

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації **Закашанської Наталії Юріївни «Соціально-психологічні детермінанти стратегій поведінки споживачів у кризових умовах»** поданої на здобуття ступеня доктора філософії в галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 053 «Психологія»

Дисертація Закашанської Наталії Юріївни на тему «Соціально-психологічні детермінанти стратегій поведінки споживачів у кризових умовах», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 «Психологія» (галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки») виконана на кафедрі психології факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету. Тема дисертації затверджена на засіданні науково-технічної ради університету (протокол № 5 від 22.11.2024). За результатами аналізу змісту дисертаційного дослідження Закашанської Н.Ю., поданих до розгляду наукових публікацій за темою дисертації, а також враховуючи підсумки фахового наукового семінару кафедри психології факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету (протокол №11 від 06.05.2025 р.), визначено наступне.

Ступінь актуальності теми дослідження обумовлена змінами, які відбулися останніми роками, починаючи з пандемії 2019 року і особливо періоду повномасштабного вторгнення 2022 року, яке критично вплинуло на всі сфери життєдіяльності українського суспільства, особистості та окремих спільнот. Перед психологами, соціологами, маркетологами також постали нові завдання в контексті дослідження споживчої поведінки та її трансформацій. Для розробки ефективної стратегії розвитку бренду необхідно чітко розуміти, що змушує споживачів купувати той чи інший товар або послугу. Розуміючи, якими цінностями, судженнями та мотивами керується споживач при покупці, і що для нього є важливим у ідентичності бренду, можна сформувати ефективну бренд-комунікацію, а, отже, забезпечити успішний розвиток бренду.

У дисертації здобувачка обґрунтувала важливість наукового опрацювання питань, що є предметом дослідження, зв'язок теми дисертації з сучасними науково-дослідними роботами в психології маркетингу, реклами, організаційно-економічній психології.

Дисертація виконана у відповідності до плану науково-технічних робіт Запорізького національного університету при виконанні науково-дослідної теми: «Психологічні закономірності соціальних процесів та розвитку особистості у сучасному суспільстві» (державний реєстраційний номер: 0122U200428) затвердженої Міністерством освіти і науки України.

Наукова новизна, теоретичне та практичне значення результатів дисертації.

У процесі виконання дисертаційного дослідження отримано такі наукові результати:

- *вперше* розкрито зміст поняття бренд-комунікації як контакту (зв'язку) зі споживачами з метою обміну ідеями та інформацією, яку містить бренд, в усній або письмовій формі за допомогою символів;
- *вперше* виявлено комплекс індивідуально-психологічних характеристик, що обумовлюють вибір стратегій споживчої поведінки; виокремлено психологічні типи споживачів залежно від їхніх персональних цінностей, особистісних рис та стратегій споживчої поведінки;
- *вперше* розроблено освітній модуль для студентів-психологів з дослідження соціально-психологічних детермінант бренд-комунікації;
- *доповнено* комплекс психодіагностичних інструментів вимірювання особливостей споживчої поведінки: *адаптовано* шкалу соціального самоконтролю М.Снайдера та методику Дж.Споулз та Ел.Кендал по вивченню стилів споживчої поведінки та *розроблено* авторський опитувальник «Відношення до бренду у період криз»;
- *уточнено* соціально-психологічну модель розвитку бренду, в якій брендинг виступає реалізацією стратегії бренд-комунікації;
- *поглиблено* знання про поведінку споживачів, їх споживчі наміри та стратегії в умовах криз (пандемія, війна, повномасштабне вторгнення).

Практичне значення результатів проведеного дослідження полягає у:

- можливості використовувати результати дослідження в підготовці здобувачів вищої освіти спеціальності «Психологія», а саме – освітнього модулю як складової різних навчальних дисциплін (Соціальна психологія», «Психологія реклами», «Організаційна психологія», «Економічна психологія»). Освітній модуль сприятиме формуванню у студентів нових знань, навичок та дослідницьких компетенцій, що допоможе їм реалізуватися як в науково-професійній, так і в практичній діяльності;
- використанні психодіагностичного інструментарію (авторської методики) «Відношення до бренду у період криз» та інших адаптованих інструментів у соціально-психологічних, маркетингових дослідженнях поведінки споживачів.

Публікації, що висвітлюють основні результати дисертації, та особистий внесок здобувачки

Наукові положення і результати, що представлені в дисертаційній роботі, отримані здобувачкою особисто. Нижче наведені публікації.

1. Ткалич М.Г., Закашанська Н.Ю. Соціально-психологічний аналіз гендерних маркерів бренд-комунікації. *Проблеми сучасної психології: науковий журнал*. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2020. № 1(17). С. 116–124.

2. Закашанська Н.Ю. Вплив пандемії COVID-19 на поведінку споживачів. *Проблеми сучасної психології: науковий журнал*. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2020. № 3(19). С. 54–61.
3. Ткалич М.Г., Закашанська Н.Ю. Індивідуально-психологічні особливості стратегії прийняття рішень споживачами. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2022. № 1(25).
4. Ткалич М.Г., Закашанська Н.Ю. Типи споживачів та стратегій споживчої поведінки: ціннісний та особистісний вимір. *Проблеми сучасної психології: науковий журнал*. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2023. № 3(25). С. 102–111.
5. Закашанська Н.Ю. Емпіричне дослідження соціо-демографічних характеристик споживчої поведінки в кризових умовах. *«KELM (Knowledge, Education, Law, Management)»*. 2023. № 4(56). С. 44–51.
6. Закашанська Н.Ю. Соціально-психологічні основи дослідження бренд-комунікації. *Організаційно-управлінські та психологічні аспекти сучасного ринку праці України: тези доповідей VII Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та аспірантів (1 листопада 2018 р., м. Київ)*. Київ: ІПК ДСЗУ, 2018. С. 235–237.
7. Закашанська Н.Ю. Психологічні особливості бренд-комунікації. *Організаційно-управлінські та психологічні аспекти сучасного ринку праці України: тези доповідей VIII Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених (29 жовтня 2019 р., м. Київ)*. Київ: ІПК ДСЗУ, 2019. С. 235–237.
8. Закашанська Н.Ю. Аналіз проблеми формування мотивації та ставлення споживача до бренду. *Інтеграційні можливості сучасної психології та шляхи її розвитку: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. (15–16 жовтня 2020 р., м. Запоріжжя)*. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. С. 117.

Особистий внесок здобувачки. Аналіз наукових джерел, планування та проведення експериментальної частини дослідження, обробку отриманих даних, формулювання висновків, підготовку до друку наукових праць, написання всіх розділів дисертації та анотації здійснено особисто здобувачкою. Дисертаційна робота є самостійним науковим дослідженням. У статтях, написаних у співавторстві, доробок здобувачки полягає здійсненні узагальнення та аналізу маркетів бренд-комунікації [1]; зборі емпіричних даних, обробці отриманих результатів та визначенні емпіричних показників стратегій поведінки споживачів [3]; визначенні ціннісних маркерів поведінки споживачів та аналізі їх типології за допомогою кластеризації [4]. Розробки та ідеї, що належать співавтору, у дисертації не використовуються.

Отже, можна зазначити, що:

1) здобувачкою опубліковано чотири наукові роботи у фахових періодичних виданнях України, що висвітлюють основний зміст дисертації та одна публікація в іноземному виданні;

2) публікації достатньо повно розкривають основний зміст дисертації та відповідають умовам зарахування їх за темою дисертації відповідно до п. 6

Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» (Постанова КМУ № 44 від 12.01.2022 зі змінами, внесеними Постановою КМУ № 341 від 21.03.2022).

3) апробацію дисертації засвідчують публікацій тез доповідей на всеукраїнських та міжнародних конференціях.

Відповідність дисертації вимогам, передбаченим пунктом 10 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії.

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленої кваліфікаційної наукової праці на правах рукопису, що виконувалася здобувачкою особисто. Дисертація містить наукові положення, нові науково обґрунтовані результати проведених здобувачкою досліджень, що мають істотне значення для психологічної науки, що підтверджено публікаціями, які розкривають основний зміст роботи. Дисертація свідчить про суттєвий особистий внесок здобувачки у розвиток психологічної науки. Результати дисертаційного дослідження впроваджені у навчальний процес кафедри психології Запорізького національного університету (довідка про впровадження №01/01-23/689 від 05.05.2025); у роботу креативної агенції ТОВ «Галаган» у процесі підготовки, проведення та аналізу соціологічних і маркетингових досліджень (довідка про впровадження №03-1 від 02.01.2025); ТОВ «АДПРО УКРАЇНА»: у формі серії тренінгових і навчально-практичних заходів для працівників агентства (довідка про впровадження №091224 від 09.12.2024).

Висновок про відповідність дисертації встановленим вимогам.

Розглянувши дисертацію Закашанської Наталії Юріївни на тему «Соціально-психологічні детермінанти стратегій поведінки споживачів у кризових умовах», поданої на здобуття ступеня доктора філософії в галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 053 «Психологія» та наукові публікації, у яких висвітлені основні наукові результати дисертації, визначивши особистий внесок у всіх зарахованих за темою дисертації наукових публікаціях, опублікованих зі співавторами, а також узявши до уваги підсумки фахового семінару, вважаємо, що:

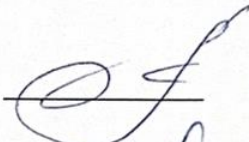
1. Робота є самостійно виконаною завершеною науковою працею, яка проведена із застосуванням сучасних методів емпіричного дослідження, має наукову новизну, практичне та теоретичне значення, адекватна поставленій меті та завданням. Висновки відповідають завданням наукової роботи, що ґрунтуються на матеріалах власних досліджень.

2. Основні результати, нові наукові положення та висновки, сформульовані в дисертації, опубліковані та апробовані в публікаціях, зарахованих за темою дисертації здобувача. В роботі відсутні порушення академічної доброчесності. За актуальністю, ступенем новизни, обґрунтованістю, науковою та практичною цінністю здобутих результатів,

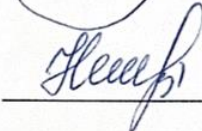
обґрунтованістю, науковою та практичною цінністю здобутих результатів дисертація Закашанської Н.Ю. відповідає вимогам, передбаченим п. 6 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» затвердженим «Постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12.01.2022 (зі змінами)».

3. Дисертацію Закашанської Н.Ю. «Соціально-психологічні детермінанти стратегій поведінки споживачів у кризових умовах», представлену на здобуття наукового ступеня доктор філософії за спеціальністю 053 «Психологія» рекомендовано до захисту у разовій спеціалізованій вченій раді (протокол № 11 фахового наукового семінару кафедри психології від 01.05.2025).

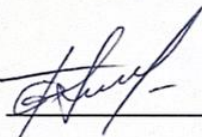
Головуючий на засіданні кафедри:
Завідувач кафедри психології
кандидат психологічних наук, доцент,

 Губа Н.О.

Член експертної групи:
Доктор психологічних наук, професор,

 Шевченко Н.Ф.

Член експертної групи:
Професор кафедри психології,
доктор психологічних наук, доцент

 Горбань Г.О.