

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Антошиной Ксении Анатольевны на 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)

Еще с 50-х годов XX века зародились первые предпосылки социально-этического маркетинга. В этот период большинство американских и западных компаний начинают уделять больше внимания потребителю и интересоваться общественными проблемами. Представители бизнеса начинают осознавать, что уже недостаточно производить продукт для удовлетворения потребностей людей. Необходимо укреплять деловую репутацию компании, решать общественные и экологические проблемы с помощью инструментария социального маркетинга. Эволюция развития маркетинга привела к его социальной концепции: от сбыта к организации взаимодействия, где главным является установление долговременных взаимоотношений с потребителем. Формирование и развитие инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга актуальна на современном этапе маркетинговой науки, поскольку не только расширяет, а и углубляет понимание потребителей, выводит общество на новый уровень эмпатии и гуманизма.

Достоверность результатов подтверждается широким охватом теоретической и эмпирической базы диссертационной работы.

В соответствии с темой степень разработанности научной проблематики определяется наличием в экономической литературе и научных источниках, посвященных изучению социально-этического маркетинга и его концепции, работой с описанием и анализом процессов формирования и развития инклюзивной составляющей как основного маркетингового инструмента становления и совершенствования инклюзивной экономики и инклюзии современного общества.

На наш взгляд, существенным вкладом в развитие маркетинга является

разработанная 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.

Обоснованность сформулированных диссертантом положений, выводов и предложений не вызывает сомнений.

Однако, вместе с общей позитивной оценкой положений диссертационной работы, изложенных в автореферате, следует отметить следующие дискуссионные моменты:

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.

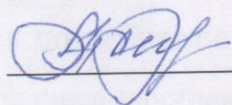
В целом указанные замечания не снижают теоретической значимости и практической ценности исследования.

Учитывая актуальность темы, новизну, значимость и обоснованность полученных результатов для экономической науки, а также практическую ценность сформулированных положений и выводов, считаем, что диссертация Антошиной К.А. на тему «Формирование и развитие инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга» соответствует п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, а её автор – Антошина Ксения Анатольевна заслуживает присуждения учёной степени доктора экономических

наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Хоменко Яна Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Хоменко Яна Владимировна: доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), профессор, профессор кафедры экономической теории и государственного управления ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет»,

 Я.В. Хоменко

Подпись д.э.н., проф., профессора кафедры экономической теории и государственного управления ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет» Я.В. Хоменко, удостоверяю:

Ученый секретарь ГОУВПО ДОННТУ  О.Г. Волкова

« 30 » 10 2022 г.

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
283001, ДНР, г. Донецк, ул. Артема, 96
эл. почта: ief_donntu@mail.ru
тел.: +38 (062) 301-03-78
Сайт организации: <http://donntu.org>