

Голові разової спеціалізованої вченої ради в
Національному університеті
«Одеська політехніка»
доктору наук з державного управління,
професору
Саханенку С. Є.

ВІДГУК ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА

докторки наук з державного управління, доцентки, доцентки кафедри публічного управління та адміністрування Одеського національного технологічного університету **Мануїлової Катерини Віталіївни** на дисертацію **Волошенюк Анни Миколаївни** на тему: "**Механізми бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти України**", подану у спеціалізовану вчену раду Національного університету «Одеська політехніка» Міністерства освіти і науки України на здобуття наукового ступеня доктора філософії у галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування, за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування.

Актуальність теми дисертації та її зв'язок з науковими програмами, темами

Тема дослідження механізмів бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти України є вельми актуальною та важливою в сучасному світі. В умовах воєнного стану не лише вітчизняні, а й закордонні ЗВО стали активно залучати українських студентів-біженців, що негативно впливає на контингент українських ЗВО. Ці конкурентні умови вимагають від українських ЗВО надавати якісну освіту, пропонувати привабливі освітні програми, вигідні умови для студентів та стимулюють ЗВО працювати над розвитком своїх конкурентних переваг.

Сучасні абітурієнти при виборі ЗВО орієнтуються не тільки на освітню програму, а й на імідж, репутацію, матеріально-технічну базу тощо. Дедалі частіше абітурієнти дізнаються про ЗВО через інтернет-ресурси, відгуки студентів, фотографії та відео матеріально-технічної бази та з іншої інформації зі ЗМІ, а також завдяки досягненням та високим рейтингам ЗВО.

Управління брендом може допомогти покращити імідж ЗВО, що приверне більше потенційних студентів, інвесторів та відомих науковців і викладачів.

Бренд-орієнтоване управління може допомогти визначити або поновити цінності та мету ЗВО, що припадає до смаку потенційним абітурієнтам і залучить їх до навчання.

Сучасні методи бренд-орієнтованого управління дозволяють створити сприятливу атмосферу для розвитку студентів, що сприяє їх професійному росту та навчанню.

Дослідження у сфері управління брендом для ЗВО може сприяти збільшенню ефективності рекламних кампаній та популяризувати унікальні особливості ЗВО.

Міжнародний рівень конкурентоспроможності української освіти може бути підвищений завдяки впровадженню бренд-орієнтованого управління, що залучить більше іноземних студентів та інвесторів. Вони також звертають увагу на імідж, репутацію, матеріально-технічну базу та інші фактори, які сприятимуть їхньому успіху та задоволенню в процесі навчання.

Отже, тема є актуальною для підвищення ефективності управління ЗВО в умовах жорсткої конкуренції.

**Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і
рекомендацій, сформульованих у дисертації**

В ході дослідження теми авторка вивчила й аналізувала різні аспекти бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти України.

У вступі дослідження авторкою цілком вірно обґрунтовано актуальність теми, визначено мету і завдання, об'єкт і предмет дослідження, а також розкрито наукове і практичне значення дисертаційного дослідження.

У першому розділі розглянуто сутність бренду, його функції, значення та основні складові елементи. Авторка запропонувала авторське своє визначення поняття "бренд" і визначила різні аспекти бренду, включаючи ідентичність, імідж, репутацію, зв'язок з цільовою аудиторією та інші. Також у дисертації розглянуто концепція бренд-орієнтованого управління в освіті і його компоненти.

У другому розділі проаналізовано сучасний стан і тенденції розвитку брендингу в системі освіти в Україні. Розглянута державна політика розвитку бренд-орієнтованого управління в системі вищої освіти України й ефективність застосування бренд-підходу в управлінні освітою. Досліджено організаційні аспекти системи управління брендами у вищій освіті України та визначені вимоги до бренд-орієнтованої системи управління освітою в умовах конкуренції. Проаналізовано підходи та методи брендування, які застосовуються в українських закладах вищої освіти, а також надана їм оцінка.

У третьому розділі авторка розробила практичні методичні підходи до формування бренд-орієнтованої системи управління в закладах вищої освіти. У розділі досліджено організаційні аспекти системи управління брендами у вищій освіті та сформована система управління брендами в контексті підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти. Авторка розробила модель підготовки бренд-менеджерів, яка включає компетентності, необхідні для формування сильного бренду в закладах вищої освіти.

Дисертаційне дослідження має наукове значення, оскільки розкриває сутність бренд-орієнтованого управління в системі освіти та вплив цього підходу на конкурентоспроможність закладів вищої освіти. Практичне значення дослідження полягає в тому, що воно надає рекомендацій для закладів вищої освіти щодо впровадження бренд-орієнтованої системи управління.

У дисертаційній роботі розроблені новітні підходи до управління конкурентоспроможністю вищої освіти України на основі бренд-орієнтованого підходу, що мають практичну значущість для подальшого розвитку освітньої системи.

Сформульовані у дисертації наукові положення, висновки та рекомендації є обґрунтованими, базуються на аналізі нормативно-правової бази законодавства освіти України.

У дисертаційній роботі використана значна кількість наукової літератури.

Зокрема, список використаних джерел налічує 105 найменувань.

Достовірність матеріалів дисертаційного дослідження підтверджена в процесі їх апробації на чисельних науково-комунікативних заходах, в яких брала участь дисертантка.

Достовірність і наукова новизна одержаних результатів

Дисертаційна робота А. М. Волошенюк є результатом наукових досліджень, спрямованих на визначення теоретичних засад та особливостей розвитку бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю в системі вищої освіти та створення на цій основі моделі підготовки бренд-менеджерів для всіх галузей, зокрема для вищої освіти України.

Наукову новизну одержаних А. М. Волошенюк результатів дослідження підтверджено тим, що в дисертаційній роботі розроблені новітні підходи до управління конкурентоспроможністю вищої освіти на

основі бренд-орієнтованого підходу та мають практичну значущість для подальшого розвитку освітньої системи.

Відповідно до результатів, отриманих у процесі дослідження, сформульовано теоретичні положення й висновки, зокрема,

уперше:

- здійснено комплексне дослідження бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти як цілісної системи;
- концептуалізовано наукові засади механізмів бренд-орієнтованого управління;
- розроблена модель підготовки бренд-менеджерів вищої освіти;

удосконалено:

- ключові аспекти бренду в системі вищої освіти та встановлено їх взаємозв'язок з конкурентоспроможністю закладів вищої освіти;
- організаційно-методичні механізми, що впливають на формування та розвиток бренду вищої освіти;

дістали подальшого розвитку:

- понятійно-категоріальний апарат науки публічного управління та адміністрування у частині уточнення змісту базових понять;
- визначення ролі бренду у забезпеченні конкурентоспроможності закладів вищої освіти;
- систематизація та узагальнення наукових праць з теми дослідження, що дозволило визначити основні тенденції, характеристики, стан розробленості, рівень інтересу науковців до визначеної проблеми;
- емпіричне дослідження відповідності реальної практики управління брендом вищої освіти – теоретичним засадам;
- рекомендації з впровадження бренд-орієнтованого підходу у систему управління вищою освітою.

Вагомим науковим здобутком дисертанті стало розроблення новітніх підходів до управління конкурентоспроможністю вищої освіти на основі

бренд-орієнтованого підходу та мають практичну значущість для подальшого розвитку освітніх систем.

Проведений аналіз дисертаційного дослідження дає змогу дійти до висновку, що основні наукові положення, висновки та рекомендації, викладені у дисертації А. М. Волошенюк є аргументованими. Висновки та пропозиції здобувачки викладено змістовно та лаконічно. Наукова новизна дослідження сформульована дисертанткою самостійно і має належний рівень обґрунтування.

Достовірність результатів і практична значущість результатів дослідження

Достовірність результатів дисертаційного дослідження Волошенюк Анни Миколаївни підтверджується їх практичним упровадженням у діяльність органів публічної влади підтверджено відповідними довідками.

Наукові рекомендації, пропозиції, висновки, отримані в дисертаційному дослідженні, враховані та використані у діяльності:

- Департаменту освіти і науки Одеської обласної державної адміністрації;
- Одеського державного екологічного університету.

Результати дисертаційного дослідження підтверджують ефективність запропонованих автором бренд-орієнтованих підходів і рекомендацій, які включають застосування механізму управління, підвищення конкурентоспроможності на засадах брендингу та методики брендування з використанням освітнього брендбуку, диджиталізації, айдентики.

Отримані результати можуть бути використані як основа для подальшого розвитку конкурентоспроможності вищої освіти України.

Викладені в дисертації висновки та рекомендації можуть бути використані керівниками закладів вищої освіти для розробки та впровадження стратегій управління, спрямованих на підвищення рейтингу

та привабливості їхніх закладів шляхом реалізації механізмів бренд-орієнтованого управління.

Запропоновані практичні рекомендації з впровадження бренд-орієнтованого підходу у систему управління вищою освітою можуть бути використані керівниками та спеціалістами з управління закладами вищої освіти для покращення якості освітніх послуг та збільшення їхньої привабливості на ринку освітніх послуг.

Повнота викладу основних положень дисертації в опублікованих працях

Основні положення та результати дисертаційного дослідження А. М. Волошенюк опубліковано у 6 працях, у тому числі: у 5 статтях, 3 з яких у наукових фахових виданнях, 1 - у зарубіжному виданні; та 2 публікаціях у збірниках матеріалів науково-комунікативних заходів.

В опублікованих працях розкрито основні положення дисертації, що становлять наукову новизну і винесені на захист. Кількість, обсяг та зміст друкованих праць відповідають вимогам п. 8 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44 МОН України та надають авторові право публічного захисту дисертації.

Детальний аналіз представленого рукопису дисертації та наукових публікацій дає підстави констатувати ідентичність публікацій і основних положень дисертації.

Зауваження щодо змісту дисертації

Дисертаційне дослідження А. М. Волошенюк демонструє вміння авторки аналізувати наукові концепції та теорії, застосовувати їх у практичних дослідженнях і робити новий внесок у сучасну науку публічне управління. Видно, що дисертантка опанувала важливими методологічними підходами та інструментами у своїй галузі, і її робота буде значним внеском у сферу бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти України. Крім того, дисертаційне дослідження має наукову значущість і може стати основою для подальших досліджень та розвитку управління вищою освітою. В цілому, рецензоване дисертаційне дослідження є високоякісним і досягає поставлених цілей та завдань.

Однак, важливо також зазначити, що критичний підхід до окремих позицій авторки є нормальною практикою в наукових дослідженнях, оскільки критичний підхід є необхідним для розвитку наукового знання і його постійного вдосконалення.

Так, окремі положення дисертаційного дослідження потребують уточнення та спонукають висловити деякі зауваження. Зокрема:

1. На С. 51 авторкою цілком доречно було зазначено, що «у всьому світі існує велика кількість університетів і коледжів, які застосовують практики маркетингу та бренд-менеджменту для отримання конкурентних переваг». На Вашу думку, яка структура управління ЗВО має займатись бренд-менеджментом для отримання конкурентної переваги?

2. Авторка проаналізувала етику ділових відносин у ЗВО (С. 90 – 92), як Ви вважаєте, якими нормативними документами має бути врегульовано проблема етикету в ЗВО?

3. На с. 105 дослідниця зазначила, що одним з основних факторів, що визначають конкуренцію освітніх послуг на вітчизняному ринку "є проблема вартості навчання". Уточніть, будь ласка, як брендоорієнтоване управління у ЗВО вплине на вартість навчання?

4. У п. 3.3. наведена авторське бачення "моделі підготовки бренд-менеджерів у контексті підвищення конкурентоспроможності закладів вищої

освіти". Проте із тексту дисертації не зрозуміло, якій попит на ринку праці України професії бренд-менеджер?

Втім, наведені дискусійні положення, уточнення та рекомендації суттєво не впливають на наукову та практичну цінність дисертаційного дослідження у галузі Публічного управління та адміністрування.

Загальний висновок

Попри окремі недоліки, які істотно не впливають на загальну позитивну оцінку дослідження, можна зробити висновок, що дисертація Волошенюк Анни Миколаївни "Механізми бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти України", є завершеним науковим дослідженням.

Тема дисертації є вельми актуальною, а отримані в роботі наукові результати вирішують актуальне наукове завдання, що полягає в визначенні теоретичних засад та особливостей розвитку бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю в системі вищої освіти України.

Дисертаційна робота має наукову цінність і відповідає вимогам наукової роботи. У дисертаційній роботі розкрито нові аспекти бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти.

Волошенюк А. М. показала здатність до самостійної роботи, критичного мислення і творчого підходу до розв'язання наукових проблем.

Загальні висновки дисертації є обґрунтованими і відповідають поставленим цілям.

Мовне оформлення дисертації є належним і передає інформацію чітко та точно. Використана лексика і стиль відповідають академічним стандартам і забезпечують зрозумілість тексту.

Структура дисертації допомагає читачеві легко орієнтуватися в матеріалі і отримати повну картину дослідження. Кожен розділ має логічну

послідовність і містить вступ, теоретичну частину, опис результатів дослідження та висновки.

Усі висновки та пропозиції, які містяться в дисертації, мають практичну значущість і можуть бути використані для подальшої роботи в освітній галузі.

Отже, дисертація відповідає вимогам наукової роботи, представляє нові результати дослідження і має наукову цінність. Основні результати повною мірою віддзеркалено в опублікованих працях авторки. Висновки до розділів та загальні висновки дисертації є обґрунтованими, а пропозиції мають практичну значущість.

Отже, за своєю актуальністю, постановкою завдань, науковою та практичною значущістю отриманих результатів дисертація відповідає вимогам, сформульованим у Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44, а її автор, Волошенюк Анна Миколаївна, заслуговує присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування.

Офіційний опонент:

доцентка кафедри публічного управління
та адміністрування Одеського національного
технологічного університету,
докторка наук з державного управління,
доцентка

К. В. Мануїлова

" ____ " _____ р.

