

ІНКЛЮЗИВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

Райко Д.В., д-р екон. наук, проф.

Паймаш Г.В., асп.

Кролівець І.В., асп.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Сучасні дослідження свідчать про зростання інтересу серед маркетологів до проблеми інвалідності. Підвищення уваги до інклюзії в маркетингу протягом останніх десятиліть відбувається завдяки змінам та розвитку у концепції інклюзії, характеру та масштабів досліджень, що стосуються її, а також прийнятих методах і підходах, зміни відношення державної політики до людей з особливими потребами [1]. З огляду на це, як державна політика, так і фахівці з маркетингу стали шукати шляхи для участі людей з особливими потребами соціальної системи. Інклюзивний маркетинг почав вказувати на необхідність надання людям з особливими потребами, які надаються всім іншим, включаючи право доступу до ринку та інших послуг, не тільки медичних [2]. Подібним чином комунікація часто служить засобом для вирішення зв'язку між маркетингом і державною політикою.

Нерівність у доступі до освіти, охорони здоров'я, працевлаштування та інші ресурси можуть призвести до соціального та економічного відчуження окремих груп населення. Є необхідність створення безбар'єрного освітнього простору, в якому враховано особливості побудови відносин з людьми з особливими потребами. Цей сприятиме усуненню бар'єрів, як фізичних, так і морально-психологічних, упередженого ставлення та необґрунтованих висновків соціально успішних людей, економічні, фахові, соціальні, педагогічні тощо [3].

Сучасні етапи створення інклюзивного освітнього середовища не завжди супроводжується розумінням та підтримкою. Тому для впровадження та розвитку слід залучати не тільки спеціалістів сфери освіти, а й сформувані маркетингову складову для встановлення можливостей реалізації людям з особливими потребами своїх послуг в соціумі та на ринку праці. Спочатку слід мобілізувати соціальні зусилля, що сприятиме підтримки впровадження та розпочати процес досягнення консенсусу. Важливими є розробка ефективних програм для адаптації та інтеграції людей з особливими потребами в суспільство з

економічним потенціалом і ефективністю [3].

Крім того, велике значення для розвитку потенціалу людей з особливими потребами має соціальний контакт з однолітками. Так було встановлено, що більше можливостей для значущого соціального контакту може покращити соціальну участь, а також покращити академічні результати для учнів з особливими освітніми потребами, які навчаються у звичайних школах [4].

Експерти визначили, що навчання всіх дітей з особливими освітніми потребами доцільно здійснювати в загальноосвітніх навчальних закладах з урахуванням їх психофізичних можливостей, адже в демократичному суспільстві, де освіта є важливим інструментом самореалізації, реалізувати себе може кожна людина, а відповідно, і діти з особливими потребами [5].

Отже, інклюзивний маркетинг може сприяти розвитку потенціалу людей з особливими потребами. Фокус уваги інклюзивного маркетингу поступово перемістився з державної політики та добробуту на соціально трансформаційні інновації, які гарантують більш системні зміни та активну участь людей з особливими потребами в суспільстві.

Список використаних джерел

1. Celestino, S., Garofano, A., Masiello, B. (2024). Disability and marketing: a bibliometric analysis and systematic literature review. *Ital. J. Mark.* 2024, 311–337. <https://doi.org/10.1007/s43039-024-00098-3>.
2. Kuppelwieser, V. G., & Klaus, P. (2020). A primer for inclusive service marketing theory. *Journal of Services Marketing*, 34(6), 749–756.
3. Косенко, О. (2024). Концептуальні напрямки соціально-орієнтованого маркетингу людського потенціалу людей з інвалідністю. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*, (2), 41–46. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.2.41>.
4. Pinto, C., Baines, E., & Bakopoulou, I. (2019). The peer relations of pupils with special educational needs in mainstream primary schools: The importance of meaningful contact and interaction with peers. *The British journal of educational psychology*, 89(4), 818–837. <https://doi.org/10.1111/bjep.12262>.
5. Pinto, C., Baines, E., & Bakopoulou, I. (2019). The peer relations of pupils with special educational needs in mainstream primary schools: The importance of meaningful contact and interaction with peers. *The British journal of educational psychology*, 89(4), 818–837. <https://doi.org/10.1111/bjep.12262>.