

РІШЕННЯ
разової спеціалізованої вченої ради
про присудження ступеня доктора філософії

Спеціалізована вчена рада Національного університету «Одесська політехніка» Міністерства освіти і науки України, м. Одеса, прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування на підставі прилюдного захисту дисертації "Механізми бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю вищої освіти України" за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування 12 січня 2024 року.

Волошенюк Анна Миколаївна 1992 року народження, громадянка України, освіта вища, закінчила:

– у 2010 році Херсонський політехнічний коледж Одеського національного політехнічного університету, за спеціальністю Бухгалтерський облік (очна форма навчання) і здобула кваліфікацію молодшого спеціаліста з бухгалтерського обліку та Діловодство (заочна форма навчання) та здобула кваліфікацію молодшого спеціаліста.

– у 2014 році Одеський національний політехнічний університет, за спеціальністю Менеджмент організацій і адміністрування, здобула кваліфікацію спеціаліста з менеджменту організацій і адміністрування, менеджера (управителя) організації.

– у 2018 році Одеський державний екологічний університет за спеціальністю Публічне управління та адміністрування здобула кваліфікацію магістр з публічного управління та адміністрування.

Працює на посаді завідувачки відділення у Відокремленому структурному підрозділі «Одеський фаховий коледж комп’ютерних технологій Одеського державного екологічного університету» з 2020 року до цього часу.

Дисертацію виконано у Національному університеті «Одесська політехніка», Міністерство освіти і науки України, м. Одеса.

Науковий керівник: Колісніченко Наталя Миколаївна, докторка наук з державного управління, професорка, Національний університет «Одесська політехніка». завідувачка кафедри соціально-гуманітарних наук Навчально-наукового інституту публічної служби та управління.

Здобувачка має 11 наукових праць за темою дисертації, у тому числі: 4 статті – у наукових фахових виданнях України, 1 – у зарубіжному виданні, 6 – у збірниках тез доповідей на науково-практичних заходах:

1. Волошенюк А. М. Конкурентоспроможність бренду при виборі абитурієнтами закладу вищої освіти: управлінські виклики. *Актуальні проблеми державного управління*, 1(82). 2021. С. 73–76. URL: <https://doi.org/10.35432/1993-8330appa1822021229138>; URL: <http://uran.oridu.odessa.ua/article/view/229138>

2. Волошенюк А. Механізми управління формуванням бренду як позитивного іміджу закладу вищої освіти України. *Науковий вісник: Державне управління*, 2 (12). 2022. С. 6–17. URL: [https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-2\(12\)-6-17](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-2(12)-6-17); URL: <https://nvdu.undicz.org.ua/index.php/nvdu/article/view/239>

3. Volosheniuk, A. (2022). Mediatization as an element of the mechanism of brand oriented management of higher education in Ukraine. *Knowledge, Education, Law, Management*, No. 8, P. 131–135. URL: <https://doi.org/10.51647/kelm.2022.8.21>; URL: <http://kelmczasopisma.com/ua/viewpdf/9981>

У дискусії взяли участь голова і члени разової спеціалізованої вченої ради:

Саханенко Сергей Єгорович, доктор наук з державного управління, професор, Національний університет «Одеська політехніка», професор кафедри публічного управління та регіоналістики Навчально-наукового інституту публічної служби та управління.

Без зауважень.

Матвеєнко Ірина Володимирівна, кандидатка наук з державного управління, Національний університет «Одеська політехніка», доцентка кафедри місцевого самоврядування та розвитку територій Навчально-наукового інституту публічної служби та управління.

Позитивно оцінила роботу та вказала на окремі дискусійні положення дисертації і висловила такі зауваження і пропозиції:

1. У розділі 2 (п. 2.1) дисерантка характеризує та аналізує деякі законодавчі та нормативні документи, які впливають на аспекти розвитку бренду та бренд-орієтованого управління в системі вищої освіти. Однак на нашу думку в цьому розділі також можна було б запропонувати конкретні пункти-рішення для внесення змін, які б ще більше розгортали актуальність даного дослідження. Це допоможе підвищити обґрунтованість та актуальність дослідження, надаючи конкретний внесок у визначення проблем та можливостей, пов'язаних із законодавчим контекстом у сфері брендування вищої освіти.

2. Авторкою було представлено фактори впливу на конкурентне освітнє середовище (с.103–105), втім додаткове висвітлення саме переваг конкуренції перед ЗВО дозволить отримати глибше розуміння факторів впливу на систему управління брендом. Це сприятиме більш точному та повному визначенню чинників, які формують конкурентне освітнє середовище, і надасть можливість розробити більш ефективні стратегії управління брендом у контексті конкуренції. Такий підхід сприятиме не лише розширенню наукового знання, а й наданню практичної цінності для вдосконалення систем управління брендами вищої освіти.

3. У розділі 2, пункті 2.2, при розробці програми брендингу, всі її складові, доцільно було б оформити у графічно/табличному вигляді, для швидшого сприйняття матеріалу та перегляду інформації.

Панченко Ганна Олександровна, кандидатка наук з державного управління, Національний університет «Одеська політехніка», доцентка кафедри публічного управління та регіоналістики Навчально-наукового інституту публічної служби та управління.

Позитивно оцінила та підтримала дослідження та звернула увагу на деякі висновки і твердження:

1. У розділі 2 (п. 2.1) представлені підходи та заходи реалізації державної політики щодо розвитку бренд-орієнтованого управління в системі вищої освіти, яка є ключовою для забезпечення високої якості освіти, впровадження інновацій, розвитку та залучення уваги до важливості ЗВО. Більш чітка реалізація державної політики із зазначенням виконавців кожного підходу сприяла б більш прозорому розподілу функцій управління, що, в свою чергу, сприятиме ефективнішому впровадженню та виконанню стратегій, спрямованих на покращення вищої освіти. Цей підхід сприятиме оптимізації ресурсів та створенню сприятливого середовища для подальшого розвитку освітньої системи.

2. На сторінці 124 дисеранткою сформовано стратегії бренду в системі вищої освіти на основі Закону України "Про вищу освіту" (рис. 3.1.3). Для розкриття повноти характеристик стратегій слід було б розробити Проект плану доожної з них, що дозволило б більш детально розкрити їх характеристики та визначити конкретні кроки для їх реалізації. Ефект від цього полягає в конкретизації та уточненні планів дій, що сприятиме більш точному і системному виконанню стратегій бренду в системі вищої освіти.

3. При формуванні моделі підготовки фахівців в галузі бренд-менеджменту та визначення їхніх професійних компетенцій та навичок, бракує тлумачення саме посадових обов'язків бренд-менеджера закладу вищої освіти

(с.182–183). Це дозволить забезпечити більш точне і адаптоване до реальних потреб управління брендом вищої освіти формування компетенцій майбутніх фахівців.

Ажажа Марина Андріївна, докторка наук з державного управління, професорка, Запорізький національний університет, професорка кафедри управління та адміністрування, відзначила високий науковий рівень виконаного дослідження та висловити деякі зауваження та побажання:

1. Авторкою розроблено і представлено складові внутрішнього та зовнішнього образу бренду закладу освіти, що відображає іміджеву концепцію, взаємодію зовнішніх сторін і враження (с. 41–45). Доопрацювання даного матеріалу із представленням мапи стейкхолдерів та наведенням показників їх впливу, дало б можливість висвітлити основні питання від зацікавлених сторін, які допоможуть при реалізації стратегії брендингу ЗВО;

2. У пункті 3 підпункті 3.1, при представленні результатів проведення інтерв'ю доречно було б чітко вказати місце та час проведення дослідження (с. 113–118). Такі конкретизації можуть допомогти читачеві краще розуміти умови та контекст проведення інтерв'ю, що важливо для оцінки достовірності та зрозуміння контексту дослідження. Це також може покращити методологічну прозорість та допомогти іншим дослідникам або читачам повніше оцінити важливість та вірогідність отриманих результатів.

3. Дисертаційне дослідження мало б додаткову перевагу, якби авторкою були представлені та розраховані практичні показники конкурентоспроможності при визначені всіх проблематичних факторів, що визначають конкуренцію освітніх послуг на вітчизняному ринку.

Мануїлова Катерина Віталіївна, докторка наук з державного управління, Одеський національний технологічний університет, доцентка кафедри публічного управління та адміністрування, відзначила, що дисертаційне дослідження виконано на високому науково-теоретичному рівні і висловила зауваження:

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". В роботі доцільно було б розробити структуру управління ЗВО, щодо реалізації функцій бренд-менеджмену для отримання конкурентної переваги.

2. Авторка проаналізувала етику ділових відносин у ЗВО (С. 90 – 92). Водночас у дисертаційному дослідженні не зазначено якими нормативними документами має бути врегульована проблема етики 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". Втім, на нашу думку, актуальним було б, уточнення, як бренд-орієнтоване управління у ЗВО вплине на вартість навчання?

4. У п. 3.3 наведено авторське бачення "моделі підготовки бренд-менеджерів у контексті підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти". Проте із тексту дисертації не зрозуміло, який попит на ринку праці України фахівців бренд-менеджерів?

Результати "За" "5" (п'ять) членів ради, відкритого голосування:

"Проти" "немає" членів ради.

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада присуджує Волошеннюк Анні Миколаївні ступінь доктора філософії з галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування.

Голова спеціалізованої разової вченої ради

Сергей САХАНЕНКО

