

## 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.

В современных условиях, в период нестабильной политико-экономической ситуации формирование и реализация маркетинга некоммерческих организаций (НКО) могут быть использованы не только при обосновании направлений повышения инновационной активности данных учреждений, но и для формирования положительного имиджа Донецкой Народной Республики в целом.

Нельзя не отметить, что этому могут способствовать предложения и рекомендации автора, разработанные в диссертации, одобренные и внедренные в деятельность следующих НКО Донецкой Народной Республики: Отдела молодежной политики администрации г. Донецка – рекомендации по разработке и внедрению концептуальных основ маркетинга НКО; Учреждения дополнительного образования «Донецкий Республиканский Центр туризма и краеведения учащейся молодежи» - модель управления маркетингом НКО; учреждения дополнительного образования «Донецкий Республиканский Дворец детского и юношеского творчества»; коммунального учреждения Дворец культуры «Лидиевка». Отдельные теоретические положения и материалы исследования используются также 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». Использование авторских разработок подтверждается наличием справок об их внедрении перечисленными НКО Донецкой Народной Республики.

Наряду с этим, следует обратить внимание, что в настоящее время пролеживается тенденция к принятию концепции маркетинга НКО, как в мировой практике, так и в Донецкой Народной Республике.

Однако нерешенными остаются вопросы совершенствования концептуальных основ маркетинга НКО и разработки механизма его реализации, адаптированных к социально-экономическим и политическим условиям Донецкой Народной Республики. Недостаточно внимания уделено методике проведения анализа и управления маркетингом НКО.

В связи с этим, диссертационное исследование Казаковой Ксении Сергеевны достаточно актуально, а его результаты отражают тенденции совершенствования маркетинга НКО в Донецкой Народной Республике

Стоит подчеркнуть, что достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций, представленных в автореферате, во многом определена структурой работы в целом.

Заслуживает внимания обоснованность автором значимости НКО в социальной и экономической жизни Донецкой Народной Республики, их общественно-полезных функций и путей совершенствования деятельности в ходе реализации механизма маркетинга.

Кроме того, вызывает интерес представленная в работе оценка деятельности НКО на основе бенчмаркинга. Разработанная автором методика адаптирована под специфику деятельности НКО.

Следует отметить также авторский подход к оценке маркетинга НКО на основе многофакторной модели, в ходе которой получена адекватная модель, отражающая зависимость между маркетинговыми факторами и социальным эффектом.

Несмотря на положительное впечатление от проведенного автором исследования и содержания автореферата, следует отметить ряд дискуссионных положений, а именно:

1. Следовало бы уточнить, кто выступал в роли экспертов при оценке конкурентоспособности деятельности центров туризма и краеведения.

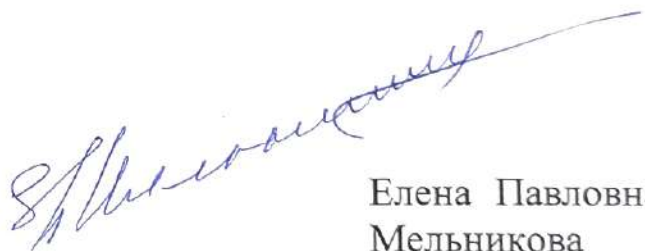
2. Целесообразно было бы больше внимания уделить факторам, влияющим на главный показатель деятельности некоммерческих организаций – социальный эффект.

Указанные замечания не влияют на значимость проведенного исследования и полученных результатов.

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.

*Я, Мельникова Елена Павловна даю согласие на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Доктор технических наук,  
(05.02.08 – «Технология машиностроения»), профессор экономики, заведующая кафедрой «Менеджмент организаций»  
Автомобильно-дорожный институт  
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»



Елена Павловна  
Мельникова

Автомобильно-дорожный институт Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

Адрес: 84646, Донецкая область,  
г. Горловка, ул. Кирова 51.

Телефон: (0624) 55-33-22, факс: (0624) 55-29-67

E-mail: [inst@adidonntu.ru](mailto:inst@adidonntu.ru)

Сайт организации: <http://www.adidonntu.ru>

Подпись Е.П. Мельниковой заверяю



Бурлаков А.Б.