



УТВЕРЖДАЮ:

Врио ректора
ГОУ ВО ЛНР «ДонГТИ»
к.э.н., доцент

А.В. Кунченко

10» октября 2022 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации по диссертации Антошиной Ксении Анатольевны тему: «Формирование и развитие инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Актуальность для науки и практики. Формирование и развитие инклюзивности является ключевым индикатором развитости и гуманизированности государства. В основе инклюзии располагаются исследования потребностей инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья с целью наиболее эффективного их удовлетворения и вовлечения их в социально-экономическую деятельность общества. Проведение данных исследований находится в поле социально-этического маркетинга, однако, как таковую инклюзивную составляющую данная наука не выделяет.

Инклюзивная деятельность в любой стране, и даже в государстве с непризнанным статусом, является проявлением не только социализации общества, но и уровня его гуманизации, что с каждым годом приобретает все большую актуальность и значимость. Немаловажной является необходимость оценивания фактического состояния инклюзии в государстве и использование инструментов для его обоснованного прогнозирования развития и совершенствования

Исследование и обоснование процесса формирования и развития инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга, является перспективой становления маркетинговой науки и инклюзивной экономики в целом по вектору осознания и удовлетворения потребностей многочисленной инклюзивной аудитории. Данное объясняет выбор темы данного научного исследования.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с научными исследованиями, проводимыми ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», а именно, при выполнении хоздоговорных тем: «Разработка методических рекомендаций по организации социально-экономического мониторинга потребительского рынка» (№ 67хт/2018 от 01.12.2018 г.); «Разработка методических рекомендаций по организации исследования потребительского рынка товаров и услуг с помощью информационных технологий» (№ 93хт/2019 от 26.09.2019 г.); «Разработка методических рекомендаций по организации и проведению мониторинга потребительского рынка» (№036хт/2020 от 01.06.2020 г.); «Социально-педагогическая компонента маркетинга инклюзии» №20/10хт/2021 от 1.10.2021 г.); при выполнении госбюджетных тем: «Трансформация питания в контексте реализации концепции «Здоровье для всех в XXI веке»» (номер госрегистрации № Г-2017-3, срок выполнения 01.01.2017-31.12.2019 г.); «Изучение факторов обеспечения конкурентоспособности продукции в условиях политики импортозамещения» (номер госрегистрации № Г-2021-5, срок выполнения 01.01.2021-01.01.2023 г.).

Все вышеперечисленное обуславливает актуальность темы диссертационной работы Антошиной Ксении Анатольевны, посвященной разработке теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию и развитию инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга.

Основное внимание в диссертационной работе уделено изучению теоретических основ и эмпирического базиса развития концепции социально-этического маркетинга, формированию парадигмального взгляда на инклюзивное поведение общества, исследованию инклюзии в современной инфраструктуре общества в контексте маркетингового аспекта, анализу и оценке инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике, а также изучению и разработке стратегических направлений формирования и развития инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга.

Выводы и рекомендации, полученные в диссертационной работе, являются необходимыми для повышения эффективности применения концепции социально-этического в разрезе ее инклюзивной составляющей.

Основные научные результаты и их значимость для науки и производства. Содержание диссертации соответствует в полной мере теме и

раскрывает ее на должном теоретико-методическом уровне, отвечающем уровню докторских диссертаций. Структура и содержание работы определяется поставленной целью и соответствует последовательности решения задач исследования. Цель, заявленную в диссертации, считаем реализованной в достаточной степени. Выводы по разделам и заключение обобщают научные результаты. Пункты научной новизны обоснованы.

К наиболее значимым новым научным результатам, полученным соискателем, относятся:

1. Впервые разработана концептуально-идейная структура подходов к сущности инклюзии в виде «парадигмы анаболизма» общества, «парадигмы рекреации» и «парадигмы эмпатии» общества, что подтверждает гипотезу непрерывного развития инклюзивной составляющей эффективности и константности действия концепции социально-этического маркетинга в направлении формирования инклюзивного поведения общества (п. 2.2).

2. Впервые разработана модель современного коммуникативного пространства инклюзивного индивидуума, позволяющая обосновать его расширение и трансформацию в процессе становления социально-этического маркетинга как системной деятельности в рамках инклюзии (п. 3.3).

3. Усовершенствованный научно-методический подход к пониманию инклюзивности маркетинга, который позволяет уточнить содержание инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга, как условие становления инклюзии в социально-экономическом развитии общества, что ранее отсутствовало в концепциях (глава 1).

4. Сформированный концептуальный подход к методологии формирования инклюзивной идеологии социально-гуманистической политики общества, основанный на идентификации преимуществ и недостатков зарубежного опыта инклюзивной деятельности (п. 1.3).

5. Разработанный субъект-объектный подход к развитию эмпатии в обществе, что позволило сформировать на основе маркетинговых технологий дескриптивный механизм эмпатии, как способ реализации гуманистической идеи развития общества (проблематика эмпатии ранее не рассматривалась как маркетинговый инструментарий) (п. 2.3).

6. Усовершенствованный научно-методический подход к формированию и развитию инклюзивности, основанный на впервые разработанной и визуализированной алгоритмической модели оценки инклюзивности, которая позволит оценить фактическое состояние инклюзивности в государстве и эффективно спрогнозировать ее развитие и

совершенствование (алгоритмической модели оценки инклюзивности в научных исследованиях не было) (п. 4.3).

7. Сформулированная когнитивная модель инклюзии, которая обосновывает исключительность инклюзивной составляющей в социально-экономической деятельности и является индикатором развития общества в направлении его гуманизации (ранее инклюзия как индикатор развития общества не рассматривалась) (п. 5.1).

8. Разработанный маркетинговый подход к концептуализации инклюзии, основанный на концепции сопричастности и стратегии сопричастности; научно-методологический подход к разработке стратегического комплекса прогнозирования инклюзивной деятельности (п.5.2).

Теоретическая значимость полученных результатов заключается в развитии теоретических и методических положений формирования и развития инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга на основе построения исторической проекции и современности инклюзии, парадигмального взгляда на инклюзивное поведение общества.

Практическая значимость состоит в анализе и оценке инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике, определении места и роли инклюзии в современной инфраструктуре общества, а также разработке методологии формирования инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга.

Достоверность результатов диссертации. Основные научные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертации, являются обоснованными и достоверными, что подтверждается широким использованием методов исследования, анализом обширного массива научного материала, использованием официальной статистики и международного опыта, обсуждением результатов исследования на 14 практических конференциях и «круглых столах».

Основные научные положения, выводы и рекомендации подтверждены публикациями результатов исследования в рецензируемых научных изданиях. Так, по результатам исследования соискателем опубликовано 35 научных работ, среди которых 1 авторская монография, 2 коллективные монографии, 17 статей в рецензируемых научных изданиях, 15 работ апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 51,6 печ.л., из них 48,5 печ.л. принадлежат лично автору.

Диссертация Антошиной К.А. является самостоятельной, завершённой научной работой, выполненной на актуальную тему, характеризующейся элементами научной новизны, теоретической и практической значимостью, вносящей определённый вклад в исследование и решение важной научной задачи по формированию и развитию инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга.

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации. Данное исследование имеет важное значение для решения ряда социально-экономических задач, связанных с повышением маркетинговой эффективности инклюзивных процессов в государстве. Считаем целесообразным использовать результаты диссертационной работы Антошиной Ксении Анатольевны как в деятельности профильных Министерств и ведомств, так и в деятельности предприятий различных сфер деятельности при формировании и развитии инклюзии. Также разработанные в диссертации теоретические положения целесообразно использовать в учебных курсах и материалах при подготовке специалистов в области маркетинга, а также применять адаптационные мероприятия в инклюзивном образовании в целом.

Интересными для практического применения являются специализированные маркетинговые методы: формализации и контент-анализа; анкетирования; философско-компаративного анализа; аналитического и сравнительного анализа; системного и причинно-следственного анализа; абстрактно-логического метода; когнитивного, линейного, алгоритмического и имитационного моделирования; матричного метода и метода экспертных суждений с применением математического аппарата.

Общие замечания. Отмечая достоинства диссертационной работы, её практическую значимость и научную новизну, следует указать на некоторые спорные положения и высказать замечания.

1. На стр. 12 диссертационной работы в научной новизне «получило дальнейшее развитие» относительно понятийно-категориального аппарата инклюзивной составляющей социально-этического маркетинга не обозначено толкование определения «инклюзивный маркетинг», которое приведено в авторском понимании на рисунке 1.2 (стр. 25) в структурно-понятийном подчинении базиса маркетингового поля исследования.

2. В диссертации не равномерно использовано визуальное сопровождение результатов исследования. В главах 1-4 преимущественно

применено построение рисунков и схем, а глава 5 визуализирована табличным массивом.

3. Отмечена некая несогласованность в отношении основного изучения понятийной нагрузки на дефиницию «лица с ограниченными возможностями здоровья», которое представлено на стр. 59-62 (п. 2.1), а авторское трактование данного термина приведено на стр. 328 (п. 5.2). Целесообразно вести логику изложения полученных результатов исследования.

4. В п. 3.3 на рисунке 3.4 изображена модель современного коммуникативного пространства инвалида или лица с ограниченными возможностями здоровья. Без сомнения, ее научная новизна неоспорима. Однако автором не представлены обоснования для обозначенных закономерностей в формировании целевой аудитории по арифметической и геометрической прогрессиям. Следовало бы пояснить выявленные закономерности при описании сформированной модели.

Однако указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости выполненной работы.

Заключение. Диссертационная работа Антошиной К.А. на тему «Формирование и развитие инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга» представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Текст автореферата диссертации полностью соответствует содержанию диссертации. Язык диссертации лаконичен, корректен, понятен и соответствует современным научным нормам.

Содержание диссертации и автореферата соответствует Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: маркетинг) по следующим пунктам: 9.7. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований; 9.12. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге; 9.21. Социально-этический маркетинг в повышении социальной ответственности бизнеса.

Таким образом, отмечая научную новизну полученных результатов в диссертации, обращая внимание на теоретическую и практическую значимость исследования, считаем, что диссертация на тему: «Формирование и развитие инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга» отвечает требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых

степеней, а ее автор Антошина Ксения Анатольевна заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Отзыв обсуждён и одобрен на заседании межкафедрального научного семинара на базе кафедры экономики и управления Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Донбасский государственный технический институт» «10» 10 2022 г., протокол № 3.

Я, Коваленко Наталья Валерьевна, согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Доктор экономических наук, профессор
кафедры экономики и управления
Государственного образовательного учреждения
высшего образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический институт»

Н.В. Коваленко

Подпись Коваленко Н.В. удостоверяю
Руководитель ОКИД



Л.В. Ткаченко

Государственное образовательное учреждение
высшего образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический институт»
94204, г. Алчевск, ул. Ленина, 16
тел. (06442) 2-60-43, +7 (85742) 2-60-43
факс: (06442) 2-68-87, +7 (85742) 2-68-87
e-mail: info@dstu.education
сайт: <https://www.dstu.education/ru/>