

**Міністерство освіти і науки України**  
Мукачівський державний університет

Кафедра менеджменту та управління економічними процесами

## **ДИПЛОМНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

на тему:

### **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Виконала**

студентка II курсу  
групи Мн – 2м  
освітнього ступеня «Магістр»  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньої програми «Менеджмент  
організацій»

\_\_\_\_\_ Пірчак Олена Інокентіївна

**Науковий керівник**

к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ Товт Тетяна Йосипівна

*Робота допускається до захисту:  
Завідувач кафедри менеджменту  
та управління економічними процесами  
д.е.н., професор*

\_\_\_\_\_ Проскура В.Ф.

**Мукачево - 2019**

**Мукачівський державний університет**  
Факультет економіки, управління та інженерії  
Кафедра менеджменту та управління економічними процесами

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

магістра

на тему **«Інноваційні підходи щодо забезпечення  
іміджу підприємства»**

(за матеріалами Приватного НВК «ДНЗ-ЗОШ І-ІІІ ст. «Еммануїл»)

**Виконала:** студентка ІІ курсу, групи Мн-2м  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньої програми «Менеджмент організацій»  
Пірчак О.І.

**Керівник** \_\_\_\_\_ Товт Т.Й.  
(прізвище та ініціали)

**Рецензент** \_\_\_\_\_ Братюк В.П.  
(прізвище та ініціали)

**Мукачево - 2019 року**

## ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ	
1.1. Сутність та роль іміджу закладу освіти як економічної категорії	8
1.2. Підходи до формування іміджу навчального закладу	13
1.3. Формування іміджу навчального закладу як управлінське нововведення	16
Висновки до розділу 1	22
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ПРИВАТНОГО НВК «ДНЗ-ЗОШ І-ІІІ СТ. «ЕММАНУЇЛ»)	
2.1. Організаційні засади функціонування закладу освіти	24
2.2. Аналіз особливостей освітньої діяльності НВК «Еммануїл»	34
2.3. Оцінювання процесу формування іміджу навчального закладу	46
Висновки до розділу 2	56
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
3.1. Здійснення інноваційного процесу навчальним закладом – вимога сучасних реформ освітньої галузі	58
3.2. Активізація управління презентаційною діяльністю НВК «Еммануїл»	72
Висновки до розділу 3	85
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	93
ДОДАТКИ	100

## ВСТУП

В умовах динамічних змін конкурентного середовища споживачі обирають виконавця послуг, звертаючи увагу, насамперед, на його ділову репутацію та імідж. Це визначає актуальність управління іміджем підприємств сфери послуг, зокрема закладів освіти. Саме тому одним із найважливіших стратегічних завдань керівництва є необхідність формування позитивного іміджу закладу освіти.

Аналіз наукових досліджень у цій сфері свідчить про наявність різних підходів до розуміння змісту поняття „імідж організації” і механізмів його формування. Серед праць зарубіжних і вітчизняних вчених, які досліджують проблеми іміджу, на увагу заслуговують роботи Н. Барни, Л. Брауна, Л. Даниленко, Б. Джи, Л. Карамушки, Ю. Палехи, Г. Почепцова та ін. Проведений аналіз свідчить, що однією з основних функцій іміджу є формування позитивного ставлення та підвищення престижу. Проте ряд питань, пов'язаних із забезпеченням позитивного іміджу навчальних закладів з урахуванням специфіки освітньої сфери, зумовлюють необхідність проведення подальших досліджень.

Метою дослідження дипломної магістерської роботи є розвиток теоретичних положень, розробка науково-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо формування позитивного іміджу навчального закладу в умовах його інноваційного розвитку.

Досягнення зазначеної мети дослідження обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- визначити сутність та роль іміджу закладу освіти як економічної категорії;
- розглянути основні підходи до формування іміджу навчального закладу;
- розкрити процес формування іміджу навчального закладу як

управлінське нововведення;

- визначити організаційні засади функціонування закладу освіти;
- проаналізувати особливості освітньої діяльності НВК «Еммануїл»;
- здійснити оцінювання процесу формування іміджу навчального закладу;
- обґрунтувати необхідність здійснення інноваційного процесу навчальним закладом в контексті сучасних реформ освітньої галузі;
- запропонувати активізувати управління презентаційною діяльністю НВК «Еммануїл».

Об'єктом дослідження є імідж організації – приватного навчально-виховного комплексу «ДНЗ-ЗОШ I-III ст. «Еммануїл».

Предметом дослідження є теоретико-методичні положення і підходи до формування іміджу навчального закладу.

Теоретичною основою для написання дипломної магістерської роботи були наукові розробки вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем освітнього менеджменту, стратегічного управління; законодавчі та нормативні акти України; наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з досліджуваної теми.

При вирішенні поставлених завдань була використана система сучасних загальнонаукових і прикладних методів дослідження: логічне узагальнення – для уточнення сутності понять «імідж», «імідж закладу освіти»; класифікації – при систематизації видів інноваційних освітніх продуктів і послуг; діалектичний метод – для дослідження маркетингових аспектів взаємодії навчального закладу зі споживачами послуг; статистичного аналізу – при оцінюванні стану та тенденцій розвитку вітчизняних приватних навчальних закладів; критичного аналізу та узагальнення теоретичних досліджень – для теоретичного узагальнення одержаних результатів і формування практичних рекомендацій щодо формування позитивного іміджу навчального закладу в сучасних умовах; графічного аналізу – для наочного подання результатів дослідження.

Практичне значення отриманих результатів дипломної магістерської роботи полягає у розробці рекомендацій щодо формування позитивного іміджу приватного навчально-виховного комплексу «ДНЗ-ЗОШ I-III ст. «Еммануїл» в умовах інноваційних змін освітнього простору.

Основні положення та результати магістерського дослідження доповідалися та отримали схвалення на міжнародних науково-практичних конференціях «Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю» (м. Мукачево, 22 листопада 2018 р.), «Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики» (м. Мукачево, 18-19 квітня 2019 р.), а також були опубліковані в науково-практичному журналі «Інфраструктура ринку».

Структурно дипломна магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел й додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначено предмет та об'єкт дослідження, сформульовано мету та основні завдання, які належить розробити в дипломній магістерській роботі.

В першому розділі «Теоретичні аспекти вивчення іміджу організації» визначено сутність та роль іміджу закладу освіти як економічної категорії; розглянуто основні підходи до формування іміджу навчального закладу; розкрито процес формування іміджу навчального закладу як управлінське нововведення.

В другому розділі «Дослідження процесу формування іміджу організації на ринку освітніх послуг» визначено організаційні засади функціонування закладу освіти; проаналізувано особливості освітньої діяльності НВК «Еммануїл»; здійснено оцінювання процесу формування іміджу навчального закладу.

В третьому розділі «Напрямки формування позитивного іміджу закладу освіти в сучасних умовах» обґрунтовано необхідність здійснення інноваційного процесу навчальним закладом в контексті сучасних реформ освітньої галузі;

запропоновано активізувати управління презентаційною діяльністю НВК «Еммануїл».

У висновках узагальнені результати дослідження інноваційних підходів щодо забезпечення іміджу навчального закладу та наведені пропозиції з формування його позитивного іміджу.

Загальний обсяг дипломної магістерської роботи складає 99 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 6 таблиць, 15 рисунків, 8 додатків та списку використаних джерел, який налічує 75 найменувань.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На сучасному етапі розвитку освіти перед навчальними закладами постало таке важливе завдання, як вибір нових пріоритетів: спеціалізації, диференціації, інформатизації, профілізації, гуманізації та ін. За таких умов кожен керівник школи як сучасного загальноосвітнього закладу, працює в напрямі виявлення яскравої індивідуальності закладів освіти.

Сучасна умова реалізації індивідуальності загальноосвітніх навчальних закладів полягає у відмінності однієї навчальної установи від іншої та в зацікавленості громадськістю конкретної загальноосвітньої установи і співпраці з нею інших освітніх та громадських установ. У зв'язку з ситуацією, яка склалася на ринку освітніх послуг, як ніколи гостро стоїть питання про створення позитивного іміджу навчального закладу. На цьому етапі виникає низка суперечностей, а саме: між необхідністю формування іміджу навчального закладу і неспроможністю керівника закладу освіти управляти цим процесом; між швидким зростанням кількості різних інноваційних навчальних закладів і недостатньою розробленістю проблеми створення ефективних управлінських систем, націлених на розвиток іміджу сучасного загальноосвітнього навчального закладу.

Під час опрацювання джерельної бази автором було виявлено, що не існує чіткого тлумачення поняття іміджу навчального закладу. Враховуючи особливості функціонування закладів освіти, такі як: індивідуалізація обслуговування, наявність специфічного ризику при придбанні послуги, невідчутність, невіддільність від джерела, нездатність до збереження та ін., в роботі визначено, що під іміджем закладу освіти необхідно розуміти відносно стійке, емоційно забарвлене уявлення образу навчального закладу, сформоване на основі особистого досвіду та отриманої інформації про його реальні, декларовані та очікувані якості, характеристики та показники, які мають економічну, соціальну та іншу значимість для суб'єктів взаємодії.



На основі проведеного аналізу наукових джерел з проблематики дослідження визначено, що позитивний імідж загальноосвітньої установи, як будь-яке управлінське нововведення, має певні структурні компоненти: мотиваційно-цільовий, змістовий та технологічний.

Також можна виділити внутрішній компонент, що бере участь у процесі створення творчого середовища й соціально-психологічного настрою в колективі та створення, налагоджених оптимальних міжособистісних стосунків у колективі та зовнішній компонент, який впливає на взаємодію закладу освіти з соціальним середовищем, передусім у місті, районі, області.

Обґрунтовано, що в умовах реформування системи освіти в Україні пов'язаних, насамперед, із реалізацією концепції „Нова українська школа”, створення іміджу закладу освіти – процес творчий і безупинний. Навчальним закладам необхідно позиціонувати себе на ринку освітніх послуг, використовуючи ті заходи, які дають можливість зробити результат їх діяльності відкритим для цільових аудиторій, а також здійснювати формування, підтримування, коригування й оновлення сформованого іміджу. Тільки комплексний підхід забезпечить привабливий образ сучасному закладу освіти в умовах інноваційного розвитку. Сучасні реалії та виклики визначають перспективи подальших досліджень, зокрема значення і впливу технологій Public Relations (зв'язки з громадськістю) на створення позитивного іміджу навчального закладу.

Досліджено процес формування іміджу організації на ринку освітніх послуг – приватного навчально-виховного комплексу: «Дошкільний навчальний заклад – загальноосвітня школа I-III ступенів «Еммануїл». Головною метою якого є забезпечення реалізації права громадян на здобуття загальної середньої освіти.

Визначено, що особливістю освітньої діяльності НВК «Еммануїл» є належність до церкви Адвентистів сьомого дня (АСД), що відображається в стратегії його розвитку й основних аспектах формування іміджу навчального закладу. Адже адвентисти – єдина конфесія на пострадянському просторі, яка

створює систему християнської освіти. Вона має свій власний імідж, комплекс християнської освіти та виховання особистості.

Наведено основні завдання християнських загальноосвітніх навчальних закладів: навчання і виховання молодих громадян України на високих принципах християнської моралі при забезпеченні всебічного розвитку особистості дітей; виховання учнів в дусі демократичного світогляду, дотримання прав і свобод особистості, поважного ставлення до національних традицій, а також традицій народів і культур світу; етичне, естетичне та екологічне виховання і формування гуманістичної культури особистості; створення умов, сприятливих для виховання християнського характеру та формування особистості, здатної до прийняття особистих та колективних рішень, заснованих на християнських принципах; виховання в учнів свідомого ставлення до власного здоров'я та дотримання здорового способу життя.

Доведено, що керований позитивний імідж є важливим управлінським ресурсом, без якого навряд чи обійдеться сучасний навчальний заклад.

Розкрито, що НВК «Еммануїл» розроблена і впроваджується системна управлінська інноваційна технологія «Формування позитивного іміджу сучасної християнської школи», яка в 2018-2019 роках реалізується в експериментальному режимі. Визначено, що дана технологія реалізується в 3 етапи: виділення компонентів позитивного іміджу школи; розробка план-графіка ПР-акцій з формування і підтримання керованого позитивного іміджу закладу; реалізація план-графіка ПР-акцій, робота з компонентами позитивного іміджу закладу.

Обґрунтовано, що одним із напрямків фінансування навчального закладу є запровадження в Україні механізму «гроші ходять за дитиною» (згідно закону України «Про освіту», 2019 р.). Тобто, якщо батьки вирішать віддати дитину в приватний освітній заклад, держава спрямує ці кошти саме туди. Фінансування приватних загальноосвітніх закладів проводитиметься за кількістю учнів, де на кожну дитину виділятиметься «освітній кошик» (гарантований мінімум на витрати, пов'язані з навчально-виховним процесом). Це сприятиме розвитку

приватних навчальних закладів, а для цього уряд повинен підтримувати та розробляти програми їх фінансування.

Результати проведеного дослідження засвідчують, що сьогодні навчальним закладам потрібно вміти просувати себе на ринку освітніх послуг, використовуючи ті можливості, які дають можливість зробити результат їх діяльності відкритим для цільових аудиторій. Управління презентаційної діяльності навчального закладу складається з цілої низки факторів і продовжує формувати упродовж тривалого часу, і в цьому процесі інформація для цільових аудиторій про якість освітніх послуг грає велику роль, а продумана стратегія використання маркетингових комунікацій для позиціонування навчального закладу робить цей процес ефективнішим і планомірним.

Застосування відповідних елементів маркетингової діяльності в управлінні Приватного НВК «ДНЗ-ЗОШ I-III ст. «Еммануїл» сприяє створенню і формуванню його позитивного іміджу. Обгрунтовано, що в формуванні цих позицій величезне значення приділяється впровадженню презентаційної діяльності в практику управління навчального закладу.

Досліджено внутрішнє і зовнішнє середовище діяльності закладу освіти із застосуванням методів PEST-аналізу і SWOT-аналізу. PEST-аналіз спрямовано на забезпечення розуміння НВК «Еммануїл» правил, за якими потрібно здійснювати освітню діяльність. SWOT-аналіз націлений на визначення сильних і слабких сторін навчально-виховного комплексу, можливостей і загроз його діяльності.

На підставі SWOT і PEST аналізу побудовано цикл маркетингового управління досліджуваним навчальним закладом, з виділенням його основних етапів.

Досліджено розвиток іміджу Приватного НВК «ДНЗ-ЗОШ I-III ст. «Еммануїл» на основі кваліметричного підходу. Звідси можна зробити висновок, що використання кваліметричної моделі дає можливість порівнювати рівень сформованості іміджу НВК на різних етапах його існування, а, значить, коригувати діяльність адміністрації школи, педагогічного колективу у напрямі

створення більш яскравого образу школи, який буде приваблювати споживачів освітніх послуг і дасть можливість вижити, існувати школі в умовах сучасної конкуренції між навчальними закладами. Під час використання кваліметричної моделі також можна порівнювати ставлення до НВК різних респондентів дослідження.

Обґрунтовано, що використання маркетингових комунікації дає можливість активізувати просування іміджу, бренду і формування позитивної репутації НВК «Еммануїл». На основі яскраво вираженого позитивного іміджу НВК формується бренд, в основі якого лежать унікальні можливості задоволення тих або інших освітніх запитів споживачів.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>