

## ВІДГУК

**про наукову новизну, теоретичне та практичне значення  
результатів дисертаційної роботи  
Яковлєвої Олени Юрїївни  
«Науково-практичні підходи до формування моделі бренду освітньої  
послуги фармацевтичного закладу вищої освіти»  
на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань «Охорона здоров'я»  
за спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація**

**Актуальність обраної теми дисертації.** Сучасний заклад вищої освіти (ЗВО) ставить своєю стратегічною метою створення його бренду та довготривалої лояльності споживачів. Створення сильного бренду - складний творчий процес, що вимагає професійного підходу. Найбільше сприяє успішному розвитку закладу вищої освіти продуманий підхід щодо засобів просування освітніх послуг до споживача, формування планів комунікацій у маркетинговій діяльності, ефективна організація рекламної політики, застосування PR-технологій. Найважливішими для просування бренду закладу вищої освіти є такі інструменти маркетингових комунікацій: реклама, івенти, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, розробка фірмового стилю, представництво закладу в інтернет-просторі.

Для підтримки стійкого позитивного іміджу та формування бренду ЗВО необхідно постійно надавати споживачам освітніх послуг інформацію про унікальність закладу, особливості побудови освітнього процесу та його специфіку. Також важливо розробляти інформаційний матеріал про заклад вищої освіти, який повинен бути доступний, зрозумілий і відображати позитивні зміни в житті ЗВО, демонструвати досягнення закладу, отримані в процесі зростання. Професійне проведення маркетингових досліджень, ефективна робота з просування бренду, продуманий підхід до створення комунікативних програм із формування бренду ЗВО є факторами та ресурсами успішного розвитку.



Незважаючи на досить велику кількість наукових праць, присвячених питанням конкурентоспроможності ЗВО, аналіз їх підтверджує необхідність проведення глибоких досліджень з врахуванням специфіки підготовки та майбутньої професійної діяльності здобувачів освіти.

**Зв'язок з науковими програмами, планами, темами.**

Дисертаційну роботу виконано згідно з планом науково-дослідних робіт Національного фармацевтичного університету (НФаУ) за темою «Організація фармацевтичної справи, менеджмент і маркетинг у фармації» (номер державної реєстрації НДР 0114U000954).

**Ступінь обґрунтованості і достовірності наукових положень, висновків та рекомендацій, сформульованих у дисертаційній роботі.**

Кваліфікаційна наукова праця виконана дисертантом на високому сучасному науковому рівні. Застосовані в дисертаційній роботі методи відповідають поставленим завданням, а обсяг наукових досліджень забезпечує досягнення мети дисертації. У роботі використано такі наукові методи досліджень: порівняння, анкетування, статистичний та логічний аналізи, структурний і функціональний аналізи, контент-аналіз, таксономічний та кластерний аналізи.

Отримані результати є достовірними, що підтверджено репрезентативністю вихідних даних.

Висновки дисертаційної роботи логічно витікають із отриманих результатів дослідження.

Теоретичною та методологічною основою дисертаційного дослідження є фундаментальні і прикладні принципи та підходи до формування й управління брендом освітньої послуги ЗВО.

**Наукова новизна одержаних результатів.**

Сформульовані у дисертації наукові положення, висновки та рекомендації є значущими для науки та практики. У дисертації *вперше розроблено і апробовано:*



- структуру процесу формування цінності бренду освітніх послуг для фармацевтичного закладу вищої освіти;
- методику оцінювання якісних і кількісних характеристик бренду освітніх послуг;
- комплексну методику формування, просування та оцінювання бренду освітніх фармацевтичних послуг.

*Автором удосконалено визначення понять: «бренд освітніх послуг», «результативність бренду освітніх послуг» та «ефективність бренду освітніх послуг», «ризик розширення бренду освітньої послуги», «ринкова сила бренду освітньої послуги», «івент» на основі аналізу й синтезу концепцій його сутності, що дозволило автору сформулювати цілісне, багатоаспектне розуміння економічних і комунікативних результатів брендингу.*

*У дисертації набуло подальшого розвитку:*

- класифікація результативності та ефективності брендингу на основі змісту результатів (цілей) брендингу;
- метод оцінювання результативності та ефективності брендингу фармацевтичного ЗВО на основі багаторівневого аналізу результатів брендингу;
- класифікація, види та алгоритм розроблення івентів, які проводяться фармацевтичним ЗВО;
- дослідження позиціонування фармацевтичного ЗВО в глобальних та національних рейтингах із метою визначення векторів формування й управління брендом освітніх фармацевтичних послуг на підставі результатів рейтингів;
- підходи до дослідження уявлення про сприйняття цільовими аудиторіями брендів ЗВО, які здійснюють підготовку фахівців фармації.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в розробці теоретичних, організаційних, методичних і науково-практичних засад брендингу фармацевтичного ЗВО, що враховує специфіку освітніх послуг та вплив зовнішнього і внутрішнього середовища.



Практичне значення дисертаційної роботи підтверджено впровадженням науково-методичних рекомендацій щодо розробки моделі бренду освітньої послуги в діяльність медичних й фармацевтичних ЗВО, що підтверджено 10 актами впровадження.

#### **Структура і зміст основних положень дисертаційної роботи.**

Структура дисертаційної роботи Яковлевої О. Ю. в цілому відповідає вимогам, що висуваються до дисертацій, та складається зі змісту, переліку умовних скорочень, вступу, основної частини, висновків, переліку використаних джерел і додатків.

Основна частина дисертації містить розділ з аналізу літературних джерел щодо формування та управління брендом освітніх послуг; розділ із визначенням напрямів досліджень, представленням загальної методології та методів досліджень; три експериментальні розділи із результатами власних досліджень і розробок автора.

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертаційного дослідження, представлено зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами; сформульовано мету та завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження; наведено наукову новизну й практичне значення отриманих результатів, визначено особистий внесок здобувача, наведено перелік науково-практичних конференцій, на яких було оприлюднено результати дисертаційних досліджень, структуру та обсяг дисертації.

У *першому розділі* дисертаційної роботи Яковлевої О. Ю. вивчено теоретичні основи брендингу, визначено його суть, мету, завдання, предмет і об'єкт, а також результати брендингу. Узагальнено етапи еволюції брендингу. Досліджено основні характеристики, які сприяють пізнаваності бренду. Вивчено переваги використання брендингу. Досліджено існуючі підходи до формування та управління брендом на ринку освітніх послуг у світовій практиці та в Україні. Вивчено основні стратегії управління брендом. Визначено особливості створення бренду освітньої фармацевтичної послуги. Досліджено фактори, які здійснюють вплив на формування бренду



освітньої фармацевтичної послуги.

У *другому розділі* дисертаційної роботи наведено методологію дисертаційного дослідження, послідовність і структуру проведення дисертаційного дослідження, запропоновано його напрями та результати. Представлено використані методи дослідження.

У *третьому розділі* дисертації Яковлевої О. Ю. обґрунтовано значення маркетингових комунікацій для просування бренду освітньої фармацевтичної послуги на ринку. Визначено цільові аудиторії, які є об'єктом впливу при просуванні бренду освітньої послуги. Запропоновано заходи PR-технологій у сфері освітніх послуг.

Розроблено маркетингову програму заходів щодо залучення потенційних вступників, роботодавців, яка покликана підвищити ефективність та економічну діяльність ЗВО, здійснити більш чітке позиціонування з урахуванням цінностей та інтересів цільової аудиторії. З метою оцінки переваг та недоліків ЗВО фармацевтичного спрямування проведено SWOT-аналіз. Запропоновано орієнтовний план (структуру маркетингової програми) щодо залучення потенційних вступників, роботодавців.

Розроблено алгоритм побудови карти сприйняття освітньої послуги ЗВО, які здійснюють підготовку фармацевтичних кадрів.

Вивчено рівень задоволеності стейкхолдерів освітньою фармацевтичною послугою. Запропоновано методику визначення задоволеності роботодавців випускниками ЗВО.

Вивчено показники комунікативної результативності управління брендом.

У *четвертому розділі* дисертаційної роботи проведено аналіз інструментів формування бренду освітньої послуги (на прикладі НФаУ) та запропоновано карти позиціонування, індивідуалізації та ідентичності бренду освітньої фармацевтичної послуги.



індексується наукометричною базою Scopus, 9 тез доповідей, 1 методичні рекомендації. Отримано 1 свідоцтво на реєстрацію авторського права на твір.

#### **Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертаційної роботи.**

1. У підрозділі 1.1 «Вивчення теоретичних основ брендингу» доцільно було б більш детально описати інформацію, представлену на рис. 1.3 «Рівні якостей брендів та їх характеристика».

2. Дискусійним питання є місце розміщення підрозділу 3.4 «Оцінка результативності формування бренду освітньої послуги фармацевтичного ЗВО», який носить теоретичний характер, тому, на наш погляд, його доцільно було б перенести до розділу 1 «Аналіз закордонного та вітчизняного досвіду формування і управління брендом освітньої послуги у системі вищої школи».

3. У роботі зустрічаються орфографічні помилки та русизми.

#### **Загальний висновок.**

Дисертація Яковлевої О.Ю. за темою «Науково-практичні підходи до формування моделі бренду освітньої послуги фармацевтичного закладу вищої освіти» є закінченим науковим дослідженням, у якому отримані нові науково обґрунтовані результати, повністю виконано поставлене наукове завдання, що підтверджують оволодіння здобувачем методологією наукової діяльності.

Розглянувши дисертацію Яковлевої Олени Юріївни за темою «Науково-практичні підходи до формування моделі бренду освітньої послуги фармацевтичного закладу вищої освіти» (науковий керівник – кандидат фармацевтичних наук, доцент Волкова А.В.) та наукові праці, у яких висвітлені основні наукові результати, визначивши особистий внесок дисертанта та співавторів, а також за результатами попередньої експертизи (фахового семінару), вважаємо, що робота є актуальною та виконана з використанням сучасних методів експериментального дослідження, має наукову та практичну значимість отриманих результатів проведених

