

РЕЦЕНЗІЯ

рецензента, д.е.н., професора Косенко Олександри Петрівни

на дисертаційну роботу Паймаш Ганни Василівни

«Маркетингове забезпечення розвитку потенціалу людей

з особливими потребами»

подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії

за спеціальністю 075 – Маркетинг

Детальний аналіз дисертаційної роботи Паймаш Ганни Василівни на тему «Маркетингове забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами», що представлена для захисту на здобуття наукового ступеня доктора філософії у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут», дає змогу зробити комплексний висновок щодо її актуальності, ступеня обґрунтованості наукових положень, висновків, рекомендацій, достовірності та значущості отриманих результатів, наукової новизни, теоретичної та практичної цінності, надати загальну оцінку дисертації.

1. Актуальність теми та зв'язок з науковими планами і програмами

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю оновлення підходів до розуміння соціального статусу осіб з особливими потребами та розробки ефективних механізмів їх соціально-економічної інтеграції. Визначення людини з особливими потребами має ґрунтуватись на концептуальному підході до маркетингового забезпечення розвитку її потенціалу, де маркетинг розглядається як інструмент гармонізації взаємодії внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на доступ до освіти, медичних послуг, професійної підготовки та працевлаштування згідно з індивідуальними потребами. У цьому контексті маркетингове забезпечення розвитку потенціалу осіб з особливими потребами трактується як система заходів, що сприяє реалізації комплексу державних, освітніх, медико-реабілітаційних та економічних інструментів, спрямованих на посилення можливостей таких осіб щодо соціальної та професійної адаптації, здобуття конкурентоспроможної професії та

гарантованого працевлаштування з гідною оплатою праці. Це, у свою чергу, сприятиме зростанню соціального капіталу та економічного потенціалу як окремих регіонів, так і держави в цілому, що підтверджує актуальність дисертаційного дослідження.

2. Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Дисертація виконувалась відповідно до освітньо-наукової програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг», яка була впроваджена на кафедрі маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Проведені дослідження тісно пов'язані з кафедральною науково-дослідною роботою Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» «Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» (ДР 0123U103225).

3. Наукова новизна одержаних результатів

Дисертація містить наукову новизну, з найбільш суттєвих доробок роботи можна назвати:

- концептуальний підхід щодо маркетингового забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами (с. 51-56 дисертаційного дослідження);
- створення та функціонування маркетингового консультативного центру (с. 57-66 дисертаційного дослідження);
- консолідовані теоретичні положення маркетингового забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами (с. 37-42 дисертаційного дослідження);
- понятійний апарат маркетингового забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами (с. 43-44 дисертаційного дослідження);
- методичний підхід щодо оцінки капіталу людей з особливими потребами за економіко-математичними моделями: індексним методом та методом аналізу ієрархій Т. Сааті (другий розділ дисертаційного дослідження);

- комплексний підхід до формування та реалізації механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами як складової позитивного маркетингу (третій розділ дисертаційного дослідження).

Вважаю, що робота дисертантки є внеском у формування маркетингового забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами.

4. Практична цінність одержаних результатів та рекомендації щодо їх подальшого використання

Дослідження має певну практичну цінність, оскільки отримані автором результати дослідження можуть бути впроваджені у механізми формування та реалізації стратегій і інструментів інклюзивного маркетингу на рівні державної політики, соціально відповідального бізнесу та інститутів громадянського суспільства. Це має особливу практичну значущість в контексті розробки комунікативно-адаптивних платформ, орієнтованих на інтеграцію осіб з особливими потребами в економічні та соціокультурні процеси.

5. Повнота викладення матеріалів дисертації в наукових працях, які опубліковані автором.

За результатами дослідження дисертаційної роботи опубліковано 28 наукових праць, з них у фахових наукових виданнях, рекомендованих ДАК Міністерства освіти і науки України – 7, у наукових періодичних виданнях інших держав – 3, розділ у колективній монографії – 1, наукових праць, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації – 17. Зазначене вище дозволяє стверджувати, що представлена дисертаційна робота є самостійним, завершеним науковим дослідженням, результати якого мають значення для створення програм підвищення економічної активності осіб з особливими потребами, формуванні систем мотиваційного супроводу, а також у процесі проектування моделей позитивного та соціального маркетингу, спрямованих на трансформацію суспільної свідомості в напрямі толерантності, партисипативності та етичної інклюзії.

6. Аналіз змісту дисертації. Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих в дисертації

Робота Паймаш Ганни Василівни є завершеною науковою роботою, містить анотацію – українською та англійською мовами, вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел і додатки.

Дисертація присвячена актуалізації та розробленню концептуальних засад, теоретико-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо маркетингового забезпечення розвитку потенціалу осіб з особливими потребами в контексті інклюзивного та соціально орієнтованого розвитку.

Об'єктом дослідження є процес розвитку потенціалу людей з особливими потребами в контексті концепції позитивного маркетингу.

У роботі зроблено спробу формування концептуально обґрунтованих і стратегічно релевантних підходів до маркетингового забезпечення розвитку потенціалу осіб з особливими потребами як активних суб'єктів соціально-економічної діяльності. У роботі проведено, з одного боку, критичний аналіз і деконструкцію стереотипних моделей їх репрезентації в публічному дискурсі, а з іншого – розроблення інноваційних інструментів комунікаційного впливу, адаптованих до особливостей участі людей з особливими потребами в суспільно-ринкових процесах.

Авторка наголошує, що формування маркетингового забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами має бути складовою позитивного маркетингу з використанням інклюзії як частини соціального маркетингу, отже має базуватись на комплексному підході до його розроблення.

У першому розділі дисертаційного дослідження розглянуто актуальні аспекти формування та розвитку людського потенціалу й капіталу осіб з особливими потребами, з акцентом на необхідності створення сприятливих умов для їх повноцінної участі в соціальному, економічному та культурному житті. Уточнено зміст поняття «людський потенціал» у контексті інвалідності, з особливою увагою до ролі освіти, інклюзії, реабілітації та соціальної адаптації.

Проаналізовано міжнародний досвід, законодавчі основи та статистичні дані, що свідчать про недостатній рівень інтеграції цієї соціальної групи. Дисертанткою наголошено на необхідності переходу від традиційного уявлення про «особу з інвалідністю» до концепції «особи з особливими потребами», що передбачає інноваційний підхід до розвитку їхнього потенціалу з урахуванням синергетичних, поведінкових і маркетингових чинників.

У другому розділі дисертаційного дослідження обґрунтовано необхідність формування маркетингової стратегії розвитку людського капіталу осіб з особливими потребами з урахуванням демографічних, соціально-економічних та освітніх чинників. Статистичні дані свідчать про зростання потреби в інклюзивних підходах до освіти та працевлаштування, особливо серед дітей і молоді з інвалідністю, що зумовлює потребу в адаптації освітніх програм і розвитку відповідної інфраструктури. Авторкою доведено доцільність використання економіко-математичних інструментів, зокрема індексного методу та методу аналізу ієрархій, для всебічної оцінки людського капіталу осіб з особливими потребами на регіональному й національному рівнях. Автором запропоновано удосконалений методичний підхід шляхом інтеграції освітніх, соціальних та медичних компонентів, що забезпечує урахування специфіки цієї соціальної групи та формування ефективної політики їх соціально-економічної інтеграції.

Третій розділ дисертаційного дослідження присвячено концептуалізації маркетингового управління розвитком потенціалу осіб з особливими потребами як ключового елементу позитивного маркетингу в межах інклюзивного підходу соціального маркетингу. Авторкою розкрито диференціацію маркетингових механізмів з урахуванням інституціональних, нормативно-правових, економічних і комунікаційних чинників, що дає змогу визначити стратегічні орієнтири інклюзивного розвитку відповідно до принципів сталого соціально-економічного зростання. Також авторка наголосила на необхідності запровадження міждисциплінарного підходу, який поєднує економічні, соціологічні, психологічні та правові компоненти для ефективного управління

розвитком потенціалу цієї соціальної групи. Реалізація запропонованої концепції потребує узгодженої взаємодії державних інституцій, громадянського суспільства та бізнесу, розробки політик соціального підприємництва, підтримки зайнятості та впровадження адаптаційних механізмів інтеграції осіб з інвалідністю у ринкове середовище, що сприятиме підвищенню їх економічної самостійності та якості життя.

Висновки, сформульовані у роботі, висвітлюють результати дослідження як вирішення висунутих в дисертації завдань. У цілому висновки відповідають вимогам, які висуваються до результатів дисертаційного дослідження на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

Список літератури досить широко охоплює предметне поле дослідження, певною мірою відображає опрацювання автором значної кількості джерел (285 найменувань, з яких 124 – іноземними мовами).

Додатки містить інформацію про публікації здобувача за темою дисертаційного дослідження, критерії та ознаки обмеження життєдіяльності людей з інвалідністю, чинники для встановлення групи інвалідності, практичне впровадження результатів дисертації.

7. Достовірність отриманих результатів та висновків

Достовірність отриманих результатів зумовлено поставленими метою та завданнями, а також використанням відповідної методології дослідження. Крім того, достовірність заявлених положень обґрунтовується комплексним підходом у вивченні визначеного об'єкта, що також зумовлює і низку певних методів, які були використані в процесі дослідження.

8. Оформлення дисертації, дотримання вимог академічної доброчесності та повнота викладення наукових положень та результатів в опублікованих працях

Дисертація виконана з дотримання вимог академічної доброчесності, отримані результати дають підстави говорити про оригінальність роботи. У тексті містяться авторські ідеї, і не виявлено використання ідей інших науковців без посилання на їх роботи.

Основні ідеї автора та результати дослідження викладено у семи фахових статтях, трьох закордонних статтях, одному розділі у колективній монографії, а також дисертантка активно приймала участь в науково-практичних конференціях, де була проведена апробація ідей, що викладено у дисертаційному дослідженні.

9. Недоліки та зауваження до дисертаційної роботи

1. У дисертаційному дослідженні розглянуті актуальні питання забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами, запропоновано певні шляхи для їх реалізації в Україні. Але робота б виграла, якби розглянуто взаємозв'язок результатів дослідження з цілями сталого розвитку України до 2030 року.

2. У дисертаційному дослідженні значна увага приділена концепції позитивного, соціального, інклюзивного маркетингу. Однак, сучасні умови диктують більш детального розгляду аспектів диджиталізації. Тому було б бажано більш детально розглянути можливість реалізації інструментів диджитал або цифрового маркетингу під час формування маркетингового забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами.

3. У підрозділі 3.5 проведене математичне моделювання прогнозування чисельності, вікових груп та категорій інвалідності в контексті реалізації концепції маркетингового управління розвитком потенціалу людей з особливими потребами, однак не пояснено як можна практично використовувати отримані прогнозні значення.

4. Рисунок 3.5 на с. 186 дисертації має назву «Формування стратегій щодо розробки інструментів позитивного маркетингу щодо реалізації концепції маркетингового управління потенціалом людей з особливими потребами за навчальною, професійною підтримкою, абілітацією/реабілітацією, працевлаштуванням». Однак, потребує пояснення, чи дійсно запропонований перелік є стратегіями, а не практичними підходами до реалізації концепції маркетингового управління потенціалом людей з особливими потребами.

5. У підрозділі 3.3 детально розглянуто приклади імплементації іноземного досвіду управління розвитком потенціалу людей з психічними розладами, порушеннями розумового розвитку та розвитку, аутизмом (РАС). Однак, немає прикладів адаптації людей з фізичними вадами, такими як втрата кінцівок тощо, що є дуже актуальним зараз для України у зв'язку зі зростаючою кількістю такої категорії людей внаслідок військових дій.

У цілому, наведені зауваження мають дискусійний характер та не впливають на позитивний висновок щодо дисертаційного дослідження.

10. Висновки

Дисертаційна робота Паймаш Ганни Василівни є завершеною науково-дослідною роботою, яка містить науково-обґрунтовані результати, має наукову новизну та дає перспективи подальших досліджень. Тема дослідження відповідає галузі знань 07 – «Управління та адміністрування» та спеціальності 075 – «Маркетинг».

Отже, враховуючи актуальність теми, отримані результати та певну практичну значущість вважаю, що дисертаційна робота Паймаш Ганни Василівни «Маркетингове забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами» відповідає вимогам 6, 7, 8, 9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціальної вченої ради Закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» від 12.01.2022 р. № 44 та вимогам до оформлення дисертації МОН України від 12.01.2017 № 40, а сам автор, Паймаш Ганна Василівна заслуговує присудження їй наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Рецензент –

Професорка кафедри маркетингу
доктор економічних наук, професор
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»



Підпис Олександра КОСЕНКО
ЗАСВІДЧУЮ:
ВЧЕНИЙ СЕКРЕТАР
НАЦІОНАЛЬНОГО-ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
"ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ"
" " " 20__ р.