

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(1\)-13](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(1)-13)

УДК 005.52:316.46 – 057.874

ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА Тетяна

Полтавський державний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0003-2427-7218>

e-mail: tetiana.voronko-nevidnycha@pdau.edu.ua

ІЩЕЙКІН Тимур

Полтавський державний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9311-6904>

e-mail: ishcheikin.tymur@pdau.edu.ua

СОБЧИШИН Віталій

Полтавський державний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0001-9230-2118>

e-mail: vitalii.sobchysbyn@pdau.edu.ua

РАДІОНОВА Яна

Полтавський державний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0001-9869-0940>

e-mail: yana.radionova@pdau.edu.ua

РОЗВИТОК СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ

У статті обґрунтовані засади розвитку системи менеджменту закладу в контексті формування позитивного іміджу. Зазначено, що позитивний імідж закладу освіти є результатом ефективного менеджменту, який охоплює організаційні, педагогічні, фінансові та комунікаційні аспекти тощо. Доведено, що система менеджменту відіграє ключову роль у створенні та підтримці репутації закладу, що впливає на довіру суспільства, абітурієнтів, батьків, роботодавців, інших стейкхолдерів. Наведені складові іміджу закладу освіти. З'ясовано, що освіта є не лише засобом передачі знань, а й важливим соціально-економічним інструментом, що визначає конкурентоспроможність особистості на ринку праці. Акцентовано увагу на необхідності конкурувати за здобувачів, ресурси та партнерські можливості, що робить формування позитивного іміджу одним із основних аспектів розвитку закладу освіти. Узагальнено, що успішний розвиток системи менеджменту неможливий без розвитку корпоративної культури та впровадження інноваційних методик навчання. Зазначено, що професорсько-викладацький склад, який активно розвивається та інтегрує нові підходи, позитивно впливає на імідж закладу та на результати освітнього процесу.

Ключові слова: імідж, управління іміджем, розвиток, заклад освіти, конкурентоспроможність, менеджмент, інновація, ефективність.

VORONKO-NEVIDNYCHA Tetiana, ISHCHEIKIN Tymur,

SOBCHYSHYN Vitaliy, RADIONOVA Yana

Poltava State Agrarian University

DEVELOPMENT OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION IN THE CONTEXT OF FORMING A POSITIVE IMAGE

The article proves the principles of developing the management system of an institution in the context of forming a positive image. It is clear that a positive image of an educational institution is the result of effective management, which covers organisational, pedagogical, financial and communication aspects, etc. The components of the image of an educational institution are presented. The image of an educational institution is dynamic and changes over time. It is shown that the management system plays a key role in creating and maintaining the reputation of the institution, which affects the trust of society, applicants, parents, employers, and other stakeholders. An educational institution's management system is an organisational structure that ensures effective management of the entire educational process. It includes a set of tools, methods, principles and instruments used to achieve the strategic goals of an educational institution. This system is aimed at optimising all aspects of the institution's functioning, such as the organisation of the educational process, management of the academic staff, infrastructure development, interaction with stakeholders, and the formation of the institution's image.

It is vital to compete for applicants, resources and partnership opportunities, so the formation of a positive image is a top priority for the development of an educational institution. Education is not only a means of transferring knowledge, but also an important socio-economic tool that determines the competitiveness of an individual in the labour market. Successful development of the management system is impossible without the development of pedagogical culture and introduction of innovative teaching methods; the teaching staff, which actively develops and integrates new approaches, has a positive impact on the image of the institution and the results of the educational process. A well-formed image is a tool for communicating with the target audience. It creates a positive perception of the brand, helps to stand out among competitors and overcomes barriers such as distrust and indifference.

Keywords: image, image management, development, educational institution, competitiveness, management, innovation, efficiency.

Стаття надійшла до редакції / Received 01.04.2025

Прийнята до друку / Accepted 28.04.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Управління закладом освіти є ключовим фактором його стабільного розвитку, підвищення конкурентоспроможності та формування довіри серед стейкхолдерів. Позитивний імідж закладу освіти є результатом ефективного менеджменту, який охоплює організаційні, педагогічні, фінансові та комунікаційні аспекти. За сучасних умов заклади освіти змушені конкурувати за здобувачів, ресурси та партнерські можливості, що робить формування позитивного іміджу одним із основних аспектів їхнього розвитку. Насьогодні освіта є не лише засобом передачі знань, а й важливим соціально-економічним інструментом, що визначає конкурентоспроможність особистості на ринку праці. Проте, основною проблемою є відсутність або недостатній рівень системного підходу до управління іміджем закладу освіти, що може знижувати його привабливість для абітурієнтів, інвесторів, партнерів, громади і суспільства загалом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку системи менеджменту закладу освіти в контексті формування позитивного іміджу досліджувала низка науковців, зокрема, серед них: К. Десятник [2], Т. Воронько-Невіднича, Н. Баган [3; 6; 8], С. Одінцева, Л. Артеменко [4], А. Манущак [11], О. Мармаза [7], Г. Савіна, Д. Макачук [1], О. Романовська [12], Т. Рябова, Н. Воєдило [5], О. Ткаченко [10] та ін.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Теоретичний аналіз цієї проблеми свідчить про її певну дослідженість та відображення в наукових працях. Водночас управлінська практика освітніх закладів демонструє нестачу системності у її вирішенні. Адміністрації часто не приділяють достатньої уваги формуванню іміджу установ, що пояснюється недостатнім усвідомленням його значення для подальшого розвитку. Крім того, у сучасній літературі бракує ґрунтовних напрацювань, які б висвітлювали практичні аспекти реалізації цього процесу в умовах освітніх реформ.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою цієї статті є аналіз принципів розвитку системи менеджменту закладу освіти з точки зору формування його позитивного іміджу, а також визначення ключових складових і основних завдань, необхідних для його зміцнення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Успішність освітньої реформи безпосередньо залежить від ефективності управлінської системи, її здатності оперативного адаптуватися до змін, розробляти стратегії відповідно до новітніх концепцій і підходів, спираючись на сучасні принципи. Сьогодні стає очевидним, що освіта переходить на якісно новий рівень, що передбачає відмову від застарілих методів управління, сприяє розвитку демократичних процесів і посиленню ролі громади у прийнятті рішень. Це вимагає від керівництва закладів освіти модернізації управлінських підходів, застосування принципів освітнього менеджменту та турботи про репутацію установ [1-3]. У результаті зростає конкуренція на ринку освітніх послуг, адже розвиток закладу нерозривно пов'язаний із формуванням його позитивного іміджу [4; 5].

Таким чином, розвиток системи менеджменту є ключовим фактором для створення позитивного іміджу закладу освіти, що забезпечує його конкурентоспроможність, престиж і довіру з боку суспільства.

Імідж, безсумнівно, є інструментом досягнення стратегічних цілей закладу освіти. Стратегічні цілі – це цілі, які впливають на основні аспекти діяльності та орієнтовані на майбутнє. Управління іміджем має передусім закласти основу для іміджу, що вимагає цілеспрямованого та систематичного аналізу діяльності на кожному етапі життєвого циклу установи. Вирішення цього питання дозволить підвищити ефективність управління та забезпечити відповідність іміджевої політики зовнішнім і внутрішнім умовам діяльності.

У сучасному світі заклади освіти стикаються з викликами конкуренції, необхідністю відповідати високим стандартам якості освіти та підтримувати позитивний імідж. Система менеджменту відіграє ключову роль у створенні та підтримці репутації закладу, що впливає на довіру суспільства, абітурієнтів, батьків, роботодавців, інших стейкхолдерів. Очевидно, що формування позитивного іміджу закладу освіти є важливою умовою для досягнення довгострокового успіху, який визначається його репутацією, брендом, якістю послуг, спілкуванням зі споживачами та стосунками з партнерами. Вдало сформований імідж є інструментом комунікації з цільовою аудиторією. Він формує позитивне сприйняття бренду, допомагає виділитися серед конкурентів і долає такі бар'єри, як недовіра та байдужість.

Імідж закладу освіти – це комплексне уявлення суспільства про його якість, престижність і конкурентоспроможність. Досліджуючи складові іміджу закладу освіти, науковці зазвичай виділяють два основні аспекти: зовнішній та внутрішній. До першого належать символіка установи, репутація закладу, реалізація інформаційно-освітніх, соціальних проєктів і представлення закладу в суспільстві, комунікація з випускниками. Внутрішній аспект охоплює якість освіти, соціально-психологічний клімат у колективі,

запровадження інновацій у професійній діяльності, розвиток компетенцій науково-педагогічних працівників, підвищення кваліфікації, управлінську культуру керівника та рівень педагогічної майстерності викладачів, система заохочень, оформлення території, простору, матеріально-технічна база закладу тощо [6-8] (рис. 1).

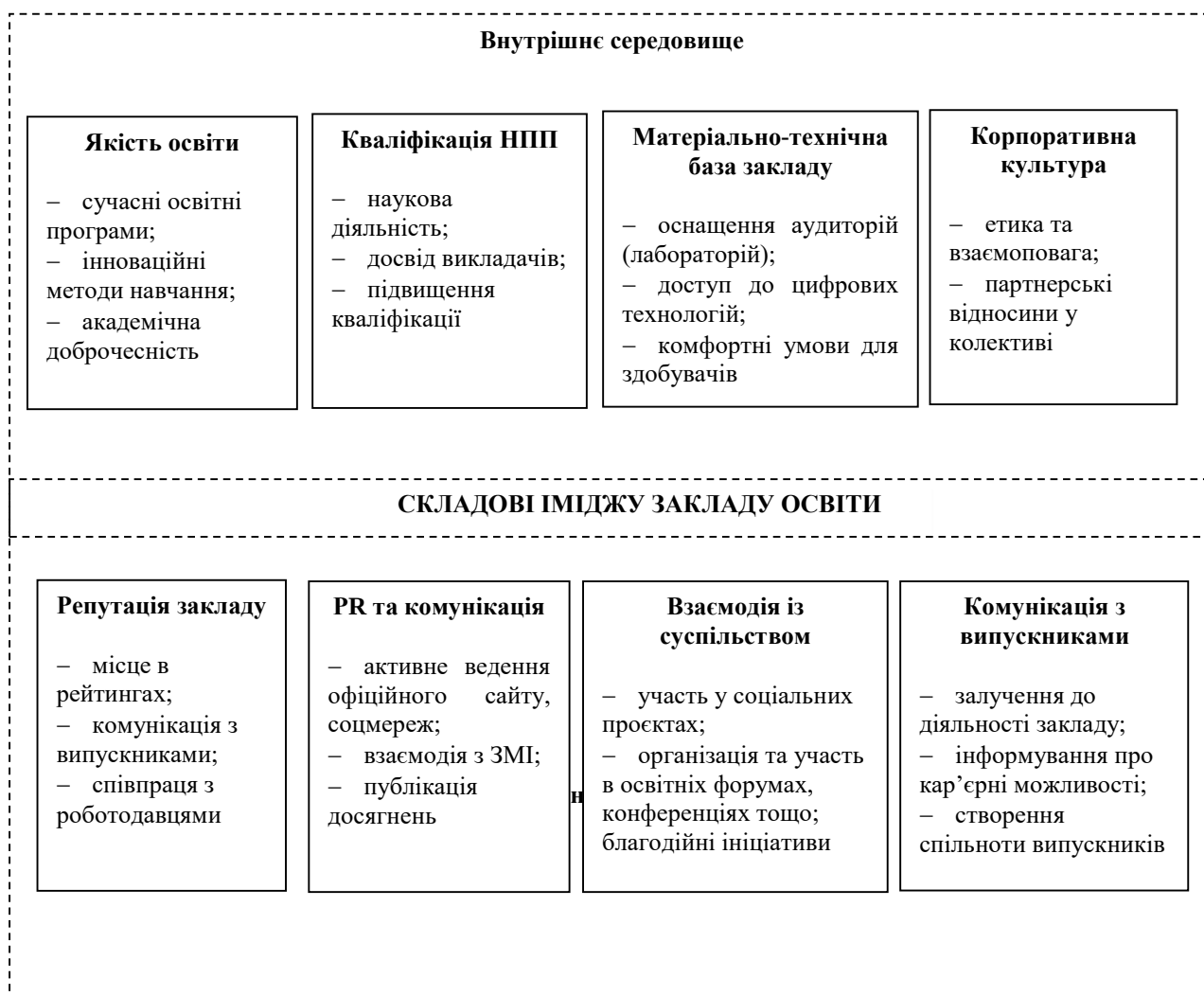


Рис. 1. Основні складові іміджу підприємства [сформовано авторами]

Заклад освіти, взаємодіючи з зовнішнім середовищем, спрямовує свої зусилля на підвищення конкурентоспроможності, орієнтуючись на потреби національної економіки, замовників освітніх послуг, громади, суспільства, а також враховуючи сучасні умови непересічних викликів зовнішнього середовища [9]. Вони визначають свою місію, мету та завдання, які реалізують за допомогою функцій, методів та інструментів, що складають внутрішню структуру установи.

Отож, імідж закладу освіти можна розглядати як цілеспрямовано сформований образ, що відображає важливі цінності, значущі для цільової аудиторії. О. Ткаченко зазначає, що імідж виконує дві ключові функції. По-перше, він має символічне значення, репрезентуючи освітній заклад. По-друге, він накопичує соціальну енергію та здатний спонукати до певних дій. Його основна мета – створення позитивного сприйняття закладу освіти, його колективу та досягнень. Це сприяє зміцненню довіри до установи, що проявляється у високих оцінках і пріоритетному виборі з поміж інших подібних [10, с. 98].

Водночас, імідж закладу освіти має відповідати його реальному стану та особливостям. Він зазнає змін під впливом різних чинників та оновленої інформації, тому необхідно постійно працювати над його вдосконаленням. Планомірне формування іміджу може стати вигідною інвестицією у майбутнє, адже дозволяє впливати на громадське сприйняття закладу й керівництва, створюючи позитивний образ. Чітко сформоване управління іміджем сприяє зміцненню репутації, підвищенню довіри та запобігає можливим негативним наслідкам, що можуть виникнути через відсутність контролю.

Система менеджменту закладу освіти – це організаційна структура, яка забезпечує ефективне управління всім процесом освітньої діяльності. Вона включає в себе сукупність засобів, методів, принципів та інструментів, які використовуються для досягнення стратегічних цілей закладу освіти. Ця система спрямована на оптимізацію всіх аспектів функціонування закладу, таких як організація освітнього процесу,

управління науково-педагогічним колективом, розвиток інфраструктури, взаємодія зі стейкхолдерами, а також формування його іміджу.

Безумовно, розвиток ефективної системи менеджменту в закладі освіти є ключовим фактором для досягнення високих результатів в освіті, покращення організаційної культури та підтримки позитивного іміджу. При цьому, важливо, щоб ця система була гнучкою, відповідала вимогам сучасності та сприяла залученню різних учасників освітнього процесу. Одним із основних елементів ефективного менеджменту є належна комунікація, яка включає в себе активне використання сучасних маркетингових стратегій для популяризації досягнень закладу освіти. Важливо використовувати цифрові технології, соціальні мережі, а також формувати системи зворотного зв'язку для вдосконалення іміджу. Успішний розвиток системи менеджменту неможливий без розвитку корпоративної культури та впровадження інноваційних методик навчання. Професорсько-викладацький склад, який активно розвивається та інтегрує нові підходи, позитивно впливає на імідж закладу та на результати освітнього процесу.

Лідерство в менеджменті закладу освіти повинно проявлятися через здатність ефективно керувати змінами, підтримувати мотивацію працівників і здобувачів, розвивати корпоративну культуру. Сильне лідерство сприяє розвитку довіри до закладу освіти та позитивному сприйняттю його діяльності.

Важливим складником формування позитивного іміджу є залучення всіх учасників освітнього процесу – здобувачів, батьків, викладачів, адміністрації – до створення атмосфери співпраці, взаєморозуміння та підтримки. Це дозволяє створити позитивний соціальний імідж.

Тож, резюмуючи вищенаведене, сформовані основні завдання для розвитку позитивного іміджу закладу освіти, зокрема:

- 1) демонстрація «винятковості» за рахунок організаційної культури, включаючи зовнішній вигляд, сучасність, дизайн, методи спілкування, норми, традиції, цінності тощо;
- 2) репутація перспективного закладу освіти, що проявляється за рахунок історії успіху, особливостей функціонування, поширення інноваційних процесів, запуску нових послуг (освітніх програм) тощо;
- 3) здатність демонстрації сутності («характеру») за допомогою ЗМІ, соціальних мереж.

Імідж освітнього закладу є динамічним і змінюється з часом. Його формування триває протягом значного періоду, а вже створений імідж може коригуватися залежно від вражень, які складаються у споживачів освітніх послуг, батьків, викладачів, партнерів та інших осіб. Тому процес формування та підтримки іміджу потребує системного підходу та чіткої послідовності. В умовах швидких змін в освітньому середовищі, заклад освіти має постійно вдосконалювати свою систему менеджменту, впроваджувати новітні підходи і методи роботи, що допомагають підтримувати високий рівень довіри та престижу.

Отже, перед освітнім закладом стоїть важлива задача – створення та розвиток позитивного іміджу через цілеспрямоване використання різних маркетингових, інформаційних та PR-інструментів, впровадження нових ідей у наданні освітніх послуг і підвищення рейтингу в умовах сучасної конкуренції на освітньому ринку.

Стійкий позитивний імідж надасть можливість гідно конкурувати серед аналогічних установ та надасть ефект придбання освітньою установою певної сили, яка сформує запас довіри до всього того, що відбувається всередині установи, зокрема і в реалізації освітньої діяльності [11, с. 86; 12].

Безумовно, позитивний імідж закладу освіти сприяє залученню кращих абітурієнтів і викладачів, встановленню партнерських відносин із роботодавцями та міжнародними організаціями, підвищенню рейтингу закладу серед аналогічних установ, формуванню довіри з боку суспільства тощо.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, формування позитивного іміджу закладу освіти – це комплексний процес, що охоплює як внутрішні, так і зовнішні чинники. Відтак, основним завданням за сучасних умов є підтримка високої якості освіти, розвиток кадрового (професорсько-викладацького) потенціалу, впровадження сучасних технологій, ефективна взаємодія з громадськістю, здобувачами та роботодавцями, іншими стейкхолдерами, враховуючи специфіку освітньої сфери, потреб цільових груп і використання різних підходів, що сприяють формуванню позитивного іміджу.

Менеджмент освітньої установи має забезпечити вибір результативної стратегії для створення та покращення іміджу, до того ж, розуміння потреб стейкхолдерів є ключовим у цьому процесі. Водночас, менеджмент закладу освіти має ефективно аналізувати ці дані та вибирати оптимальні шляхи для підвищення його престижу та конкурентоспроможності. У загальному підсумку, розвиток системи менеджменту в закладі освіти, зокрема в контексті формування позитивного іміджу, є багатоаспектним процесом, який вимагає комплексного підходу, участі всіх учасників освітнього процесу та впровадження інноваційних методик управління.

Література

1. Савіна Г. Г., Макачук Д. С. Сутність управління іміджем організації в сучасних умовах. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2021. № 1. С. 257–263.
2. Десятник К. Особливості формування іміджу сучасного освітнього закладу. *Acta Paedagogica Volyniensis*. 2021. № 1. С. 61–67.
3. Воронько-Невіднича Т. В., Галич О. А., Баган Н. В. Стиль та імідж менеджера: навч. посіб. Полтава: ПДАУ. 2024. 200 с.
4. Одінцева С. В., Артеменко Л. П. Формування іміджу підприємства: світовий та вітчизняний досвід. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2018. № 12. С. 2–8.
5. Рябова Т. А., Воєдило Н. Ю. Роль іміджу у забезпеченні ринкового успіху підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 12.
6. Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Шевченко Т. О. Вплив професійного іміджу керівника на розвиток організаційної культури підприємства. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. Вип. 27. Київ, 2023.
7. Мармаза О. І. Іміджування в управлінні закладом освіти. *Vzdelávanie a spoločnosť : medzinárodný nekonferenčný zborník*. Prešov: Presovská univerzita v Prešove, 2021. Р. VI. S. 331–337.
8. Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Торяник А. І. Вплив іміджу менеджера на процес прийняття управлінських рішень. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 24.
9. Вища освіта в Україні: зміни через війну: аналітичний звіт / Є. Ніколаєв, Г. Рій, І. Шемелинець. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. 94 с.
10. Ткаченко О. О. Імідж навчального закладу : поняття та сутність. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2016. № 1. С. 95–101.
11. Марущак А. Л. Сучасні засоби формування позитивного іміджу закладу вищої освіти. *Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері*. 2024. Бер 2024. С. 86–87.
12. Романовська О. Модель процесу управління іміджем ВНЗ. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2017. № 2. С. 26–37.

References

1. Savina, G. G., Makarchuk, D. S. (2021), "The essence of image management of the organization in modern conditions". *Visnyk Kherson's'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu*, vol. 1. pp. 257–263.
2. Desiatnyk, K. (2021), "Osoblyvosti formuvannia imidzhu suchasnoho osvitnoho zakladu". *Acta Paedagogica Volyniensis*. № 1. pp. 61–67.
3. Voronko-Nevidnycha, T. V., Halych, O. A., Bahan, N. V. (2024), "Styl ta imidzh menedzhera": navch. posib. Poltava: PDAU. 200 s.
4. Odintseva, S. V., Artemenko, L. P. (2018), "Formation of the image of the enterprise: global and domestic experience". *Actual problems of economy and management*, vol. 12. pp. 2–8.
5. Ryabova, T. A., Voedylo, N. Yu. (2020), "The role of image in ensuring the market success of the enterprise". *Efficient economy*, vol. 12.
6. Voronko-Nevidnycha, T. V., Bahan, N. V. and Shevchenko, T. O. (2023), "Vplyv profesiinoho imidzhu kerivnyka na rozvytok orhanizatsiinoi kultury pidpriemstva". *Ekonomicnyi visnyk NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»*. Vyp. 27. Kyiv.
7. Marmaza, O. I. (2021), "Imidzhuvannia v upravlinni zakladom osvity". *Vzdelávanie a spoločnosť : medzinárodný nekonferenčný zborník*. Prešov: Presovská univerzita v Prešove. P. VI. pp. 331–337.
8. Voronko-Nevidnycha, T. V., Bahan, N.V. and Toryanyk, A. I. (2022), "The influence of the manager's image on the process of managerial decision-making". *Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*, vol. 24.
9. Vyshcha osvita v Ukraini: zminy cherez viinu: analitychnyi zvit (2023) / Ye. Nikolaiev, H. Rii, I. Shemelynets. Kyiv: Kyivskiy universytet imeni Borysa Hrinchenka. 94 p.
10. Tkachenko, O. O. (2016), "Imidzh navchalnoho zakladu : poniattia ta sutnist". *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia*. № 1. pp. 95–101.
11. Marushchak, A. L. (2024), "Suchasni zasoby formuvannia pozytyvnoho imidzhu zakladu vyshchoi osvity". *Informatsiini tekhnolohii i systemy v dokumentoznavchii sferi*. Ber 2024. pp. 86–87.
12. Romanovska, O. (2017), "Model protsesu upravlinnia imidzhem VNZ". *Teoriia i praktyka upravlinnia sotsialnymi systemamy*. № 2. pp. 26–37.