

**Заключение диссертационного совета Д 01.004.01 на базе
Государственной организации высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки
Донецкой Народной Республики по диссертации на соискание ученой
степени доктора экономических наук**

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета Д 01.004.01 от 29.11.2022 г. № 75

О ПРИСУЖДЕНИИ

Антошиной Ксении Анатольевне

ученой степени доктора экономических наук

Диссертация «Формирование и развитие инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч.: маркетинг) принята к защите «01» июля 2022 г., протокол № 35 диссертационным советом Д 01.004.01 на базе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, 83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 630 от 01.10.2015 г.

Соискатель Антошина Ксения Анатольевна 1989 года рождения.

В 2011 году окончила Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности «Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность» и получила квалификацию «профессионала в сфере товароведения и коммерческой деятельности».

Диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему «Интегрированная торговая политика на рынке продуктов персонифицированного питания» защитила в 2016 году в диссертационном совете Д 01.004.01 на базе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Работает в должности доцента кафедры товароведения Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Диссертация выполнена на кафедре товароведения Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Научный консультант – доктор экономических наук, профессор Малыгина Валентина Дмитриевна, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», заведующий кафедрой товароведения.

Официальные оппоненты:

Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»;

Петрушевский Юрий Люциянович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой учета и аудита ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»;

Салита Светлана Викторовна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Финансы и кредит, ГОУ ВО Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени В. Даля»

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация – Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Донбасский государственный технический институт» в своем положительном заключении, подписанном Коваленко Натальей Валерьевной, доктором экономических наук, профессором кафедры экономики и управления, и утвержденном врио ректора, кандидатом экономических наук, доцентом Кунченко Александром Валерьевичем указала, что диссертация представляет собой завершенную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Обоснованность и достоверность научных положений и выводов соискателя подтверждается анализом структуры работы, логики изложения, методики проведения исследования, соответствием общепринятым теоретическим положениям и эмпирическим данным, полнотой информационной базы и степенью апробации. Логика изложения прозрачна, используемые диссертантом аргументы представляются убедительными. Новые научные результаты, полученные соискателем, имеют существенное значение для отечественной науки и практики. Автореферат отражает содержание диссертации. Научные положения, выносимые на защиту, достаточно полно отражены в опубликованных автором научных работах. Диссертация соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 35-ти научных трудах, в том числе: 3 монографиях (в т.ч. 2 коллективных), 17 статьях в рецензируемых научных изданиях, 1 статьи в прочих изданиях, 14 тезисов докладов. Общий объем публикаций – 51,6 печ. л., из которых 48,5 печ. л. принадлежат лично автору.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Антошина, К.А. Инклюзивная экономика как показатель экономического развития общества // Торговля и рынок. – Вып. № 4'(44), том 2. – Донецк, 2017. – С. 17-26.

2. Малыгина, В.Д. Контент-анализ инклюзии / В.Д. Малыгина, К.А. Антошина // Торговля и рынок. – Вып. 3'(47), том 1. – Донецк, 2018. – С. 66-67.

Личный вклад: разработана доказательная база перспективности инклюзии как социэталльной системы и парадигмы совершенствования качества жизни населения.

3. Малыгина, В.Д. Формирование понятия «внутренний комфорт» в инклюзивной деятельности в рамках развития концепции социально-этического маркетинга / В.Д. Малыгина, К.А. Антошина // Торговля и рынок. – Вып. № 4'(52), том 2. – Донецк, 2019. – С. 120-133.

Личный вклад: проведено аналитическое исследование инклюзивной деятельности в рамках развития концепции социально-этического маркетинга, сформулировано авторское понятие «внутренний комфорт».

4. Антошина, К.А. Дистанционные формы обучения в контексте трансформации образовательного процесса // Вестник: научный журнал ДонНУ, Серия В. Экономика и право. - № 2, 2020. – С. 5-17.

5. Антошина, К.А. Алгоритмическая модель оценки инклюзивности Донецкой Народной Республики // Торговля и рынок. – Вып. № 3'(55), том 2, часть 2. – Донецк, 2020. – С. 96-101.

6. Антошина, К.А. Научно-методический подход к формированию и развитию инклюзивности в Донецкой Народной Республике // Торговля и рынок. – Вып. № 4'(56), том 2, часть 2. – Донецк, 2020. – С. 79-90.

7. Антошина, К.А. Развитие коммуникативного пространства инклюзии в контексте эволюции маркетинга // Вестник: научный журнал ДонНУ, Серия В. Экономика и право. - № 4, 2020. – С. 5-18.

8. Малыгина, В.Д. Парадигмальный взгляд на инклюзивное поведение общества / В.Д. Малыгина, К.А. Антошина // ЦИТИСЭ. Экономические науки. - №4 (26), 2020. – Москва. DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2020.4.04>

Личный вклад: на основе философско-компаративного анализа концептуально-идейной структуры имеющихся подходов к сущности инклюзии сформирован парадигмальный взгляд на инклюзивное поведение общества.

9. Антошина, К.А. Зарубежный опыт в сфере инклюзии и его перспектива в Донецкой Народной Республики // Ученые записки Крымского Федерального

университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. - № 4, 2020. – С. 3 - 14.

10. Антошина, К.А. Факторы формирования и развития эмпатии общества // Торговля и рынок. – Вып. № 1'(57). – Донецк, 2021. – С. 76-86.

11. Антошина, К.А. Нормативно-правовое поле инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике // Сборник научных работ. Серия «Государственное управление». Вып. 21: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2021. – С. 13-21.

12. Малыгина, В.Д. Концепт «инклюзия» в эволюции маркетинга / В.Д. Малыгина, К.А. Антошина // Сборник научных работ. Серия «Государственное управление». Вып. 22: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2021. – С. 173-182.

Личный вклад: рассмотрена эволюционизация маркетинга под воздействием изменений социально-экономического уклада общества с акцентом на инклюзивную направленность.

13. Антошина, К.А. Когнитивное моделирование инклюзивной деятельности // Журнал «Вести Автомобильно-дорожного института. - №2, 2021. – С. 113-120.

14. Антошина, К.А. Реализация социальной политики в области инклюзии // Вестник: научный журнал ДонНУ, Серия В. Экономика и право. - № 2, 2021. – С. 18-26.

15. Антошина, К.А. Инклюзивный маркетинг: научно-методический подход // Торговля и рынок. – Вып. № 2'(58). – Донецк, 2021. – С. 113-120.

16. Антошина, К.А. Развитие концепции социально-этического маркетинга с использованием пропедевтики // Торговля и рынок. – Вып. № 3 (59). – Донецк, 2021. – С. 170-179.

17. Антошина, К.А. Стратегическое планирование как инструмент формирования стратегии инклюзивной деятельности // Торговля и рынок. – Вып. № 4, том 1, (60). – Донецк, 2021. – С. 102-113.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв, подписанный доктором технических наук, профессором, заведующим кафедрой товароведения и технологии продуктов питания ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» (РФ, г. Тюмень) Поповым Владимиром Григорьевичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 11 автореферата приведена конкретизация определения «пропедевтика». С учениями Канта И. научное сообщество знакомо. На мой взгляд, не совсем корректно в автореферате диссертации приводить общеизвестные научные основы; 2) на стр. 32 автореферата автор утверждает, что «... разработанная когнитивная модель позволила выделить инклюзивную составляющую в социально-экономической деятельности Республики». Однако из текста автореферата не понятно, каким образом это подтверждается.

2. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, академиком РАЕН, заведующим кафедрой экономической теории и корпоративного управления ФГБОУ ВО «Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина» (РФ, г. Сыктывкар) Шихвердиевым Арифом Пирвелиевичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 16 автореферата изображена концептуально-идейная структура маркетинговых подходов к сущности инклюзии. В тексте автореферата не раскрыто пояснение блока «константность развития концепций»; 2) рисунок 21 (стр. 35) должен содержать расшифровку условных обозначений. Без данной конкретизации понимание приведенных динамик и зависимостей затруднено; 3) автореферат содержит только одну таблицу. Следовало бы сократить визуализацию, за счет наполнения табличным материалом.

3. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры экономической теории и государственного управления ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» (ДНР, г. Донецк) Хоменко Яной Владимировной. Отзыв положительный. Замечания: 1) из текста автореферата не совсем понятны отличия информационных данных из рисунков 2 и 3. Также, после изучения схем на этих рисунках, возникает вопрос, почему термины и понятия пропедевтики инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга (рис. 2) не находят полноценного использования в многоуровневом этимологическом аппарате понятия «инклюзивная экономика» (рис. 3); 2) на рисунке 5 в субъект-объектном подходе к формированию эмпатии общества в рамках маркетинговых исследований не визуализировано какие факторы способствуют субъектному, а какие объектному подходам.

4. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доцентом, деканом факультета экономики, управления и информационных систем в строительстве и недвижимости ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» (ДНР, г. Макеевка) Веретенниковой Оксаной Витальевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 14-15 автореферата автор упоминает, что «...организация инклюзивных практик, ... неразрывно связана с маркетингом, и маркетинговый аспект необходим для корректного и адекватного формирования парадигмального взгляда на инклюзивные практики в обществе...». Однако, требует дополнительного пояснения какие именно практики имеют право на статус «инклюзивных» и в чем конкретная роль маркетинга при их организации; 2) на рисунке 8 изображена модель современного коммуникативного пространства инвалида или лица с ограниченными возможностями здоровья. Она вызывает научный интерес, однако остается непонятым факт выявления закономерностей в формировании целевой аудитории (арифметическая и геометрическая). Необходимо пояснение данных закономерностей при описании разработанной модели.

5. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующим отделом моделирования экономических систем ГБУ «Институт экономических исследований» (ДНР, г. Донецк) Лепой Романом Николаевичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) на рисунке 23 приведена аспектно-факторная маркетинговая модель инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике на основе диаграммы Исикавы. В блоке «аспекты взаимодействия инклюзивной и инклюзивной целевых аудиторий» обозначен фактор «организация и обеспечение функционирования «Инклюзивного портала Донецкой Народной Республики»». Следовало бы расшифровать смысловую нагрузку этого фактора; 2) спектр решаемых в диссертации задач был бы еще более многоаспектным, если бы в ней нашли отражение подходы к оценке рисков, угроз и вызовов для экономики, государства и населения от вовлечения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в социально-экономическую жизнь общества.

6. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доцентом, профессором кафедры экономики и менеджмента ГБОУ ВО «Донецкий институт железнодорожного транспорта» (ДНР, г. Донецк) Терованесовым Михаилом Румельевичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате отсутствует конкретизация использования термина «социотальная система» относительно исследуемой инклюзивной экономики (стр. 14); 2) использование автором терминов «анаболизма» и «катаболизма» на стр. 17 следовало бы перевести в статус условных и обозначить это, поскольку данные понятия имеют биологическую научную направленность.

7. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры экономики и финансов ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» (РФ, г. Сочи) Гварлиани Татьяной Евгеньевной. Отзыв положительный. Замечание: 1) в целях достижения поставленной цели соискателем был сформулирован достаточно большой перечень задач, в том числе определены вопросы, которые требуют изучения. На наш взгляд диссертационная работа носит исследовательский характер, более глубокий характер, поэтому

данный круг вопросов можно было бы не включать в перечень поставленных задач; 2) на стр. 20 автореферата автор пишет о причинах недостаточного или низкого ощущения внутреннего комфорта инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. Также автор упоминает, что «...нивелирование ... этих проблем приведет к реализации потребности во внутреннем комфорте лиц с ограниченными возможностями здоровья...». Глобальность выявленных причин впечатляет, однако насколько корректно применение термина «нивелировать» относительно их устранения. Данный термин следовало бы заменить.

8. Отзыв, подписанный доктором технических наук, профессором, заведующим кафедрой «Товароведение, таможенная экспертиза и ресторанный бизнес» Кыргызского экономического университета им. М. Рыскулбекова Алымбековым Кенешбеком Асанкожоевичем (Кыргызстан, г. Бишкек). Отзыв положительный. Замечания: 1) в части автореферата, посвященной анализу научных изысканий относительно выбранной тематики исследования, на стр. 1-2, приведено незначительное количество иностранных авторов. Следовало бы, расширить упоминаемость зарубежных исследователей; 2) автором указано, что положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на 14 научно-практических конференциях, однако их датируемость начинается только с 2019 года.

9. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, академиком российской Академии естествознания РФ, Почетным работником высшего профессионального образования Российской Федерации, заведующей кафедрой экономики и финансов ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова» Безруковой Татьяной Львовной (РФ, г. Воронеж). Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 16 автореферата изображена концептуально-идейная структура маркетинговых подходов к сущности инклюзии. На рисунке и в тексте автореферата не конкретизировано взаимовлияние блока «концептуальные основы» с другими блоками концептуально-идейной структуры; 2) абзац, расположенный после рисунка 14 (стр. 33) построен с нарушением правил пунктуации.

10. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры менеджмента и государственного управления ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева» Скобляковой Ириной Васильевной (РФ, г. Орел). Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 5 автореферата в блоке «получило дальнейшее развитие» в части понятийно-категориального аппарата инклюзивной составляющей социально-этического маркетинга не упоминается толкование дефиниции «инклюзивный маркетинг», которая обозначена в авторском понимании на рисунке 1 в структурно-понятийном подчинении базиса маркетингового поля исследования; 2) требует дополнительного пояснения оборот «...с целью получения прибыли» в вышеупомянутой дефиниции (чья цель, и кто должен получать прибыль).

11. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, деканом факультета экономики и управления АПК ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет» Шевченко Марией Николаевной (ЛНР, г. Луганск). Отзыв положительный. Замечания: 1) на рисунке 5 (стр. 18) изображен субъект-объектный подход к формированию эмпатии общества в рамках маркетинговых исследований. В тексте автореферата не описаны маркетинговые исследования, на основе которых разработан субъект-объектный подход; 2) на рисунке 22 (стр. 38) изображен механизм стратегического моделирования инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике. На первом этапе обозначено проведение корреляционно-регрессионного анализа, однако в тексте автореферата не приводятся его результаты, что усложняет представление об их интерпретации.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны: научно-методический подход к обоснованию инклюзивности в маркетинге в рамках идеи гуманизации общества; научно-методологический подход к определению места и роли инклюзии в развитии экономики общества; модель коммуникативного пространства инклюзивной аудитории; комплексный маркетинговый подход к диагностике состояния инклюзии в Донецкой Народной Республике; алгоритмическая модель оценки инклюзивности; научно-методологический подход к расширению концепции социально-этического маркетинга с акцентом на концептуализацию инклюзии в Донецкой Народной Республике и актуализацию гуманизации общества; когнитивная модель инклюзивной деятельности;

предложены: научно-методический подход к анализу инклюзии; механизм стратегического моделирования инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике;

доказаны: необходимость изучения категории «внутренний комфорт» как приоритетной траектории инклюзивной деятельности; целесообразность введения показателя «ощущение внутреннего комфорта» для оценки эффективности инклюзивной деятельности;

введены: в понятийный и категориальный аппарат в сфере инклюзии авторские понятия «внутренний комфорт»; «коммуникативное пространство»; «инклюзивная экономика»; «лица с ограниченными возможностями здоровья», авторские парадигмы: «парадигма эмпатии общества», «парадигма анаболизма общества» и «парадигма рекреации общества».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказано: что действенным инструментом реформирования общества с принятием инклюзии как реальной действительности, выступает маркетинг с его динамичной концепцией социально-этической направленности, позволяющей разработать стратегические направления развития инклюзивного маркетинга, что становится механизмом формирования в обществе социально-экономической и гуманистической культуры;

для решения поставленных в диссертации задач *использованы* общенаучные методы, а именно, индукции и дедукции; анализа и синтеза; способ сравнения и группировки, обобщения и систематизации информации;

специализированные методы: формализации и контент-анализа; анкетирования; философско-компаративный анализ; аналитический; системного и причинно-следственного анализа; абстрактно-логический; моделирование; матричный метод и метод экспертных суждений с применением математического аппарата; для обработки результатов исследования применялись программы Microsoft Excel, PowerSim;

изложены: результаты исследования нормативного правового поля инклюзивной деятельности и обоснование необходимости использования системного подхода к регулированию инклюзивной деятельности;

раскрыты: инклюзивные идеи, принципы, парадигмы с целью формирования концептуально-идейной структуры маркетинговых подходов к сущности инклюзии; концептуальный подход к траектории формирования современного отношения общества к инклюзии в рамках исторической проекции концепции социально-этического маркетинга;

изучены: методы познания инклюзии с использованием научно-методического подхода; зарубежный опыт инклюзивной деятельности и инклюзивных практик; закономерности развития общества с целью формирования на основе маркетинга современного видения гуманизации общества с акцентом на авторские парадигмы;

проведена модернизация: подхода к мониторингу инклюзивной деятельности в сфере образования с применением инновационного маркетингового инструментария; научно-методического подхода к комплексному стратегическому прогнозированию инклюзивной деятельности на основе разработанных инновационных маркетинговых подходов к расширению концепции социально-этического маркетинга.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены: разработаны рекомендации относительно формирования и развития инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга, что использовано 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 01.10.2021 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.) согласно комплексному плану научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»;

определены: возможности реализации теоретических разработок по основным положениям диссертационной работы, которые целесообразно использовать в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при изучении дисциплин «Основы научных исследований», «Методология научных исследований», «Методика преподавания в высшей школе», «Товароведные аспекты маркетинга» (№13/1278 от 02.06.2021 г.);

созданы: предложения относительно применения разработанной модели современного коммуникативного пространства инклюзивной аудитории,

позволяющей обосновать его расширение и трансформацию в процессе становления социально-этического маркетинга как системной деятельности в условиях цифровизации общества (справка о внедрении Аппарата Народного Совета Донецкой Народной Республики № 03.1-94/3/533 от 30.05.2022 г.); разработанных стратегических ориентиров инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике на 2023-2028 гг., состоящих в расширении спектра проводимых проектов в направлении синергии взаимодействия инклюзивных и инклюзивных субъектов (справка о внедрении Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики №02-17/080 от 25.05.2021 г.);

представлены: сведения о создании интернет-ресурса «Инклюзивная платформа Донецкой Народной Республики», которая может стать главным инструментом взаимодействия с инклюзивной аудиторией Донецкой Народной Республики (справка о внедрении Общественной палаты Донецкой Народной Республики №01-09/17/1 от 17.01.2022 г.); разработанный инклюзивный проект «Дети – наше будущее!» с использованием маркетинговых технологий и ориентированный на детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья (справка о внедрении ГУ «Донецкий Ботанический сад» №189 от 16.06.2022 г.).

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория: исследования 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;

идея базируется: на фундаментальных положениях маркетинга, его концепций, в частности, концепции социально-этического маркетинга, научных разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам инклюзивной деятельности и стратегического маркетинга; информационных материалах

статистических, справочных, периодических изданий; статистической отчетности, а также результатах опросов целевых аудиторий Донецкой Народной Республики.

использованы: результаты сравнительного и системного анализа полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами.

установлено: качественное совпадение ряда результатов, полученных автором в ходе исследования, с результатами, представленными в других научных источниках по данной тематике.

использованы: современные методики сбора и обработки исходной информации, обработка данных осуществлялась с использованием операционной системы Microsoft Excel и PowerSim.

Личный вклад соискателя состоит в: обосновании цели, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций по формированию и развитию инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга; систематизации, анализе и обобщении теоретического и практического материала по проблемам социально-этического маркетинга и инклюзии, усовершенствовании научно-методического подхода к пониманию инклюзивности маркетинга, концептуального подхода к методологии формирования инклюзивной идеологии социально-гуманистической политики общества, субъект-объектного подхода к развитию эмпатии в обществе, научно-методического подхода к формированию и развитию инклюзивности, маркетингового подхода к концептуализации инклюзии; апробации полученных результатов исследования; личном участии в обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования. Лично соискателем изучены методы познания инклюзии и систематизированы с использованием научно-методического подхода; раскрыт и дополнен понятийный и категориальный аппарат в сфере инклюзии; сформированы авторские понятия «внутренний комфорт»; «коммуникативное пространство»; «инклюзивная экономика»; «лица с ограниченными возможностями здоровья»; изучен

зарубежный опыт инклюзивной деятельности и инклюзивных практик и сформирован концептуальный подход к траектории формирования современного отношения общества к инклюзии в рамках исторической проекции концепции социально-этического маркетинга; разработан научно-методический подход к обоснованию инклюзивности в маркетинге в рамках идеи гуманизации общества; проанализированы инклюзивные идеи, принципы, парадигмы и сформирована концептуально-идейная структура маркетинговых подходов к сущности инклюзии; изучены закономерности развития общества и сформировано на основе маркетинга современное видение гуманизации общества с акцентом на авторские парадигмы: «парадигма эмпатии общества», «парадигма анаболизма общества» и «парадигма рекреации общества»; разработан научно-методологический подход к определению места и роли инклюзии в развитии экономики общества; обоснована необходимость изучения категории «внутренний комфорт» как приоритетной траектории инклюзивной деятельности; введен показатель «ощущение внутреннего комфорта» для оценки эффективности инклюзивной деятельности; разработана модель коммуникативного пространства инклюзивной аудитории; проведен мониторинг инклюзивной деятельности в сфере образования Донецкой Народной Республики с применением инновационного маркетингового инструментария; оценено современное состояние социально-экономического статуса Донецкой Народной Республики в контексте инклюзивной деятельности, сформирован научно-методический подход к его анализу и разработана когнитивная модель инклюзивной деятельности; исследовано нормативное правовое поле инклюзивной деятельности и обоснована необходимость использования системного подхода к регулированию инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике; разработан комплексный маркетинговый подход к диагностике состояния инклюзии в Донецкой Народной Республике и представлена алгоритмическая модель оценки инклюзивности; сформирован научно-методический подход к анализу инклюзии; разработан научно-методологический подход к расширению концепции социально-этического маркетинга с акцентом на концептуализацию инклюзии в

Донецкой Народной Республике и актуализацию гуманизации общества; сформирован механизм стратегического моделирования инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике; проведено комплексное стратегическое прогнозирование инклюзивной деятельности в Донецкой Народной Республике на основе разработанных инновационных маркетинговых подходов к расширению концепции социально-этического маркетинга.

На заседании 29.11.2022 года диссертационный совет Д 01.004.01 принял решение присудить Антошиной Ксении Анатольевне ученую степень доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг).

При проведении открытого голосования диссертационный совет в количестве 24 человек, из них 9 докторов наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), участвовавших в заседании, из 30 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «24», против – «нет», воздержался – «нет».

Председатель

диссертационного совета Д 01.004.01

д.э.н., профессор



Ученый секретарь

диссертационного совета Д 01.004.01

д.э.н., доцент

Е.М. Азарян

А.Н. Германчук

29.11.2022 г.