

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр,

спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

Хамдауі Алаеддіне.

на тему: «Аналіз брендингу аптечних мереж як інструменту підвищення конкурентоспроможності»

Актуальність теми.

У сучасних умовах жорсткої ринкової конкуренції, зокрема в секторі фармацевтичного ритейлу, брендинг аптечних мереж набуває особливого значення. Зростання кількості аптек, посилення регуляторного контролю, а також підвищення поінформованості та вимогливості споживачів вимагають застосування стратегічного підходу до управління брендом. Саме бренд стає ключовим чинником диференціації, що забезпечує довгострокову конкурентну перевагу.

Брендинг сприяє не лише формуванню позитивного іміджу компанії, а й зміцненню довіри споживачів, підвищенню їхньої лояльності та зростанню ринкової частки. Це особливо важливо для аптечних мереж, адже йдеться про чутливу галузь, пов'язану зі здоров'ям людей, де першорядне значення мають якість обслуговування, прозорість і надійність. Світові тенденції підтверджують зростаючу роль брендів у фармацевтичному бізнесі, що доводить досвід провідних міжнародних компаній. Водночас в Україні питання створення та розвитку брендів аптечних мереж досі залишається недостатньо вивченим, що актуалізує потребу в його науковому та практичному аналізі.

Таким чином, дослідження брендингу аптечних мереж як інструменту підвищення їх конкурентоспроможності є своєчасним і важливим для розробки ефективних маркетингових стратегій та зміцнення позицій фармацевтичних компаній на ринку.

Оцінка рівня роботи. Ступінь розкриття теми. Достовірність наведеної в роботі інформації, правдивість фактичних даних. Кваліфікаційна робота виконана на високому науковому рівні. Тема дослідження розкрита повною мірою, відображаючи всі заявлені мету та завдання. Особливо цінним є порівняльний аналіз, що охоплює різні регіони (Україна, США, Марокко), оскільки він дозволяє виявити найкращі практики та проблемні аспекти, що сприятиме розробці більш універсальних та ефективних рішень. Використання методів описової статистики та порівняльного аналізу

дозволило отримати об'єктивні та переконливі результати. Особливо варто відзначити чітке графічне представлення даних (діаграми, таблиці), що полегшує їх сприйняття та аналіз.

Пропозиції автора з теми дослідження.

Автором наведено цінні пропозиції щодо шляхів вдосконалення брендингу аптечних мереж. Вдосконалення брендингу аптечних мереж – це процес, що потребує уваги до деталей, креативності та стратегічного підходу. Використання сучасних технологій, розуміння потреб клієнтів та соціальна відповідальність дозволяють створити унікальний і сильний бренд, який сприяє зміцненню конкурентоспроможності на ринку.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість.

Справжній потенціал бренду відкривається тоді, коли він стає не просто комерційною стратегією, а способом формування емоційного зв'язку між компанією та її клієнтами. Аналіз недоліків та потенційних проблем дозволяє аптечним мережам ефективно управляти брендом і мінімізувати негативні наслідки, зберігаючи при цьому свою конкурентоспроможність на ринку.

Оцінка загальних вражень від кваліфікаційної роботи (оформлення, стиль і грамотність викладення тощо). Робота залишає дуже позитивне враження. Оформлення кваліфікаційної роботи відповідає встановленим вимогам. Стиль викладення матеріалу є науковим, чітким та послідовним. Автор демонструє високий рівень грамотності, відсутні орфографічні, пунктуаційні та стилістичні помилки. Структура роботи логічна, розділи взаємопов'язані, що забезпечує цілісність дослідження.

Недоліки роботи. В роботі не були оцінені найбільші аптечні мережі світу – Кітаю та Індії.

Переваги роботи. Визначено роль брендингу у забезпеченні конкурентоспроможності аптечних мереж. Досліджено світовий досвід використання брендингу у фармацевтичному бізнесі. Проведено порівняльний аналіз конкурентоспроможності провідних аптечних мереж світу, який показав, що успішність аптечних мереж залежить від комплексу факторів: інноваційних підходів до обслуговування клієнтів, ефективного використання цифрових технологій, розширення асортименту послуг, а також збереження високого рівня довіри серед населення. Наведено переваги та недоліки застосування брендингу для підвищення конкурентоспроможності аптечних мереж. Брендинг є інструментом, який дозволяє аптечним мережам зміцнити свої позиції на ринку. Застосовуючи

його, компанії можуть виділитися серед конкурентів, залучити нову аудиторію та побудувати довгострокові відносини з клієнтами.

Висновок: Кваліфікаційна робота на тему: «Аналіз брендингу аптечних мереж як інструменту підвищення конкурентоспроможності», виконана студентом денної форми навчання спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація» Хамдауі Алаеддіном є завершеним науковим дослідженням, що демонструє здатність автора до самостійної наукової роботи, аналітичного мислення та обґрунтування висновків. Робота відповідає всім вимогам, що пред'являються до кваліфікаційних робіт магістра за спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація, і заслуговує на відмінну оцінку.

Рецензент: викладач, доктор філософії  Коробко М.Ю.

11.06.2025 року.

