетание целей обеспечения решения социальных проблем населения, развития демократической модели управления, решения экологических проблем, создание инфраструктуры для решения экономических вопросов и, с другой стороны, адаптация положительного опыта коммерческих предприятий по использованию рыночных методов управления организацией (учреждением) в условиях некоммерческого рынка. Очевидно, что экономический аспект деятельности некоммерческих организаций (НКО) Донецкой Народной Республики по сравнению с субъектами некоммерческого сектора развитых стран остается нереализованным. Поэтому поиск путей использования рыночных методов и ценностей субъектами некоммерческой сферы для достижения их целей является перспективным направлением исследования. Вышесказанное подтверждает актуальность выбранной автором темы исследования.

Целью диссертационного исследования является обоснование теоретико-методических положений и разработка научно-практических рекомендаций по совершенствованию маркетинга некоммерческих организаций в Донецкой Народной Республике.

Определенный научный интерес вызывает предложенная автором 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.

Также следует позитивно отметить разработанный автором механизм реализации концепции маркетинга НКО, который в отличие от подобных носит системный характер взаимодействия элементов и подразумевает: их структурно-процессуальную комплексность, взаимодополнение и усиление результата использования как каждого из них в отдельности, так и в целом; наличие целевой функции, предполагающей необходимость использования совокупности маркетинговых инструментов для достижения организацией поставленной цели; функциональную направленность взаимодействия элементов на обеспечение конкретного результата в деятельности НКО; многоаспектность содержания, формирующую как результат необходимости использования широкой совокупности нормативно-правовых, организационно-экономических, информационных и социальных блоков.

Полученные в работе теоретические положения способствуют совершенствованию механизма формирования и реализации планов развития маркетинга НКО в современных условиях.

Практическое значение полученных результатов заключается в обосновании ряда практических предложений, которые могут быть использованы при разработке комплексных программ по вопросам формирования и реализации маркетинга НКО могут быть использованы при обосновании направлений повышения инновационной активности и формирования положительного имиджа Донецкой Народной Республики.

Выполненное исследование имеет достаточно высокий теоретический, методический и практический уровень, последовательное и логичное представление материала, необходимую полноту раскрытия выполненных разработок.


Необходимо отметить, что работа не лишена некоторых замечаний и дискуссионных положений:

1. В автореферате следует конкретизировать какие факторы маркетинга использовались в многофакторной линейной модели.
2. По нашему мнению, на рисунке 3 «Методика проведения оценки деятельности НКО на основе бенчмаркинга» следовало бы указать инструменты проведения бенчмаркинга НКО.

Указанные замечания не снижают общей положительной оценки исследования.

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.

*Я, Иванова Елена Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Экономика и менеджмент»,  
Донской государственной технической университет  Е. А. Иванова

344000, Россия,  
Ростовская область,  
г. Ростов-на-Дону,  
пл. Гагарина, 1  
<https://donstu.ru/>  
+7 (863) 2019046

