

## Отзыв

на автореферат диссертации Казаковой Ксении Сергеевны 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.

Многими экономистами – маркетологами отрицается возможность использования принципов маркетинга в некоммерческих сферах человеческой деятельности. Однако практика показывает обратное, поскольку некоммерческие организации (НКО) существуют не для извлечения прибыли, а для удовлетворения нематериальных (социальных, образовательных, культурных и пр.) потребностей населения. Ввиду своих особенностей маркетинг (НКО) не может в неизменном виде использовать концепции и модели маркетинга коммерческих организаций, он нуждается в доработке существующих доктрин и разработке новых.

Существующие в настоящее время подходы к определению комплекса маркетинга НКО способствуют пониманию, какие конкретно факторы оказывают влияние на целевую аудиторию. Тем не менее, ни один из современных подходов не объясняет, как нужно управлять данными факторами, чтобы получать необходимый социальный эффект, какой объем некоммерческих услуг сможет предложить организация, если будет осуществлять воздействие с определенной интенсивностью. Таким образом, современные маркетинговые концепции являются, в большей степени, описательными. Поэтому вопросы, решенные в данном диссертационном исследовании, являются достаточно актуальными, своевременными и необходимыми.

Положения, выносимые на защиту, наглядно характеризуют научную новизну исследования, научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены лично автором. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, в диссертации использованы только те идеи и положения, которые являются результатами собственной работы соискателя.



Автореферат диссертации Казаковой Ксении Сергеевны выполнен как фундаментальная научная работа, в которой изложены основные научные результаты авторского исследования, а также разработан ряд концептуальных положений относительно теории и практики маркетинга НКО.

Ознакомившись с выводами автора, представленными в автореферате, можно сделать вывод о том, что они базируются на тщательном анализе теоретических и методических проблем по усовершенствованию маркетинга НКО в Донецкой Народной Республике.

Теоретическое значение полученных результатов определяется достигнутым уровнем разработанности изучаемой проблемы, научной новизной, полученной в результате исследования, и заключается в совершенствовании инструментов маркетинга НКО, а также в обосновании факторов, влияющих на его развитие.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они нашли выражение в конкретных рекомендациях, которые могут применяться при реализации маркетинговой социальной политики Донецкой Народной Республики, стать научной основой разработки мероприятий по повышению эффективности некоммерческой сферы, достижению социального эффекта.

Наиболее важное практическое значение имеют следующие теоретические и научно-прикладные разработки и рекомендации: методика проведения оценки деятельности некоммерческой организации на основе бенчмаркинга, механизм реализации концепции маркетинга НКО, модель управления маркетингом НКО, многофакторная корреляционно-регрессионная модель, алгоритм проведения анализа влияния маркетинговых факторов на социальный эффект деятельности НКО.

Вместе с тем, несмотря на бесспорные достоинства работы, целесообразно отметить некоторые пожелания относительно изложения её результатов:

- 1) в автореферате не указаны принципы выбора респондентов для проведения исследования;



2) в работе требуют дополнительного обоснования предложенные показатели критерии конкурентоспособности (табл. 4).

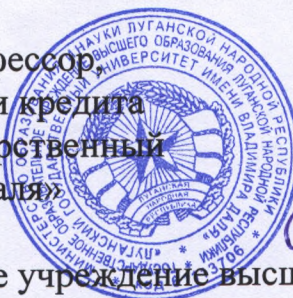
Указанные замечания абсолютно не снижают общей научной и практической значимости диссертационной работы.

Таким образом, автореферат свидетельствует, что диссертационная работа выполнена на достаточном научно-методологическом и практическом уровне с соблюдением всех требований, 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, Салита Светлана Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,  
заведующая кафедрой финансов и кредита  
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный  
университет имени Владимира Даля»



С.В. Салита

Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

291034 г. Луганск,  
квартал Молодежный, 20-а.  
тел.: +38 (0642) 34-48-18  
e-mail: dal.financi@mail.ru  
адрес сайта: <https://dahluniver.ru>

