

**УНІВЕРСИТЕТ «КРОК»**  
**Навчально-науковий інститут менеджменту та освіти дорослих**  
**Кафедра управлінських технологій**

**Шеремет Ірина Володимирівна**

**Кваліфікаційна робота**

**На тему: «Управління розвитком іміджу закладу дошкільної освіти на конкурентному ринку освітніх послуг»**

**Спеціальність 073 Менеджмент**

**Освітня програма: Менеджмент організацій**

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Кваліфікаційна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ І.В. Шеремет

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник (консультант)

Алькема Віктор Григорович,

доктор економічних наук, професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

**Київ – 2024**

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота містить 94 сторінок та складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 12 рисунків, 14 таблиць, 59 джерел та 8 додатків.

Мета роботи полягає у дослідженні теоретичних засад та методичного інструментарію формування іміджу закладу дошкільної освіти як фактору забезпечення його конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Об'єктом дослідження є процес формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

Предметом дослідження є теоретичні питання та практичні аспекти формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

У кваліфікаційній роботі обґрунтовано сутність та роль управління іміджевими ресурсами в забезпеченні конкурентоспроможності закладу дошкільної освіти; досліджені методичні аспекти управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти в забезпеченні його конкурентоспроможності; розглянуто сучасні приклади успішної практики ефективного управління іміджевими ресурсами закладів дошкільної освіти; охарактеризовано економічну діяльність закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Київ; проаналізовано систему менеджменту та підсистеми управління конкурентоспроможністю закладу дошкільної освіти; діагностовано ефективність управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти; запропоновано шляхи та напрямки вдосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти; розроблено моделі управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності; обґрунтовано економічну доцільність прийнятих управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти.

Ключові слова: імідж, конкурентоспроможність, заклад дошкільної освіти.

## ABSTRACT

The qualification work contains 93 pages and consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources and appendices. The scope of the qualification work is 12 figures, 14 tables, 59 sources and 8 appendices.

The purpose of the work is to study the theoretical foundations and methodological tools for the formation of the image of a preschool education institution as a factor in ensuring its competitiveness in the market of educational services.

The object of the study is the process of forming a positive image of a preschool education institution.

The subject of the study is theoretical issues and practical aspects of the formation of a positive image of a preschool education institution.

The qualification work substantiates the essence and role of image resource management in ensuring the competitiveness of the preschool education institution; the methodological aspects of managing the image resources of the preschool education institution in ensuring its competitiveness are studied; modern examples of successful practice of effective management of image resources of preschool education institutions are considered; the economic activity of the preschool education institution of the English-language mini-kindergarten "SUNNY CAT" is characterized. Kiev; the management system and subsystems of management of the competitiveness of the preschool education institution have been analyzed; the effectiveness of managing image resources of a preschool education institution is diagnosed; ways and directions for improving the management of image resources of a preschool education institution are proposed; models for managing the image resources of a preschool education institution have been developed to achieve the appropriate level of its competitiveness; The economic feasibility of the adopted managerial decisions to increase the efficiency of the use of image resources of the preschool education institution is substantiated.

Keywords: image, competitiveness, preschool education institution.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕВИМИ РЕСУРСАМИ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ.....</b>	<b>11</b>
1.1. Теоретичне обґрунтування сутності та ролі управління іміджевими ресурсами в забезпеченні конкурентоспроможності закладу дошкільної освіти.....	11
1.2. Методичні аспекти управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти в забезпеченні його конкурентоспроможності.....	23
1.3. Приклади успішної практики ефективного управління іміджевими ресурсами закладів дошкільної освіти.....	33
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ АНГЛОМОВНОГО МІНІ САДОЧКА «SUNNY CAT».....</b>	<b>40</b>
2.1 Загальна характеристика діяльності закладу дошкільної освіти.....	40
2.2. Аналіз організаційної структури управління закладу дошкільної освіти.....	42
2.3. Діагностика управлінських та забезпечуючих функцій закладу дошкільної освіти.....	44
<b>РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕВИМИ РЕСУРСАМИ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ АНГЛОМОВНОГО МІНІ САДОЧКА «SUNNY CAT» .....</b>	<b>48</b>
3.1. Шляхи та напрямки вдосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».....	48
3.2. Розробка моделі управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності .....	52

<b>3.3. Обґрунтування економічної доцільності прийнятих управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT».....</b>	<b>65</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>69</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>74</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>81</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Наразі в Україні продовжується процес модернізації освітньої системи, внаслідок чого виникає потреба формування сприятливого іміджу освітніх закладів, в тому числі дошкільних, що буде відображати зміст, завдання та особливості їх діяльності. Потреба закладів дошкільної освіти у формуванні їх позитивного іміджу, застосування нових підходів, методів у його підвищенні зумовлена, з одного боку, зміною ролі, яку відіграє освіта в сучасному житті суспільства, а з іншого, – впливом суспільного ставлення на умови функціонування закладів дошкільної освіти, який визначає не тільки рівень та якість освітнього процесу, але й загальний розвиток країни.

Ринок освітніх послуг сьогодні зобов'язує заклади дошкільної освіти більше орієнтуватися на споживача, враховуючи його запити. Поява закладів дошкільної освіти різних типів і видів (державні, комунальні, сімейні, приватні, заклади за методиками Монтесорі тощо), надання вихованцям і їх батькам права вибору закладу, зацікавленість закладів дошкільної освіти у збільшенні кількості дітей дошкільного віку через організацію переходу до фінансової автономії, погіршення соціально-економічного становища педагогів та їх відтік у більш високооплачувані сфери економіки – все це втягує заклади дошкільної освіти в конкурентну боротьбу за дітей, кваліфікованих педагогів, гранти різних фондів та організацій. У такому суперництві заклади дошкільної освіти вдаються до нецінових та цінових форм конкуренції – якість освітніх послуг, їх перелік, комплексність, умови надання, ціна. Серед нецінових форм конкуренції важлива роль відводиться іміджу.

Позитивний імідж сприяє тому, щоб конкретний заклад дошкільної освіти був високо оцінений клієнтом та обраний ним із низки інших. Багато колективів освітніх закладів усвідомили важливість цілеспрямованого створення іміджу. Водночас вони не володіють достатнім професіоналізмом,

щоб успішно вирішити це завдання. Таким чином, назріла необхідність дослідження процесу формування позитивного іміджу закладів дошкільної освіти, що дасть змогу створити передумови для подолання протиріччя між потребою менеджменту освітнього закладу у формуванні іміджу та недостатнім рівнем його реальних знань та вмінь для здійснення цієї діяльності.

*Дослідженням* іміджу закладу дошкільної освіти займалися як українські, так і зарубіжні науковці, такі як Л. Божук, О. Г. Великанова, Л. Вознюк, О. В. Грицан, К. Десятник, Т. Довга, Е. Драчук, Л. П. Загородня, Д. А. Йокоб, Є.О. Кияниця, В. М. Маркова, Ю. Москаль, Н. Погрібняк, Ю. Скорик, Л. Смаровоз, О.О. Ткаченко, Л. Шапран та інші. Так, Т. Довга, Е. Драчук, Ю. Скорик досліджували принципи, механізми й технології формування іміджу педагога. Проблему іміджу з позиції психології розглядають Д. А. Йокоб, Ю. Москаль. Загальним психологічним основам іміджу закладів освіти присвячені праці О. Г. Великанової, Л. Вознюк, О. В. Грицан, К. Десятник, Н. Погрібняк, Л. Шапран. Проте потрібно зазначити, що сьогодні вітчизняний доробок з даного питання недостатній, а розвиток теорії формування позитивного іміджу закладів дошкільної освіти залишається малодослідженим.

*Мета роботи* полягає у дослідженні теоретичних засад та методичного інструментарію формування іміджу закладу дошкільної освіти як фактору забезпечення його конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

*Об'єктом дослідження* є процес формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

*Предметом дослідження* є теоретичні питання та практичні аспекти формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

Для досягнення поставленої мети розв'язано такі *основні завдання*:

– обґрунтувати сутність та роль управління іміджевими ресурсами в забезпеченні конкурентоспроможності закладу дошкільної освіти;

- дослідити методичні аспекти управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти в забезпеченні його конкурентоспроможності;
- розглянути сучасні приклади успішної практики ефективного управління іміджевими ресурсами закладів дошкільної освіти;
- дати загальну характеристику економічної діяльності закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»;
- проаналізувати систему менеджменту та підсистеми управління конкурентоспроможністю закладу дошкільної освіти;
- діагностувати та оцінити ефективність управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти;
- запропонувати шляхи та напрямки вдосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти;
- розробити моделі управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності;
- обґрунтувати економічну доцільність прийнятих управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти.

*Методи дослідження.* В процесі написання роботи використовували наступні методи:

- метод систематизації, метод узагальнення, монографічний метод – для дослідження сутності й змісту іміджу закладів дошкільної освіти;
- методи дедукції та індукції, аналізу і синтезу, системний метод, метод порівняння, метод спостереження – при дослідженні особливостей формування і розвитку іміджу закладу дошкільної освіти;
- метод формалізації, метод узагальнення – при аналізі провідних практик формування і розвитку іміджу закладу дошкільної освіти;
- методи графічного подання інформації використовувались для унаочнення отриманих результатів;

– метод прогнозування, метод моделювання – при розробці рекомендацій відносно удосконалення іміджу закладу дошкільної освіти.

*Інформаційну базу дослідження* становили статті періодичного друку, наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців, законодавчі та нормативні акти, які регулюють діяльність закладів дошкільної освіти в Україні, інформація закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» та закладів дошкільної освіти – конкурентів на ринку освітніх послуг м. Київ.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕВИМИ РЕСУРСАМИ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ**

### **1.1. Теоретичне обґрунтування сутності та ролі управління іміджевими ресурсами в забезпеченні конкурентоспроможності закладу дошкільної освіти**

Поняття «імідж» має міждисциплінарний характер, зокрема його вивчають такі галузі науки як: психологія, політологія, зв'язки з громадськістю, філософія, економіка. Імідж є надзвичайно складним феноменом, який формується завдяки специфічному взаємопроникненню інформаційних, емоційних та комунікаційних чинників [8, с. 124]. Це подання у громадську свідомість за допомогою засобів інформаційного впливу, певного образу, тобто імідж – це результат впливу, який в основному забезпечується досягненнями певного суб'єкта [25, с. 176]. Різносторонність предметної основи іміджу з однієї сторони відображається на його проникненні практично у всі сфери людського життя, а з іншої сторони, – пояснює різноманітність його тлумачень..

Етимологічно слово «імідж» походить з латинської мови, в якій слово «*imago*» має досить багато значень та трактувань – це і опис будь-чого, концепт будь – чого, образ, зображення. Крім того, його можна трактувати як відображення, копію, ідею. В англійській мові дефініції «*image*» характерні декілька означень – образ, наслідування (копія), еталон, ікона, метафора, проте найчастіше дана дефініція все ж таки вживається із метою опису певного «образу». Поняття «імідж» в рекламній практиці вперше було застосоване в США в 50-х роках ХХ ст., а широкого застосування в науковій літературі поняття «імідж» набуло лише на початку 60-х років ХХ ст.

Основні підходи вітчизняних та зарубіжних науковців до визначення поняття «імідж» викладені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

## Визначення поняття «імідж» зарубіжними та вітчизняними авторами

№	Автор	Визначення поняття
1	2	3
1	В. Гарденер, С. Леві [57]	сукупність знань, уявлень і припущень людини про об'єкт і його оточення
2	К. Боулдінг [54]	узагальнення людського сприйняття і його осмислення
3	Д. Олігві [32]	унікальний набір якостей, які міцно вкоренились в думках і почуттях людей
4	Р. Олівер [58]	ментальна картинка; ідея, народжена уявою або особистістю в уявленнях людини, організації.
5	В. Сизоненко [43]	позитивний образ організації, сформований у різних верств населення через створення загальної думки стосовно престижності фірми та її товарів чи наданих послуг
6	А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский [39]	стереотипізований образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості
7	Ф. Котлер	сприйняття компанії або її товарів суспільством
8	Д. Доті [56]	все те, що має хоча б якесь відношення до компанії та пропонованих нею товарів та послуг.
9	Є. Робінсон [59]	підсумок адекватного сприйняття організації, її керівництва, персоналу, політики чи діяльності.
10	В.П. Гатило [8]	досить складний феномен, що формується за рахунок специфічного взаємопроникнення інформаційних, емоційних та комунікативних чинників
11	Г.В. Костюк [25]	результат інформаційного впливу

Джерело: складено автором на основі [57,54,32,58,43,39,56,59,8,25]

Аналіз підходів до трактування іміджу дозволяє зробити висновок про те, що це поняття є доволі складним за своїм обсягом та змістом. В його розвитку можна умовно виділити декілька етапів – від найпростішого, етимологічного, до науково-структурованого поняття:

- імідж, як проста сукупність лише певних зовнішніх характеристик, що часто викликають асоціації з певним стилем зовнішнього вигляду (одяг);
- імідж, як сукупність зовнішніх характеристик та поведінкових навичок;
- імідж не лише як сукупність зовнішніх характеристик та поведінкових навичок, але й як об'єкт (при цьому всі компоненти відіграють роль імідж-формуючої інформації);

– імідж, як стійка думка, що складається у адресата на основі сприйнятої ним імідж-формульованої інформації, як репутація певного об'єкта чи явища.

Поняття «імідж» можна застосувати до:

- людини – персональний імідж;
- підприємства, організації, установи – корпоративний імідж;
- соціальної позиції – імідж політичного діяча;
- професії – імідж педагога;
- освіти – імідж випускника;
- товарів, речей.

Заклад дошкільної освіти – це освітня організація, основною метою якої є здійснення освітньої діяльності за певними освітніми програмами, нагляд та догляд за дітьми. Заклад дошкільної освіти, реалізуючи ці цілі, взаємодіє зі споживачами і партнерами, які у свою чергу висувують власні вимоги та побажання до його іміджу. Таким чином, заклад дошкільної освіти, який взаємодіє із багатьма соціальними інститутами, також стикається з проблемою створення позитивного іміджу та пред'явлення його своїм споживачам і партнерам. При цьому імідж закладу дошкільної освіти, як інтегративне явище, включає в себе імідж різних суб'єктів (дітей, батьків, педагогів, фахівців, керівників) та об'єктів (імідж групи, ігрового майданчика, укладу життя). У педагогічного колективу сучасних закладів дошкільної освіти повинна бути сформована іміджева компетентність як готовність і здатність до створення іміджу закладу, в якому вони працюють.

Під іміджем закладу дошкільної освіти слід розуміти емоційно забарвлений образ, що сформований у масовій свідомості і визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності та передається у зовнішнє середовище [35, с. 10]. Імідж закладу дошкільної освіти складається з уявлень батьків про якість освітньої діяльності закладу, взаємовідносин між педагогами, дітьми, їх батьками, керівництвом, кадрового потенціалу, стану методичної, матеріальної, навчально-виховної бази закладу освіти. Тобто за його допомогою формується внутрішня та зовнішня аудиторія іміджу закладу

дошкільної освіти. Внутрішня аудиторія складається з співробітників закладу дошкільної освіти, а зовнішня – з споживачів, тобто дошкільнят, їх батьків та зовнішніх структур.

Імідж закладу дошкільної освіти нового типу є цілісним образом, який складається з багатьох факторів. Над його створенням та розвитком можуть працювати різні фахівці: фахівці із маркетингу та реклами, психологи, фахівці з ПР – діяльно ті, соціологи, стилісти. При сприйнятті іміджу закладу освіти людина, насамперед, спирається на свій життєвий досвід, цінності, стереотипи, моральні принципи.

Н. Погрібняк у своїх працях описує «привабливий образ» виховного середовища освітнього закладу [35, с. 11]. У створенні «індивідуального образу навчального закладу», на думку науковця, провідну роль мають відігравати наступні складові (рис. 1.1.).

Спираючись на ці складові, визначимо *ознаки позитивного іміджу* сучасного закладу освіти:

- розроблена довгострокова освітня стратегія;
- наявність сприятливого морально-психологічного клімату у педагогічному колективі;
- наявність згуртованого дитячого колективу;
- небайдужий, захоплений, професійний колектив педагогів;
- постійний саморозвиток педагогів об'єднання дітей, батьків та педагогів спільною справою;
- наявність зовнішньої атрибутики закладу: девіз, логотип, елементи форми в одязі, власний сайт.

Т. В. Марєєва, досліджуючи основні характеристики освітнього закладу, виділила такі показники його позитивного іміджу:

- просторі і світлі приміщення, зручні меблі, достатня кількість допоміжних матеріалів;
- позитивна репутація закладу протягом тривалого часу;
- організована, стабільна, ритмічна праця;

- висококваліфікований персонал;
- використання інноваційних підходів;
- розвивальне середовище для формування в дітей життєвої компетентності [28, с. 27].

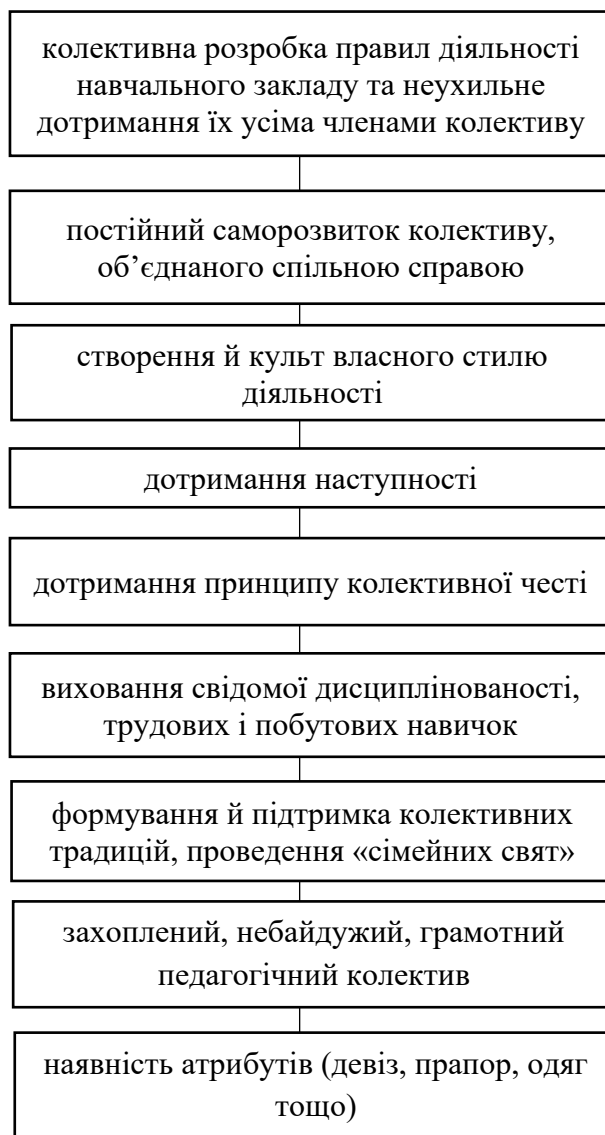


Рис. 1.1. Основні складові позитивного іміджу освітнього закладу

Джерело: складено автором на основі [35].

Отже, для того, щоб створити позитивний імідж дошкільного закладу освіти, потрібно звернути увагу на *декілька аспектів*. По-перше, дошкільний заклад повинен мати чисте і охайне приміщення. Якщо відвідувачі бачать, що приміщення є занедбаним або неохайним, це може викликати негативні

відчуття і вплинути на їхнє рішення щодо вибору дошкільного закладу. По-друге, дошкільний заклад повинен мати досвідчених та професійних вихователів, які здатні забезпечити безпеку та догляд за дітьми. Батьки дуже чутливі до якості догляду за їхніми дітьми, тому досвідчені вихователі можуть допомогти створити позитивний імідж дошкільного закладу. По-третє, дошкільний заклад повинен мати різноманітні інтелектуальні, творчі та фізичні програми для дітей. Це допоможе батькам переконатися, що їхня дитина буде отримувати якісну освіту та розвиватися в різних напрямках.

Одним з важливих аспектів створення позитивного іміджу дошкільного закладу є його соціальна відповідальність. Заклад може приймати участь у благодійних проектах, сприяти збереженню навколишнього середовища та здоров'я дітей. Це може зробити заклад більш привабливим для батьків, які шукають заклад, що не тільки забезпечує якісну освіту для їхніх дітей, але й дбає про світ навколо нас.

Нарешті, дошкільний заклад повинен мати добре розроблений маркетинговий план, який забезпечить його просування. Це може включати в себе рекламні матеріали, промо-акції та інші заходи, що сприяють підвищенню уваги дошкільного закладу та його репутації. Важливо також звернути увагу на комунікацію з батьками та співробітництво з ними. Відкритість, готовність почути та відповісти на запитання батьків, може допомогти побудувати довіру і позитивний імідж дошкільного закладу [16, с. 156].

*Шляхи формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти можна розділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1.2.).*

Позитивний імідж закладу дошкільної освіти допоможе вирішити такі завдання:

- підвищення привабливості закладу дошкільної освіти – у першу чергу, для батьків та персоналу;
- покращення ефективності заходів по інформуванні населення про заклад;

- покращення рівня організаційної культури дошкільного закладу;
- поліпшення соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі дошкільного закладу [23, с. 197].



Рис. 1.2. Зовнішній та внутрішній імідж закладу дошкільної освіти

Джерело: складено автором на основі [10]

Імідж закладу дошкільної освіти виконує *дві важливі функції*:

- він наділений високою значущістю, тобто є символічним позначенням дошкільного закладу;
- він акумулює соціальну енергію та здатен мотивувати до певних дій.

Ціннісна природа іміджу дошкільного закладу розкривається у наступних його положеннях. По-перше, імідж дошкільного закладу розробляється з урахуванням системи цінностей та життєвих смислів суб'єктів

й об'єктів впливу. Імідж має враховувати те, що є значущим для певної аудиторії впливу, звертатися при цьому не тільки до основних значень матеріальних й духовних артефактів, але й до традицій. По-друге, через багатосуб'єктність освітнього процесу у дошкільних закладах, імідж має бути розумним компромісом між цінностями різних суб'єктів, балансом між ними. Цей аспект формування та реалізації іміджу дошкільного закладу є найскладнішим, адже мова йде про узгодження ціннісних настанов значного кола контрагентів: дошкільній заклади, ЗМІ, громадські організації, педагогічний колектив, діти, їх батьки, контролюючі органи. По-третє, потрібно враховувати, що імідж дошкільного закладу не тільки відображає в собі цінності суб'єктів і об'єктів впливу, але й має продукувати їх. Імідж має значний виховний потенціал, що здатен проявитися тільки у випадку, коли елементи іміджу дошкільного закладу підтверджуються успішністю його функціонування. По-четверте, імідж дошкільного закладу не обмежений тільки системою цінностей. Він і без неї поширюється на соціальні норми, представлені нормами моралі, права, звичаями, традиціями, які досить часто суперечать одні одним. Тобто через цінності і норми імідж суттєво впливає практично на всіх учасників навчального процесу. При цьому імідж є важливим інструментом соціального управління розвитком дошкільного закладу .

Таким чином, важливою особливістю іміджу закладу дошкільної освіти є його *динамічний характер*. Він має не лише підлаштовуватися під очікування громадськості та задовольняти її вимоги, але й увесь час змінюватися, щоб розширювати горизонти поглядів та формувати суспільний запит на нові освітні програми. Сформований позитивний імідж закладу дошкільної освіти є, по суті, інструментом досягнення стратегічних цілей, які охоплюють ключові сторони діяльності та орієнтуються на перспективу. Проте позитивна популярність не виникає самотійно, вона потребує систематичної роботи. Не стільки суто досягнення й високий рейтинг є запорукою позитивного іміджу, хоча й це необхідні його складові, а –

впевненість батьків й громадськості в тому, що цей заклад дошкільної освіти є безпечним простором для повноцінного навчання й розвитку дитини.

Для закладу дошкільної освіти характерна наявність сукупності цілей і пов'язаних із ними переконань, відносин і напрямів діяльності, які беруться до уваги при формулюванні місії. Наявність місії в освітній організації, яка дбає про свій імідж, є сьогодні обов'язковою. Місія – це «візитна» картка закладу дошкільної освіти, яка має бути привабливою, зрозумілою для всіх, хто скористається освітніми послугами даного закладу.

Слід відмітити, що заклад дошкільної освіти, працюючи зі своєю аудиторією, повинен сформувати не лише позитивний імідж, але саме такий імідж, який зможе підвищити конкурентоспроможність його послуг на ринку [36, с. 106].

Позитивне уявлення про рівень комфортності середовища закладу дошкільної освіти включає в себе такі *компоненти*:

– відчуття психологічного комфорту: діти, співробітники та батьки шанобливо ставляться один до одного, взаємно прихильні один до одного, готові до співпраці; дбайливе ставлення до гідності дитини, її життя і здоров'я, створення ситуації успіху, врахування психологічних особливостей кожної дитини, орієнтація педагогів на проживання дітьми повноцінного дитинства;

– хороше матеріально-технічне забезпечення: сучасна будівля (з хорошим ремонтом), сучасні меблі, достатня кількість ігор та ігрових посібників, наявність кабінетів додаткової освіти, музичної та фізкультурної залів, медичного кабінету, басейну, ігрових майданчиків, відсутність перенаповнюваності в групах, різноманітне харчування.

Особливе місце у складових іміджу закладу дошкільної освіти посідає образ керівника, особливо в плані комунікацій у професійному середовищі (конкуренти, партнери, органи управління освітою).

*Формування іміджу керівника закладу дошкільної освіти* є досить складним процесом, оскільки керівник виконує функції організатора, адміністратора, громадського діяча, фахівця, при цьому також демонструючи

власні особистісні якості. Всі компоненти іміджу керівника закладу дошкільної освіти можна звести до наступних груп:

- персональні – властивості характеру, тип особистості, особисті якості, фізичні особливості;
- соціальні – біографія, освіта, стиль життя, суспільний статус, система цінностей;
- професійні – тип керівництва, статус керівника у колективі, рівень володіння професійними методами й технологіями управління персоналом, володіння навичками стратегічного планування, наявність організаторських здібностей, умінь, навичок об'єктивної незалежної оцінки, самовдосконалення, прогресивного розвитку [15, с. 287].

Імідж керівника грає істотну роль у створенні іміджу закладу дошкільної освіти. Персональний імідж керівника закладу дошкільної освіти має прямий вплив на імідж працівників закладу. Його зовнішній вигляд, звички, поведінка, мова позначаються на співробітниках. Зважаючи на це, керівник має володіти не лише професійними якостями, але й організаційними.

Дивлячись на вищесказане, можна зазначити, що одним із головних суб'єктів формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є також і персонал. У створенні образу персоналу закладу дошкільної освіти спрацьовує закон прямого зв'язку: чим вищий авторитет і повага кожного педагога і співробітника закладу дошкільної освіти, чим більше серед них індивідуальностей із позитивним іміджем, тим більше передумов для формування позитивного іміджу закладу в цілому.

Крім того, на процес формування іміджу також впливають наступні фактори (рис. 1.3.).



Рис. 1.3. Фактори, які впливають на процес формування іміджу  
Джерело: складено автором на основі [42].

Досліджуючи більш глибоко різноманітні фактори впливу на імідж закладу дошкільної освіти, можна конкретизувати фактори його внутрішнього та зовнішнього середовища. До *факторів внутрішнього середовища* відносяться: мотивація персоналу, зовнішній вигляд працівників, політика щодо розвитку та навчання персоналу, сформований соціально-психологічний клімат в педагогічному колективі. До *факторів впливу зовнішнього середовища* можна віднести: зовнішній вигляд приміщення, якість освітніх послуг, уміння закладу дошкільної освіти підтримувати відносини з батьками та партнерами, наявність додаткових платних послуг, участь в різноманітних заходах.

На рис. 1.4 наведено модель формування іміджу закладу дошкільної освіти. Така модель дозволяє зрозуміти засоби впливу на імідж закладу дошкільної освіти і досягти стимулів, які були поставлені перед ним.

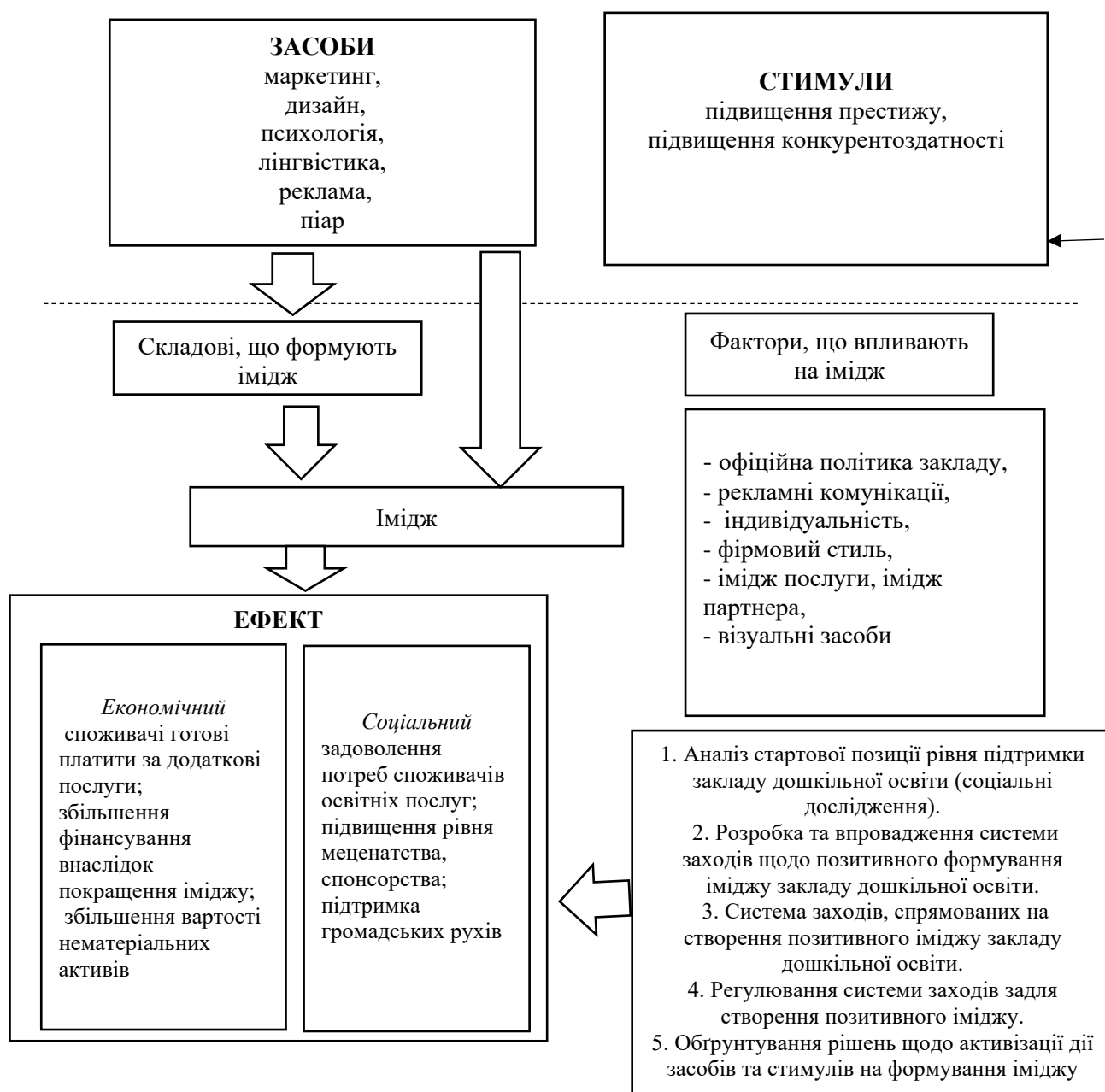


Рис. 1.4. Модель формування іміджу закладу дошкільної освіти

Джерело: складено автором на основі [3]

Вплив іміджу закладу дошкільної освіти на споживачів послуг може відбуватися за допомогою різних моделей. Однією з них є схема поетапного управління поведінкою споживачів за допомогою демонстрації іміджу: залучення уваги – пробудження інтересу – створення потреби – формування бажання – спровокована активна дія. Набутий імідж необхідно розглядати як одну зі складових успішної взаємодії суб'єкта господарювання зі споживачами і партнерами.

## 1.2. Методичні аспекти управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти в забезпеченні його конкурентоспроможності

Проблема підвищення конкурентоспроможності є актуальною для освітніх закладів всіх типів і форм власності. Серед них ключову роль повинні відігравати заходи з формування та реалізації позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, до формування якого значних зусиль докладає, перш за все, його керівник. Розглядаючи імідж закладу дошкільної освіти, необхідно розібрати елементи структури і уявлення, які ці елементи викликають у цільової аудиторії. У структурі іміджу закладу дошкільної освіти науковці виділяють наступні компоненти (рис. 1.5.) [45, с. 239].



Рис. 1.5. Компоненти позитивного іміджу закладу дошкільної освіти

Джерело: складено автором на основі [45]

Ю. Москаль запропонував спрощену структуру зовнішнього іміджу закладу освіти (рис. 1.6.).

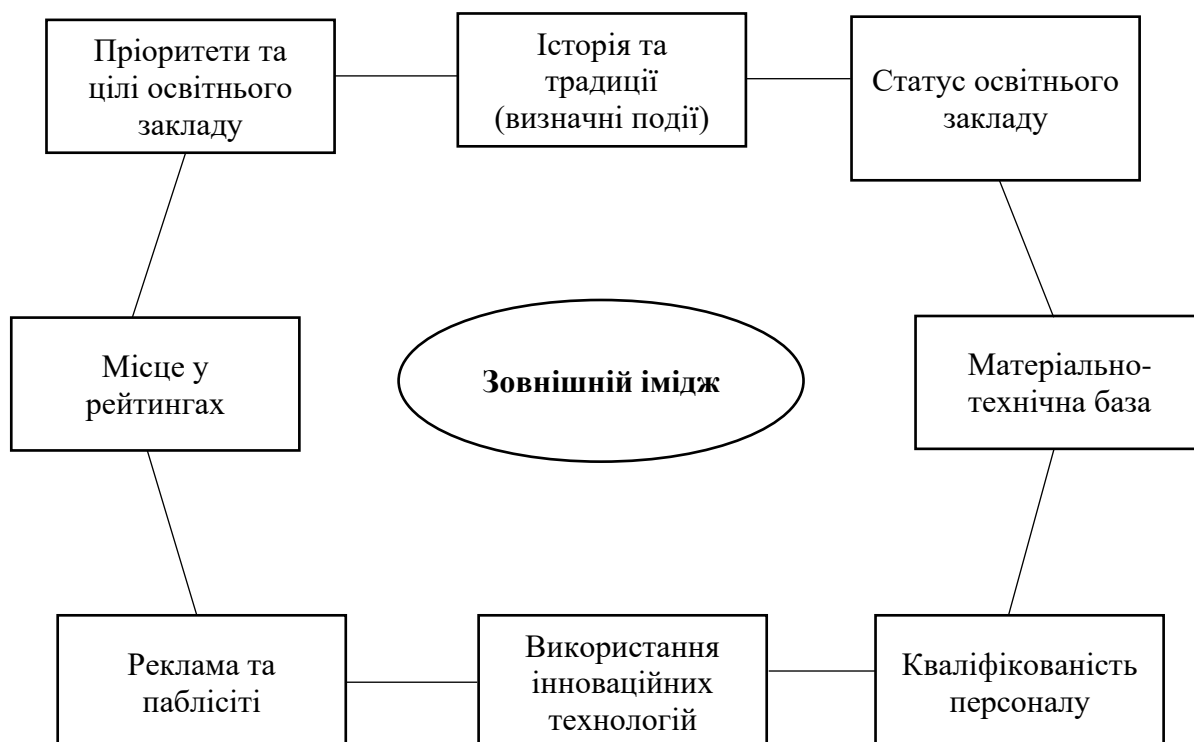


Рис. 1.6. Структура зовнішнього іміджу закладу освіти

Джерело: складено автором на основі [31]

Імідж розглядають як об'єкт моделювання. Науково обґрунтована робота з управління іміджем дошкільного закладу повинна проводитися на основі його моделювання. Імідж описується за допомогою параметрів та моделюється так само, як і сам процес його формування. Дивлячись на те, що модель є відображенням значущої характеристики об'єкта, можна уявити імідж набором різних його характеристик. Характеристикою іміджу є: група сприйняття, набір вимірних властивостей закладу, значення оцінки властивостей та їхньої ваги, тривалість його існування, чіткість та стійкість, напрями діяльності і витрати на створення і підтримку іміджу [12, с. 63].

Моделювання іміджу і процесу управління іміджем – основа професійного іміджмейкінгу. Це моделювання, як і, власне, управління іміджем закладу дошкільної освіти вимагає фундаментальних та системних знань з менеджменту та маркетингу.

Комбінуючи елементи моделі іміджу закладу дошкільної освіти, можна отримати відгук особи, яка представляє оцінку нею повного враження про заклад. При використанні методу моделювання для аналізу та оцінки іміджу закладу дошкільної освіти, необхідно пам'ятати, що імідж може бути різним для різних груп громадськості. Одні і ті ж властивості і характеристики можуть бути значущими для певної цільової групи і, в той же час, зовсім не важливими для іншої групи. Щоб уникнути надмірного усереднення характеристик через їх корекцію на коефіцієнт вагомості, варто розробляти кілька моделей іміджу, які будуть відображати сприйняття різних цільових груп [47, с. 97].

Позитивний імідж одночасно є як інструментом передачі місії закладу дошкільної освіти, так і результатом його впливу на свідомість осіб внутрішнього середовища. Процес управління припускає облік і аналіз основних характеристик іміджу: рівня досягнень, об'єкта, сутності, спрямованості, суб'єкта оцінювання, очікувань, впливу. Основною умовою успіху процесу формування позитивного іміджу є інформаційна прозорість дошкільного закладу, що полягає в розкритті ним інформації про особливості свого функціонування по тих питаннях, які найбільше цікавлять або можуть зацікавити споживачів. Однак інформаційна прозорість містить у собі діалектичне протиріччя. З одного боку, бути прозорим не вигідно, оскільки представленою інформацією можуть скористатися конкуренти. З іншого боку, інформаційна прозорість допоможе залучити спонсорів, партнерів, довести високий рівень професійного персоналу.

Таким чином, імідж є підґрунтям інформаційної взаємодії дошкільного закладу з суб'єктами зовнішнього і внутрішнього середовищ, яку доцільно здійснювати згідно з симетричною інформаційною моделлю взаємодії. Для того, щоб імідж закладу дошкільної освіти був дієвим, йому повинні бути притаманні наступні риси: об'єктивність, цілісність і узгодженість як з місією закладу дошкільної освіти, так і з іміджевим простором споживачів і партнерів; відносна стабільність щодо впливу негативних факторів

зовнішнього середовища; зрозумілість та навіть певна спрощеність подання відповідно до рівня підготовленості аудиторії; рефлексивність до чутливих подій.

В науковій літературі використовують різні підходи і способи вимірювання іміджу закладу дошкільної освіти. В табл. 1.2 розглянемо основні з них.

Таблиця 1.2.

## Методи оцінки іміджу закладу дошкільної освіти

№	Назва методу	Суть методу
1	2	3
1	Метод семантичного диференціалу	Проводиться опис закладу дошкільної освіти, використовуючи полярні оціночні судження (ступінь своєї згоди чи незгоди за рахунок присвоєнню балів), які можуть містити очікування, які приписувалися даному закладу
2	Метод використання шкали сумарних оцінок	Реципієнти визначають ступінь своєї згоди або незгоди із кожною з низки заяв, що дозволяє порівняти імідж декількох закладів освіти. Оцінка відношення кожного учасника визначається шляхом суми оцінок за усіма пунктами шкали.
3	Метод використання шкали Степела	Учасникам пропонують висловитися за кожною характеристикою, яка описує досліджуваний об'єкт. Кожен учасник повинен оцінити точність кожного висловлювання.
4	Метод інтеграції інформації	Опис процесу формування вражень про освітній заклад за раніше встановленими компонентами
5	Метод комплексного оцінювання іміджу	Показник комплексної оцінки іміджу закладу дошкільної освіти формується із суми показників, що визначаються за допомогою заходів маркетингових комунікацій протягом певного аналізованого періоду (імідж послуги, організаційна культура; соціально-психологічний клімат в колективі; внутрішній імідж; імідж керівника закладу; імідж персоналу; візуальний імідж; соціальний імідж).
6	Метод оцінки довіри	В ході оцінки іміджу закладу дошкільної освіти необхідно знайти точку відліку для визначення того, з чим необхідно порівнювати: місце закладу на ринку освітніх послуг, вартість додаткових платних освітніх послуг; оцінка впливу партнерів на діяльність закладу дошкільної освіти

Джерело: складено автором на основі [37]

*Метод семантичного диференціалу* оцінювання іміджу закладу дошкільної освіти є досить простим та чітким у використанні, що дозволяє респонденту висловити свою думку відносно закладу дошкільної освіти.

*Метод використання шкали сумарних оцінок* іміджу закладу дошкільної освіти полягає в наступному: запитання з оцінками кожного судження розташовані певним чином, дозволяють побудувати змісподібну діаграму, лінії якої об'єднують усереднені відповіді по кожній серії суджень, та показують профіль закладу дошкільної освіти або декількох закладів, оцінка яких здійснюється. Оцінка відношення учасника визначається за рахунок суми оцінок за усіма пунктами шкали.

*Метод використання шкали Степела* при оцінці іміджу закладу дошкільної освіти полягає в наступному: учаснику пропонується висловлювання за низкою характеристик, якими описується заклад дошкільної освіти, і які той має оцінити (позитивно, негативно або нейтрально). Такий підхід до оцінки іміджу закладу дошкільної освіти, що заснований на оцінці рівня довіри, передбачає розрахунок «точку відліку» для визначення того, з чим необхідно порівнювати в якості середніх значень ряду показників на основі аналізу декількох закладів дошкільної освіти.

Методикою оцінки іміджу закладу дошкільної освіти, *заснованої на принципі інтеграції інформації*, передбачається визначення відношення до закладу дошкільної освіти за кожним із наперед визначених компонентів. *Методика комплексної оцінки* іміджу закладу дошкільної освіти передбачає визначення показника комплексної оцінки його іміджу, який формується із суми розрахованих проміжних показників, що скореговані на економічні показники його діяльності.

Для усіх цих методів оцінки іміджу закладу дошкільної освіти проблемним залишається питання інтерпретації одержаних результатів, які необхідно порівнювати з певними рекомендованими характеристиками, нормами або іншими параметрами. Вибір конкретного методу або їх комбінації визначається насамперед, можливостями закладу дошкільної освіти (економічний та людський ресурс, рівень менеджменту). Тому оцінювати імідж закладу дошкільної освіти слід періодично, оскільки і

протилежному випадку заклад може зіткнутися із стихійним формуванням свого іміджу, який не завжди буде позитивним.

Дати оцінку позитивного іміджу закладу дошкільної освіти можна за допомогою *критеріальної оцінки іміджу*. На основі даної методики, оцінити репутацію закладу можна за допомогою критеріїв та показників. Було виділено три групи комплексних критеріїв, які в свою чергу складаються з ряду одиничних показників. (табл. 1.3.) (бали присвоюються від 1 до 5; 5 – максимальна оцінка рівня іміджу, 1 – мінімальна оцінка).

Таблиця 1.3.

Ієрархічна структура критеріїв та показників позитивного іміджу  
дошкільного закладу

№	Критерій	Показник оцінки іміджу закладу дошкільної освіти	Бали
1	2	3	4
1	Споживацький (x)	Загальна відомість та репутація закладу дошкільної освіти на ринку послуг освіти Престиж освітньої програми закладу дошкільної освіти на ринку послуг освіти Рівень готовності дітей до початкової школи після випуску із закладу дошкільної освіти, що демонструє рівень якості освітніх послуг Дизайн споруди закладу дошкільної освіти та приміщень, чистота, порядок та затишок Увага закладу дошкільної освіти до особистості дитини, др. її особистісного здоров'я Зовнішня атрибутика закладу дошкільної освіти (логотип, гімн, корпоративний одяг тощо) Реклама закладу дошкільної освіти Наявність власного сайту в Інтернеті, активність в соціальних мережах	
		<b>Всього балів за споживацьким критерієм</b>	
2	Корпоративний (y)	Сприятливий психологічний клімат та доброзичливий характер відносин між всіма учасниками освітніх процесів: між дітьми, педагогами та батьками Кваліфікація, професійні якості, стиль поведінки та зовнішній вигляд педагогів та співробітників Система морального та матеріального заохочення колективу закладу дошкільної освіти Чітке формулювання місії закладу дошкільної освіти, його стратегічних цілей	
		<b>Всього балів за корпоративним критерієм</b>	

## Продовження табл.1.3

1	2	3	4
3	Партнерський (а)	Швидке реагування на зміни запитів суспільства з питань якості освітніх послуг (впровадження інноваційних методів управління та навчання) Співробітництво закладу дошкільної освіти з іншими освітніми закладами із питань розвитку методик навчання (тісна партнерська співпраця) Конкурентний статус закладу дошкільної освіти на ринку освітніх послуг (району міста, міста, області тощо)	
		<b>Всього балів за партнерським критерієм</b>	
		<b>Всього балів за трьома критеріями</b>	

Джерело: складено автором на основі [37]

1. *Перший критерій – внутрішній імідж* – є комплексним показником, визначає фактори та чинники внутрішнього середовища закладу і ділиться на одиничні показники: мотивація персоналу та бажання працювати саме в даному закладі освіти, моральний клімат в колективі, рівень довіри до керівництва та колег, визнання всіма співробітниками цілей і стратегії дошкільного закладу, розвинена система стимулювання персоналу (різні методи – матеріальна та нематеріальна мотивація), якісні та безпечні умови праці тощо.

2. *Другий критерій – споживацький*. Він визначається факторами та чинниками ринкового середовища функціонування закладу дошкільної освіти та характеризує зовнішні компоненти іміджу дошкільного закладу; якнайменше контрольований, включає такі показники, як: загальний рівень популярності і репутації на ринку послуг дошкільної освіти, швидкість реагування на запити споживачів (діти дошкільного віку та батьки), інноваційність підходів до організації освітніх процесів, престиж і якість послуг, асортимент пропонованих послуг дошкільної освіти (наявність гуртків тощо).

3. Наступний важливий критерій іміджу дошкільного закладу – *партнерський*, що складається із критеріїв підтримки партнерських зв'язків: дотримання договірних зобов'язань (повнота та якість), рівень організації зовнішніх зв'язків, конкурентний статус закладу тощо.

Імідж закладу дошкільної освіти може мати наступні характеристики (рис. 1.7.).

$x = 0, y = 0, a = 0 \Rightarrow x + y + a = 0$	⇒	заклад не оцінював імідж
$x > 0, y > 0, a > 0 \Rightarrow x + y + a > 0$	⇒	позитивний імідж
$x < 0, y < 0, a < 0 \Rightarrow x + y + a < 0$	⇒	негативний імідж
$x = 0, y > 0, a > 0 \Rightarrow x + y + a > 0$	⇒	прагне до позитивного іміджу
$x = 0, y > 0, a < 0 \Rightarrow x + y + a > 0$	⇒	прагне до нульового результату
$x = 0, y = 0, a < 0 \Rightarrow x + y + a < 0$	⇒	прагне до негативного іміджу
$x = 0, y = 0, a > 0 \Rightarrow x + y + a > 0$	⇒	прагне до позитивного іміджу
$x < 0, y < 0, a > 0 \Rightarrow x + y + a < 0$	⇒	прагне до позитивного іміджу
$x < 0, y < 0, a = 0 \Rightarrow x + y + a < 0$	⇒	прагне до позитивного іміджу
$x > 0, y > 0, a < 0 \Rightarrow x + y + a > 0$	⇒	прагне до негативного іміджу
$x > 0, y > 0, a = 0 \Rightarrow x + y + a > 0$	⇒	прагне до негативного іміджу

Рис. 1.7. Характеристики іміджу закладу дошкільної освіти

Джерело: складено автором на основі [37]

Оцінка показників іміджу закладу дошкільної освіти проводиться за допомогою бального методу, де +5 – найвищий бал оцінки іміджу закладу, –5 – найнижчий бал оцінки іміджу закладу, 0 – якщо дошкільний заклад не використовує даний показник або індикатор у формуванні іміджу на ринку послуг дошкільної освіти. Тут можливі такі оціночні поняття, як позитивний/негативний, розмитий (незрозумілий рівень іміджу або такий, що не піддається оцінці) імідж.

Показникам іміджу присвоюються наступні змінні: внутрішній імідж закладу дошкільної освіти =  $x$ , зовнішній =  $y$ , партнерський =  $a$ .

На основі отриманих результатів визначається ефективність проведеної роботи по формуванню іміджу закладу, виявляються його негативні і

позитивні сторони, виокремлюються можливості підвищення іміджу та загрози, робляться висновки, вибудовується стратегія майбутньої роботи над створенням позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

Процес формування іміджу закладу дошкільної освіти включає наступні етапи (рис. 1.8).

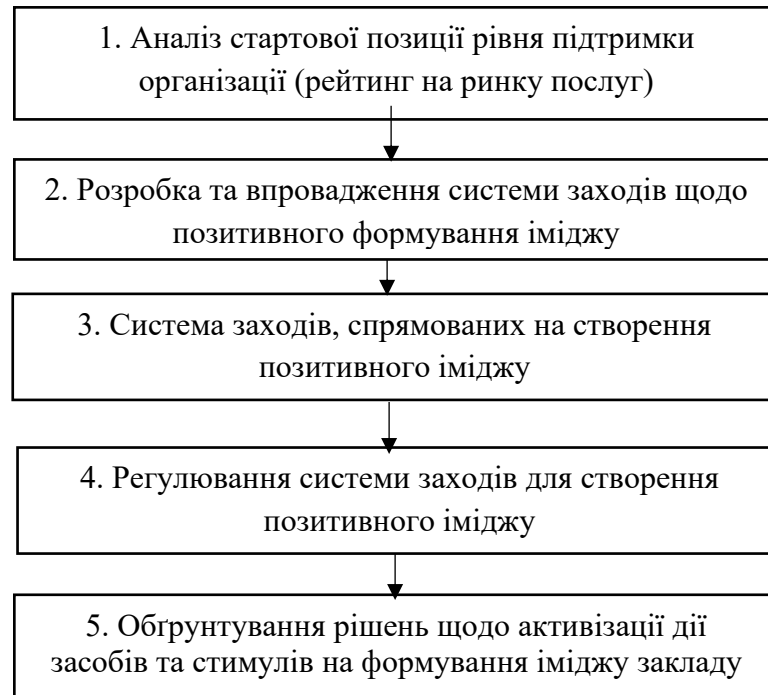


Рис. 1.8. Процес формування іміджу закладу дошкільної освіти

Джерело: складено автором на основі [42]

На першому етапі потрібно здійснити аналіз стартової позиції рівня підтримки закладу дошкільної освіти. Оцінка іміджу закладу дошкільної освіти здійснюється за допомогою таких досліджень, як анкетування або опитування споживачів, персоналу. Важливо правильно зібрати інформацію і проаналізувати отримані дані. Наступним етапом є розробка системи заходів із формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти та системи заходів, направлених на створення його позитивного іміджу. Необхідно скласти план відносно удосконалення позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, який повинен охоплювати місію, мету, завдання, організаційну культуру, конкурентні переваги.

При розробленні цього плану необхідно враховувати споживачів, партнерів, персонал та інших зацікавлених осіб. У ньому повинні бути враховані розробки стосовно нововведень, які заклад дошкільної освіти може запропонувати своїй цільовій аудиторії, це можуть бути запропоновані додаткові платні послуги чи впроваджені інноваційні освітні технології [42, с. 180].

Також слід враховувати внутрішній імідж закладу дошкільної освіти, зокрема, формування організаційної культури, удосконалення кадрової та мотиваційної політики. Потрібно удосконалювати і зовнішній імідж закладу дошкільної освіти – цього досягти можливо, наприклад, через участь в освітніх виставках, де можна донести цільовій аудиторії про свої сильні конкурентні переваги.

Третій етап – це створення системи, яка має сприяти реалізації програми формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, що є одним із найскладніших завдань у процесі формуванні іміджу. Виділяють, як правило, дві головні групи способів, які визначають найвигідніші для освітнього закладу напрями діяльності та відповідний набір прийомів, методів, технологій. Перша група – це маркетингові та рекламні способи, до яких належать проведення PR-заходів, рекламування освітніх послуг на сайті та в соціальних мережах. Друга група – організаційно-економічні способи, що передбачає вдосконалення системи управління закладом дошкільної освіти, що сприятиме підвищенню якості освітніх послуг, і, як наслідок, підвищенню іміджу на ринку освітніх послуг дошкільної освіти.

Четвертий етап передбачає регулювання системи заходів із метою формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти. На цьому етапі необхідно контролювати реалізацію плану і правильність його виконання. Із цією метою потрібно створити відповідну групу фахівців, яка б несла відповідальність за виконання поставленої мети.

На останньому етапі слід обґрунтувати рішення стосовно активізації дії засобів та стимулів на формування іміджу закладу дошкільної освіти. Тобто

після виконання попереднього етапу слід оцінити сформований імідж, використовуючи різні інструменти і засоби. Якщо після проведення аналізу сформованого іміджу поставленої мети не було отримано, то потрібно повертатися до виконання першого етапу та здійснити перегляд форм та методів підвищення іміджу закладу дошкільної освіти.

Таким чином, весь процес формування іміджу може здійснюватися в кілька етапів. Спочатку слід дізнатися про те, яке уявлення склалося в аудиторії стосовно даного закладу дошкільної освіти. Далі визначають очікування та вимоги цільової аудиторії, риси та характеристики, якими, на думку аудиторії, має володіти заклад дошкільної освіти для досягнення найвищого рейтингу на ринку освітніх послуг (висока кваліфікація персоналу, інноваційність послуг тощо). На наступних етапах безпосередньо конструюють імідж, розробляють стратегії його формування і «переносять» створену модель в реальність. Потім йде етап контролю за реалізацією плану дій, коригування моделі іміджу і стратегій, моніторингу сформованого іміджу.

### **1.3. Приклади успішної практики ефективного управління іміджевими ресурсами закладів дошкільної освіти**

Імідж закладу дошкільної освіти створюється з метою вирішення тактичних завдань, він є динамічним і в певному сенсі слова має відповідати «моді». Імідж закладається в свідомості людей, а не є постійною ознакою закладу дошкільної освіти. Причина цього полягає в тому, що ми володіємо різною інформацією, а інколи й різним досвідом щодо певних об'єктів. Зважаючи на це, жоден заклад дошкільної освіти не може мати один і той самий імідж – імідж є різноманітним.

До *ключових інструментів формування іміджу закладу дошкільної освіти* належить: організаційна культура, реклама, PR, прямий маркетинг, бренд, образ керівника тощо. Крім того, сформувались нові інструменти

іміджу, які спричинені використанням можливостей інформаційно-комунікаційних технологій. Проте у вітчизняній практиці заклади дошкільної освіти у більшості випадків обмежуються створенням сайту як певної візитівки, яка висвітлює лише загальну інформацію про заклад. Тому особливе місце у створенні позитивного іміджу закладу дошкільної освіти займає просування послуг засобами мережі Інтернет – соціальні мережі, Тік-ток, YouTube тощо. Необхідно зауважити, що Інтернет-технології відіграють важливу роль у суспільстві та в здійсненні впливу на нього, оскільки кількість користувачів постійно збільшується і з появою та розвитком Інтернет-технологій з'являються нові та ефективніші способи впливу на аудиторію.

Сьогодні існують такі Інтернет - технології, як: веб-сервера, гіпертексти і сайти, електронна пошта і списки розсилки, соціальні медіа, що включають блоги та соціальні мережі, крім того, форуми і чати, теле- і відео конференції, вікі - енциклопедії, файлообмінні мережі, Інтернет - видання, Інтернет - радіо, Інтернет - телебачення IPTV, IP-телефонія, IRC (реалізовано також як веб-чати), інтернет-реклама тощо. Як інструмент здійснення впливу на аудиторію використовують різні інтернет-технології. Приведемо приклади успішного використання Інтернет-технологій закладом дошкільної освіти. Одним із таких інструментів є сайт. Сайт – це сукупність веб-сторінок, доступних у мережі Інтернеті, які об'єднані як за змістом, так і навігаційно. Веб-сайт здебільшого є віртуальним представництвом певної організації і є базисним елементом для проведення будь-яких комунікацій у «Всесвітній павутині», який має свою електронну адресу, програмно-апаратні засоби – графічне і текстове оформлення сторінок (контент). Однією з основних цілей сайту є формування єдиного інформаційного простору закладу дошкільної освіти, ведення ефективного діалогу між його керівництвом, персоналом, громадськістю.

Доступ до сайту відкритий 24 години на добу та 7 днів на тиждень незалежно від місцезнаходження, що дає можливість створити певну систему постійного активного впливу на аудиторію мережі [48, с. 23]. *На сайті* можна

надавати основні інформаційні матеріали про заклад дошкільної освіти, призначені для зовнішнього представлення. Наприклад:

- адреса закладу дошкільної освіти, контактні телефони, місце його розташування та можливість доїхати громадським транспортом.
- коротка історична довідка, яка розкриває етапи розвитку закладу дошкільної освіти;
- місія закладу дошкільної освіти. Вибір місії безпосередньо пов'язаний з вибором типу, виду, моделі освітньої установи;
- модель випускника навчального закладу – дитина дошкільного віку, яка готова до подальшого навчання в початковій школі;
- освітня структура закладу дошкільної освіти, яка включає всі етапи освітнього процесу (навчальні програми, гуртки), новизну освітніх послуг, що пропонуються закладом дошкільної освіти, їх конкурентоспроможність в порівнянні із конкурентами;
- освітній простір закладу дошкільної освіти;
- традиції викладацького колективу (свята, конкурси, змагання).

Наступним інструментом для здійснення впливу на аудиторію в мережі Інтернет є соціальні медіа. Соціальні медіа та мережі сприяють полегшенню обміну інформацією між користувачами в порівнянні з технологіями попереднього покоління, коли Інтернет складався переважно із статичних сторінок. У рамках цієї роботи під соціальними медіа розуміється категорія веб-сайтів, що надають можливість публікації, обміну та обговоренні контенту широким колом користувачів.

Найпопулярніші сайти, які, зазвичай, відносять до категорії соціальних медіа (Facebook, Twitter, LiveJournal, YouTube тощо) володіють унікальним інтерфейсом та функціонують на основі певного набору технологій, які роблять сайт унікальним засобом комунікації. Створення позитивного іміджу закладу дошкільної освіти можливо як за допомогою Інтернет-ресурсів, так і з використанням інших заходів.

Розглянемо найбільш важливі інструменти, які можуть сприяти

покращенню позиції закладу дошкільної освіти серед інших освітніх закладів. Найбільш традиційним і звичним каналом просування освітніх послуг є реклама, яка є досить легкою для сприйняття як для цільової аудиторії, так і для представників закладу дошкільної освіти. Для просування закладу дошкільної освіти можна використовувати ATL-комунікації: друкована реклама; поліграфія (буклети, листівки); зовнішня реклама (реклама на фасадах будівель, транспорті, афіші, стікери). Поліграфічна продукція має як інформаційний, так і рекламний характер. Однією з її переваг є її відносна дешевизна і досить висока інформативність.

Рекламна поліграфічна продукція не викликає в споживача роздратування, оскільки рідко перериває звичайний хід його життя, не нав'язується, на відміну від інших засобів масової інформації. Також однією з найважливіших переваг цього виду реклами є тривалий час взаємодії з потенційним споживачем.

Наступним інструментом формування іміджу закладу дошкільної освіти є PR. Слід відмітити, що в освітніх закладах використовуються ті ж самі технології PR, що і в інших сферах. Арсенал інструментів, доступних сьогодні фахівцям PR, широкий і різноманітний:

- публікації – щорічні звіти, брошури, статті, інформаційні бюлетені і газети. Брошури відіграють важливу роль в інформуванні зовнішніх користувачів. За допомогою статей привертають увагу до закладу. Інформаційні бюлетені, газети, які може видавати закладу дошкільної освіти сприяють створенню його іміджу і передають важливі новини;

- заходи – це прес-конференції, семінари, виставки, змагання і конкурси, ювілеї, проведення спортивних і культурних заходів тощо, які охоплюють цільову аудиторію;

- новини. Одне з головних завдань – надавати позитивні новини закладу дошкільної освіти. Створення новин вимагає навичок у розвитку ідеї майбутньої статті, її дослідженні й написанні офіційних повідомлень для преси, сайту, тощо;

– виступи – ще один спосіб створення популярності. Дедалі частіше керівникам закладів дошкільної освіти доводиться спілкуватися з засобами інформації, представниками місцевої влади, спонсорами, вести переговори, брати участь в публічних зустрічах. Вміння це робити впливає на імідж закладу дошкільної освіти;

– засоби візуальної ідентичності – створення власного візуального образу, що впізнається публікою. Такий образ створюється за допомогою емблеми (логотипа), брошур, стилю і дизайну приміщень.

Сьогодні керівники закладу дошкільної освіти стали частіше використовувати такі інструменти як презентація, конкурси.

Презентація – оповіщення про події, що, на думку керівництва закладу дошкільної освіти, привернуть увагу аудиторії до програм, що слугують завданням закладу. Як правило, це програми співпраці з іншими навчальними закладами, екологічна діяльність тощо. Інтерв'ю – використовується в індивідуальній роботі з особливо важливими ЗМІ. Розрізняють очне (особиста зустріч), заочне (у письмовому вигляді) та віртуальне інтерв'ю. Важливим інструментом формування іміджу закладу дошкільної освіти є візуальні комунікації – зв'язок через засоби візуалізації, який описують як передачу ідей та інформації у формах, які можна прочитати чи розглянути. Візуальна комунікація включає в себе: знак, типографіку, графіку, графічний дизайн, ілюстрацію, промисловий дизайн, рекламу, колір анімації та електронні ресурси.

Важливого значення при формуванні іміджу закладу дошкільної освіти відводиться управлінській культурі, яка включає стиль керівництва, міжособистісні стосунки з колегами, стосунки з дітьми, батьками, умови праці. Формування позитивного образу керівника закладу дошкільної освіти повинне здійснюватися за трьома основними напрямками його професійної діяльності [24, с. 214]:

- у соціально-економічній сфері;
- у техніко-технологічній сфері професійної діяльності;

– в організаційно-управлінській сфері діяльності.

Керівнику закладу дошкільної освіти потрібно знати, що особистий імідж не призначають, а над ним постійно та наполегливо потрібно працювати. Програма створення позитивного іміджу керівника закладу дошкільної освіти може складатися з *чотирьох етапів*.

Перший етап – вивчення себе. Перед тим як створювати певний імідж, необхідно об'єктивно оцінити свої дані, які включають і фізичні показники. Другий етап – визначення психологічного портрета в зовнішньому образі. Характер, темперамент, риси особистості керівника – усе це має важливе значення для створення позитивного образу керівника закладу дошкільної освіти. Третій етап – відповідність іміджу керівника тій життєвій ролі, яку він собі обрав. Четвертий етап – домогтися відповідності фізичного, психологічного стану та зовнішнього вигляду: одяг, зачіска, манера розмовляти і багато іншого. Отже, виховання нового типу керівника закладу дошкільної освіти на етапі становлення та розвитку нової системи української освіти висуває на перший план проблему формування у нього управлінської культури. Практика свідчить про недостатню готовність керівників закладів дошкільної освіти до професійної діяльності і відсутність у багатьох з них необхідної управлінської культури.

На основі дослідження, приведеного в даному розділі, слід зробити наступні висновки. Проблема підвищення конкурентоспроможності є актуальною для освітніх закладів всіх типів і форм власності. Серед них ключову роль повинні відігравати заходи з формування та реалізації позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, до формування якого значних зусиль докладає, перш за все, його керівник.

Імідж можна розглядати як об'єкт моделювання. Науково обґрунтована робота з управління іміджем дошкільного закладу повинна проводитися на основі моделювання іміджу. Імідж описується параметрично і моделюється так само, як і сам процес його формування. З огляду на те, що модель – це відображення значущих характеристик об'єкта управління, можна описати

імідж набором різних його характеристик. Імідж можна описати, наприклад, за допомогою профілю сприйняття і методу семантичного диференціалу. Під іміджем закладу дошкільної освіти слід розуміти емоційно забарвлений образ, що сформований у масовій свідомості і визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності та передається у зовнішнє середовище для впливу на цільову аудиторію. Позитивний імідж закладу дошкільної освіти допоможе вирішити такі завдання: підвищення привабливості закладу дошкільної освіти – у першу чергу, для батьків та персоналу; покращення ефективності заходів по інформуванні населення про заклад; покращення рівня організаційної культури дошкільного закладу; поліпшення соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі дошкільного закладу.

Таким чином, імідж є підґрунтям інформаційної взаємодії дошкільного закладу з суб'єктами зовнішнього і внутрішнього середовищ, яку доцільно здійснювати згідно з симетричною інформаційною моделлю взаємодії. Для того, щоб імідж закладу дошкільної освіти був дієвим, йому повинні бути притаманні наступні риси: об'єктивність, цілісність і узгодженість як з місією закладу дошкільної освіти, так і з іміджевим простором споживачів і партнерів; відносна стабільність щодо впливу негативних факторів зовнішнього середовища; зрозумілість та навіть певна спрощеність подання відповідно до рівня підготовленості аудиторії; рефлексивність до чутливих подій. До ключових інструментів формування іміджу закладу дошкільної освіти належить: організаційна культура, реклама, PR, прямий маркетинг, бренд, образ керівника тощо. Крім того, сформувались нові інструменти іміджу, які спричинені використанням можливостей інформаційно-комунікаційних технологій.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ АНГЛОМОВНОГО МІНІ САДОЧКА «SUNNY CAT»

### 2.1 Загальна характеристика діяльності закладу дошкільної освіти

Англомовний міні-садочок «Sunny Cat» – це приватний освітній заклад, який спеціалізується на догляді та навчанні дітей дошкільного віку в англомовному середовищі. Основною місією закладу є створення безпечного, дружнього та сприятливого середовища для розвитку дітей, що враховує сучасні методи навчання та орієнтоване на гармонійне формування особистості. Садок функціонує з урахуванням міжнародних стандартів якості дошкільної освіти та надає комплексні послуги, що задовольняють потреби сучасних батьків у вихованні та розвитку дітей.

Комплексні освітні програми для дошкільного розвитку ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» пропонує декілька програм навчання, орієнтованих на всебічний розвиток дитини. Освітні програми спрямовані на розвиток мовлення, формування основ логічного мислення, математики, раннього письма, а також творчих та соціальних навичок. Освітній процес включає такі предмети та заняття:

Англійська мова як основна мова навчання – інтегровані уроки з використанням сучасних методик для формування англомовних навичок у дітей. Когнітивний розвиток – вправи та завдання на розвиток пам'яті, уваги, мислення, з використанням спеціальних освітніх ігор та завдань. Фізичний розвиток – заняття з фізкультури, розвиток моторики, координації та рухової активності.

Заклад надає послуги повного та неповного дня догляду. Це включає:

Забезпечення комфортного режиму дня з чітким розкладом харчування, сну, прогулянок та занять. П'ятиразове харчування, розроблене відповідно до стандартів здорового харчування для дітей.

Постійний нагляд кваліфікованих педагогів та вихователів, що мають досвід роботи з дітьми дошкільного віку.

Оскільки основною мовою викладання є англійська, в процесі навчання особлива увага приділяється формуванню мовних навичок. Діти вивчають базові поняття, розвивають словниковий запас, вчаться спілкуватися англійською через ігрові та інтерактивні заняття. Програми спрямовані на природне вивчення мови без значних навантажень, щоб діти з легкістю та цікавістю опанували нові знання. Інтерактивні заняття та гуртки садочка «Sunny Cat» також пропонує додаткові заняття та гуртки, які розвивають творчі та соціальні здібності дітей: *Творчі гуртки*: малювання, ліплення, аплікація, музика та ритміка. *Театральні постановки та вистави*: допомагають дітям розвинути соціальні та комунікаційні навички, впевненість у собі, а також відчуття команди та підтримки. *Наукові гуртки та експерименти*: інтегровані заняття, що дають дітям базові знання про природні явища, навколишній світ, знайомлять з основами біології, фізики, хімії через прості й захоплюючі експерименти.

ФОП Бощенко Н. «Sunny Cat» приділяє особливу увагу підбору педагогічного складу. Усі викладачі та вихователі мають відповідну педагогічну освіту, володіють англійською мовою та володіють навичками роботи з дошкільнятами. Заклад підтримує професійний розвиток співробітників через тренінги та курси підвищення кваліфікації. Додатково садочок забезпечений сучасними освітніми матеріалами, іграшками, навчальними посібниками, необхідними для якісного навчального процесу.

Таким чином, міні-садочок «Sunny Cat» не лише забезпечує догляд за дітьми, але й виконує важливу освітню функцію, що сприяє ранньому розвитку іноземної мови та гармонійному формуванню особистості дитини в умовах багатокультурного середовища.

## **2.2. Аналіз організаційної структури управління закладу дошкільної освіти**

Організаційна структура ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» побудована з урахуванням специфіки освітніх установ та орієнтована на забезпечення високого рівня управління освітніми, адміністративними та господарськими процесами. Вона має лінійно-функціональний характер, де кожен підрозділ або окремих працівник виконує свої функції та завдання, взаємодіючи з іншими елементами структури для досягнення загальних цілей.

Керівник закладу (директор): основна роль директора – загальне керівництво закладом, стратегічне планування, а також прийняття рішень, що стосуються освітніх та організаційних процесів. Він відповідає за розробку і реалізацію довгострокової стратегії розвитку закладу, взаємодію з батьками, партнерами, постачальниками, а також за дотримання стандартів якості освітніх послуг. Директор також затверджує робочі програми, забезпечує фінансове планування та організовує маркетингові активності для підтримки іміджу.

Методист або старший педагог: відповідає за планування та методичне забезпечення освітнього процесу. Методист координує навчальні програми, складає розклад занять, розробляє та впроваджує нові методики, що сприяють розвитку дітей. Він також здійснює моніторинг якості викладання та проводить регулярні атестації персоналу. Методист працює в тісному контакті з педагогами та забезпечує адаптацію програм до індивідуальних потреб дітей.

Педагогічний персонал (вихователі та педагоги): вихователі та педагоги є ключовими учасниками освітнього процесу, оскільки вони безпосередньо працюють з дітьми. Вони проводять щоденні заняття, ігри, забезпечують підтримку фізичного та емоційного комфорту дітей. Педагоги також працюють над індивідуальними планами розвитку, регулярно спілкуються з батьками для обміну інформацією про прогрес кожної дитини. Крім того,

кожен педагог повинен володіти знаннями англійської мови та регулярно підвищувати кваліфікацію, відвідуючи тренінги або семінари.

Психолог та логопед: у разі необхідності в закладі працюють фахівці, які надають додаткову підтримку дітям у розвитку емоційної компетентності та мовленнєвих навичок. Психолог допомагає адаптувати дітей до освітнього середовища, підтримує їх емоційний розвиток, займається профілактикою стресів та конфліктів. Логопед, у свою чергу, працює над розвитком мовленнєвої компетентності у дітей, корегує можливі порушення вимови та проводить індивідуальні заняття.

Адміністративний персонал (офіс-менеджер або секретар): забезпечує організаційне супроводження діяльності закладу, веде документацію, організовує зустрічі з батьками, відповідає за облік фінансових операцій та координує маркетингові заходи. Офіс-менеджер також контролює наявність необхідних ресурсів для роботи закладу (канцелярія, навчальні матеріали тощо).

Обслуговуючий персонал: персонал, відповідальний за забезпечення чистоти та комфорту у приміщеннях закладу. Це можуть бути технічні працівники, кухарі, прибиральниці, які відповідають за приготування їжі, підтримання санітарних умов, що особливо важливо для дитячого середовища.

Управління міні-садочком здійснюється за допомогою чіткої системи комунікацій та взаємодії між різними структурними елементами. Директор визначає загальні цілі, відповідає за формування бюджету, маркетингові активності та стратегію розвитку. Методист, як найближчий до директора помічник у педагогічній сфері, допомагає адаптувати ці стратегії у освітню діяльність, а також координує роботу педагогів. Педагоги, у свою чергу, виконують щоденні завдання щодо навчання та виховання дітей, регулярно надаючи зворотний зв'язок методисту, що дозволяє коригувати програму за потреби.

Взаємодія між адміністративним та педагогічним персоналом здійснюється через проведення щотижневих нарад, де обговорюються плани

на тиждень, досягнення та можливі труднощі. Комунікація з обслуговуючим персоналом здійснюється через адміністратора, який відповідає за технічне забезпечення діяльності закладу, а також за дотримання санітарних норм.

Організаційна структура ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» побудована таким чином, що дозволяє ефективно розподіляти обов'язки між усіма учасниками процесу та забезпечує чітку ієрархію управління, що сприяє координації всіх аспектів діяльності. Директор, завдяки делегуванню відповідальності методисту, може зосередитись на стратегічних питаннях і розвитку закладу, тоді як методист забезпечує управління освітніми процесами. Педагоги мають можливість зосередитись на вихованні дітей і забезпеченні індивідуального підходу до кожної дитини, що підвищує рівень якості обслуговування.

### **2.3. Діагностика управлінських та забезпечуючих функцій закладу дошкільної освіти**

Діагностика управлінських і забезпечуючих функцій є важливим етапом для оцінки ефективності управління закладом дошкільної освіти та забезпечення його стабільного розвитку. В рамках цієї діагностики розглядаються основні управлінські процеси, які включають прийняття рішень, комунікацію між співробітниками, забезпечення ресурсами, а також аналізуються функції підтримки, що відповідають за організацію і комфортне середовище для дітей та персоналу. Завдяки цій діагностиці можна виявити сильні сторони і недоліки в управлінні, а також розробити заходи для їх подолання.

Планування є однією з ключових функцій, яка включає визначення цілей, завдань і заходів для досягнення стратегії розвитку міні-садочка. У ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» планування здійснюється на трьох рівнях:

Стратегічне планування (довгострокове) – встановлення загальних цілей, що сприяють зростанню і розвитку закладу, покращенню матеріально-технічної бази та забезпеченню відповідності освітніх програм сучасним стандартам. Оперативне планування – розробка планів на місяць, тиждень, день, що враховують поточні освітні програми, графік занять, заходів та ресурсного забезпечення. Індивідуальне планування – створення програм розвитку та навчальних планів для кожної дитини відповідно до її індивідуальних потреб.

У рамках цієї функції відбувається розподіл обов'язків між співробітниками закладу, розробка організаційної структури та налагодження робочих процесів. Кожен працівник садочка має чітко визначені обов'язки, що забезпечує ефективність та злагодженість роботи. Всі робочі процеси, зокрема навчальний та виховний, підтримка безпеки та санітарних умов, ретельно координуються між усіма працівниками.

Управління мотивацією співробітників відіграє важливу роль у ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat», оскільки якість послуг залежить від рівня залученості та задоволеності працівників. Керівництво впроваджує систему мотивації, яка включає як матеріальні стимули (зарплата, премії, бонуси), так і нематеріальні (можливості для професійного розвитку, додаткові дні відпочинку, навчальні програми). Така система сприяє збереженню кваліфікованого персоналу, підвищує ефективність роботи та загальний рівень обслуговування.

Контроль включає моніторинг якості освітнього процесу, рівня виконання навчальних планів, дотримання графіків та відповідності стандартам навчання. Він проводиться на регулярній основі та дозволяє вчасно виявляти проблеми у роботі педагогічного та обслуговуючого персоналу. Контроль включає регулярні перевірки документації, звітність про виконання планів, аналіз результатів виховання та навчання дітей, а також оцінювання зворотного зв'язку від батьків.

У ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» координація процесів забезпечується завдяки регулярним зустрічам керівника з методистом та педагогічним персоналом, що дозволяє оперативно реагувати на потреби освітнього процесу та впроваджувати необхідні зміни. Це також допомагає узгоджувати дії всіх працівників та забезпечує злагоджену роботу всіх відділів.

Одним з основних завдань є забезпечення садочка необхідними ресурсами – матеріальними, технічними, фінансовими. ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» постійно оновлює освітні матеріали, іграшки, меблі, а також забезпечує відповідність санітарним нормам. Достатнє ресурсне забезпечення сприяє створенню сприятливих умов для дітей та підтримує високий рівень надання освітніх послуг.

Інформаційне забезпечення передбачає створення ефективної інформаційної бази та системи комунікацій для злагодженої роботи. Вся інформація про освітній процес, розклад, індивідуальні плани розвитку доступна для педагогічного та адміністративного персоналу, що сприяє оперативному обміну даними. Для взаємодії з батьками використовуються сучасні технології: інформаційні листи, повідомлення у месенджерах, електронні звіти.

Фінансування садочка базується на внесках батьків та додаткових доходах, що дозволяє ефективно планувати витрати. Забезпечення фінансової стійкості закладу є важливим елементом для підтримки якості освітніх послуг та впровадження нових методик навчання.

Успішне функціонування садочка залежить від кваліфікованого персоналу, тому кадрове забезпечення є пріоритетним напрямом. Заклад активно залучає досвідчених педагогів, проводить регулярне підвищення кваліфікації, організовує тренінги, що сприяють професійному розвитку працівників.

Важливим аспектом роботи закладу є дотримання правових норм і стандартів у сфері дошкільної освіти, які стосуються санітарних, освітніх,

трудовах аспектів. Усі документи, пов'язані з реєстрацією, ліцензуванням та сертифікацією, підтримуються у відповідності з законодавством, що забезпечує надійність закладу і захист інтересів дітей та батьків.

Ефективність управлінських функцій у ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» підтримується чіткою структурою і розподілом обов'язків, що дозволяє забезпечувати злагоджену роботу всіх підрозділів закладу. Забезпечуючі функції, зокрема ресурсне, фінансове та інформаційне забезпечення, створюють основу для стабільного функціонування та розвитку, дозволяють своєчасно адаптувати заклад до потреб ринку та запитів батьків.

Проте в процесі діагностики можливі виявлення певних слабких місць, таких як нестача ресурсів для оновлення матеріально-технічної бази або затримка у підвищенні кваліфікації працівників через брак фінансування. Рекомендації щодо оптимізації включають збільшення партнерських програм для фінансової підтримки, впровадження електронних систем для кращого інформаційного забезпечення та підвищення ефективності комунікацій.

Таким чином, ФОП Борщенко Н.О. «Sunny Cat» має ефективно функціонуючий організаційний механізм, який забезпечує надійне управління та стійкий розвиток, що дозволяє підтримувати високий рівень освітніх послуг та позитивний імідж закладу на ринку дошкільної освіти.

### РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕВИМИ РЕСУРСАМИ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ АНГЛОМОВНОГО МІНІ САДОЧКА «SUNNY CAT»

#### 3.1. Шляхи та напрямки вдосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»

Впровадження шляхів та напрямків вдосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти №532 м. Київ є необхідною та важливою умовою для підвищення конкурентоспроможності закладу, а, відповідно, і його іміджу на ринку послуг дошкільної освіти. Враховуючи представлений в другому розділі магістерського дослідження аналіз інструментів і методів формування та управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT», в таблиці 3.1 узагальнимо основні проблеми, пов'язані із формуванням та управлінням іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

Таблиця 3.1

Опис основних проблем, пов'язаних із формуванням та управлінням  
іміджем закладу дошкільної освіти англomовного  
міні садочка «SUNNY CAT»

№	Проблема	Опис недоліків та наслідків	Вплив на ефективність управління іміджевими ресурсами
1	2	3	4
<i>Імідж освітніх послуг, пропонувані закладом</i>			
1	В закладі не пропонується послуга дитячого логопеда	Наразі досить багато дітей мають логопедичні проблеми, тому батьки, обираючи заклад дошкільної освіти, в першу чергу звертають увагу та наявність даного фахівця в закладі дошкільної освіти та можливість отримання даної послуги для своєї дитини. Тому, якщо даної послуги немає, батьки звернуться до іншого закладу, не зважаючи, на	Скорочення ефективності управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: імідж освітніх послуг, пропонувані закладом),

		сильні сторони інших груп іміджевих ресурсів	скорочення попиту на послуги закладу
<i>Організаційна культура закладу дошкільної освіти</i>			
2	Невідповідність дизайну закладу (будівля) сучасним концептам дизайну закладів	На відміну від приміщень закладу дошкільної освіти будівля закладу виглядає непривабливо, є несучасною порівняно із іншими закладами Святошинського району. Це де мотивує деяких батьків до того, щоб віддати на навчання свою дитину. Доцільним є організація робіт по осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»	Скорочення ефективності управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: організаційна культура закладу), скорочення попиту на послуги закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»
3	Відсутність концепту універсального дизайну закладу (приміщення)	В цілому слід відмітити привабливий та цікавий для дітей дизайн приміщень, зручність розміщення меблів, наявність ігрового обладнання тощо, проте доцільним є створення сучасного універсального дизайну, який відповідатиме потребам кожної вікової групи (нормо типовим дітям та дітям із інклюзією) та стратегічним цілям та місії закладу в цілому	Скорочення ефективності управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: організаційна культура закладу)
<i>Формування «паблісіті»</i>			
4	Повна відсутність інструментів та концепту управління іміджевими ресурсом «паблісіті»	«Паблісіті» - дотримання принципів публічності, гласності не входить до структури іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»: популяризація послуг закладу через засоби масової інформації (соціальні мережі, телебачення, пресу тощо)	Скорочення ефективності управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: паблісіті). Досить складно знайти потрібну інформацію про заклад, що знижує рівень лояльності цільової аудиторії до послуг закладу дошкільної освіти (батьки дітей дошкільного віку, партнери, педагоги)
5	Відсутність логотипу, як важливого іміджевого ресурсу в системі управління закладом	Дошкільний заклад не має логотипу, що робить його типовим, і непомітним серед інших закладів дошкільної освіти. Цільова аудиторія в першу чергу звертає увагу на «яскраву упаковку», в даному концепті мова йде про дизайн закладу, про логотип закладу, естетичне оформлення прибудинкових територій тощо	Скорочення ефективності управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: паблісіті та організаційна культура)

<i>Імідж керівника закладу дошкільної освіти</i>			
6	Непублічність особи директора закладу дошкільної освіти	У вільному доступі відсутня інформація про директора закладу Братанову Лесю Василівну (про її досвід, здобутки, реалізовані проекти), лише відома інформація про категорію педагогічного персоналу. Відсутні інтерв'ю та публікації керівника, що також знижує ефективність управління іміджевими ресурсами та знижує інтерес до закладу зі сторони аудиторії, адже батьки, обираючи заклад, в першу чергу читають відгуки про нього	Скорочення ефективності управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: імідж керівника закладу дошкільної освіти), скорочення попиту на послуги закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»
<i>Управління іміджевими ресурсами в цілому</i>			
7	Не розроблений механізм формування та управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»	Наразі в закладі дошкільної освіти чітко визначені лише функції з управління закладом дошкільної освіти – організація, мотивація, планування і контроль. Відсутній механізм формування та управління іміджевими ресурсами	Не чіткість структури процесів формування та управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT», що чинить негативний вплив на конкурентоспроможність закладу та попит на його послуги

Джерело: складено автором

Представлений в таблиці перелік основних проблем, пов'язаних із формуванням та управлінням іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT», наголошує на необхідності розроблення практичних рекомендацій щодо удосконалення управління іміджевими ресурсами закладу.

В таблиці 3.2 опишемо основні інструменти менеджменту, які можуть бути використані із метою розробки напрямків вдосконалення даного проблемного питання.

Доцільними до використання є наступні моделі та матриці: матриця БКГ (місце послуг закладу дошкільної освіти в портфелі послуг), аналіз конкурентів на основі бенчмаркінгу (пошук стандартного чи еталонного закладу дошкільної освіти з точки зору управління іміджевими ресурсами для

порівняння із аналізованим закладом, та обміну досвідом), моделі розробки логотипів, розробка контент – плану для виступів директора, модель Демінга (модель безперервного поліпшення процесів, цикл PDCA — планує (Plan), роби (Do), перевіряй (Check), впливай (Act))

Таблиця 3.2

Інструменти для розробки практичних рекомендацій з питань управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»

№	Проблема	Інструменти	Мета використання інструменту
1	2	3	4
1	В закладі не пропонується послуга дитячого логопеда	Матриця БКГ, анкетування (визначення попиту на послуги)	Для оцінки важливості розширення асортименту послуг закладу через постійно зростаючі логопедичні проблеми в дітей дошкільного віку
2	Дизайн приміщень та будівлі	Аналіз конкурентів на основі бенчмаркінгу	Аналіз дизайну будівель та приміщень закладів – конкурентів із метою запозичення ідей та вдосконалення дизайну закладу
3	Відсутність інструментів та концепту управління іміджевим ресурсом «пабліситі» / не публічність директора	Розробка контент – плану для виступів директора (наприклад, на сторінці в YouTube)	Запис відео за планом, що визначає характер записів та частоту їх публікування
4	Відсутність логотипу	Моделі розробки логотипів / Аналіз на основі бенчмаркінгу	Розробка логотипу із використанням досвіду конкурентів – закладів
5	Не розроблений механізм формування та управління іміджевими ресурсами	Модель Демінга / матриця розподілу відповідальності	Формування чіткого плану виконання задач із питань управління іміджевими ресурсами, моделі управління іміджевими ресурсами (Демінга)

Джерело: складено автором

Враховуючи приведені в даному розділі дослідження, в наступному параграфі приведемо модель управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності.

### 3.2. Розробка моделі управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності

Модель управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності візуалізуємо за допомогою рис.3.1.



Рис.3.1. Модель управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності

Джерело: складено автором

Враховуючи проблеми, які пов'язані із формуванням та управлінням іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT», та інструменти, опис яких приведений в таблиці 3.2, доцільним є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення

управління іміджевими ресурсами, що відповідатиме концепту розробленої на рис.3.1 моделі управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності.

*1. Проблема: в закладі дошкільної освіти не пропонуються послуги логопеда, проте в умовах зростаючих потреб дана послуга є вкрай необхідною, а наявність даного фахівця в закладі визначає попит на послуги та конкурентоспроможність закладу на ринку освітніх послуг.* Можна стверджувати, що послуга користуватиметься попитом, та приверне увагу батьків дітей із логопедичними проблемами.

В таблиці 3.2 приведений опис послуг закладу відповідно до концепту матриці БКГ.

Таблиця 3.2

## Опис послуг закладу відповідно до концепту матриці БКГ

№	Послуга закладу	Місце послуги в матриці БКГ	Опис
1	2	3	4
1	Освітні послуги	Зірки	Послуга – типова для закладів дошкільної освіти, перебуває на продуктового циклу. Приваблива стратегічна зона господарювання, проте типова
2	Психологічні послуги	Дійні корови	Послуга дуже популярна, особливо в умовах воєнного стану, коли дитина перебуває в постійному стресі
3	LEGO – заняття	Зірки	Послуга – нетипова для закладів дошкільної освіти, приваблива стратегічна зона господарювання з точки зору інноваційності
4	Логопедичні послуги (нова послуга)	На етапі впровадження «знаки питання», адже це нова послуга	На етапі впровадження «знаки питання», але можна із впевненістю сказати, що із часом даний «освітній продукт» займе квадрат «Зірки»

Джерело: складено автором

На рис.3.2 зобразимо матрицю БКГ для послуг закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Отже, до категорії «зірки» віднесені наступні види послуг: освітні послуги та LEGO – заняття; дійними коровами є психологічні послуги; логопедичні послуги на етапі впровадження

відносимо до категорії «знаки питання». Тому рис.3.2 демонструватиме продуктивний портфель послуг закладу на етапі впровадження нового виду послуги.

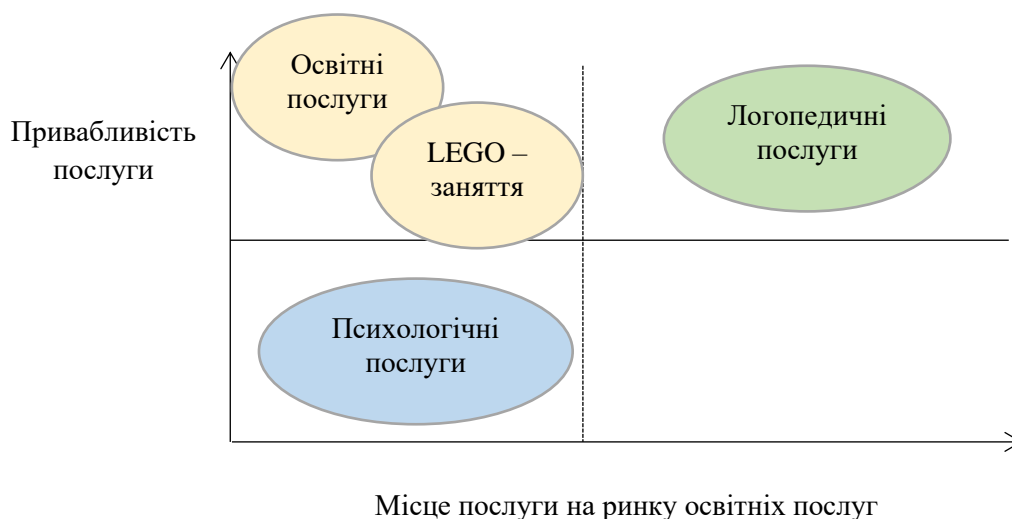


Рис. 3.2. Матриця БКГ для послуг закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»

Джерело: складено автором

Отже, доцільним є наймання в штат персоналу закладу логопеда, який проводитиме заняття для дітей із вадами мовлення. Етапи реалізації даного заходу «Організація роботи кабінету логопеда» описані в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Етапи реалізації заходу «Організація роботи кабінету логопеда»

№	Етап	Сутність	Відповідальна особа
1	Визначення попиту на послуги логопеда, виходячи із запитів батьків вихованців та діагнозів лікарів	Здійснюється аналіз кількості запитів (в будь-якій формі) батьків, які висловили бажання скористатись послугами логопеда для дитини, аналіз анкетування серед батьків дітей, які наразі навчаються та виховуються в закладі, з точки зору визначення потреби в логопедичних послугах. Аналіз конкурентних пропозицій інших закладів дошкільної освіти	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи

Продовження таблиці 3.3

2	Складання графіку роботи фахівця - логопеда	Формується на основі результатів аналізу (запити та анкетування) – робиться висновок про те, скільки годин повинен працювати логопед щоденно і скільки днів на тиждень для повного задоволення потреб (кількість дітей, які потребують логопедичних занять)	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи
3	Складання запиту для Управління освіти на заміщення посади логопеда	Складання опису вакансії для Управління освіти на заміщення посади логопеда, обґрунтування необхідності, надання аналітичних розрізів та результатів анкетування	
4	Організація проведення співбесід	Проведення співбесід із кандидатами на посаду логопеда та вибір найбільш оптимального варіанту (освіта, досвід роботи, креативність підходів, вміння використання інноваційних методик тощо)	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи
5	Облаштування кабінету для роботи фахівця	Вибір найбільш оптимального варіанту приміщення в закладі для роботи логопеда, складання бюджету витрат на ремонтні роботи та придбання необхідного устаткування (погодження кошторису із Управлінням освіти), придбання матеріалів та логопедичних інструментів	Директор, заступник директора з адміністративно-господарської роботи
6	Працевлаштування логопеда	Оформлення фахівця на роботу, складання посадової інструкції, оформлення всіх необхідних документів, ознайомлення із закладом, колективом та дітьми, ознайомлення із внутрішніми положеннями та регламентами	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи
7	Складання графіка роботи логопеда	Складання графіка роботи логопеда, складання портрету дитини, яка потребує послуг логопеда, складання планів занять	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи, логопед

Джерело: складено автором

Отже, наймання логопеда дозволить підвищити ефективність іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: імідж освітніх послуг, пропонованих закладом), підвищити конкурентоспроможність закладу та попит на його послуги.

2. Проблема: несучасність будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Доцільним є організація робіт по

осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

Етапи реалізації заходу «Організація робіт по осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» описані в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Етапи реалізації заходу «Організація робіт по осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»»

№	Етап	Сутність	Відповідальна особа
1	Розробка концепту будівлі закладу освіти – сучасного закладу дошкільної освіти, затишного та привабливого	Розгляд варіантів оформлення будівель закладу дошкільної освіти, використання результатів аналізу на основі інструменту бенчмаркінгу. Важливо звернути увагу на дизайн будівель закладів – конкурентів	Директор, заступник директора з адміністративно-господарської роботи
2	Складання бюджету на проект	Складання кошторису витрат на придбання матеріалів та на виконання будівельних робіт. Пошук підрядної організації. Реалізувати даний захід планується частково за рахунок бюджетних коштів (за погодженням управління освіти) та за рахунок власних коштів закладу	Директор, заступник директора з адміністративно-господарської роботи
3	Складання графіку виконання робіт	Складання графіку виконання будівельних робіт відповідно до пріоритетності задач та нормативів виконання будівельних робіт	Заступник директора з адміністративно-господарської роботи
4	Організація будівельних робіт	Контроль виконання кошторису та якості робіт відповідно до складеного графіку, оформлення рекламацій у випадку невідповідності якості послуг та затримки термінів виконання робіт	

Джерело: складено автором

Отже, реалізація проекту «Організація робіт по осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»» дозволить підвищити ефективність іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: організаційна культура закладу дошкільної освіти), підвищити рівень лояльності зі сторони цільової аудиторії, адже першу увагу привертає саме дизайн закладу, підвищити конкурентоспроможність закладу та попит на його послуги.

3. Проблема: невідповідність приміщень закладу вимогам сучасного універсального дизайну. Доцільним є створення сучасного універсального дизайну, який відповідатиме потребам кожної вікової групи та цілям та місії закладу в цілому. Слід відмітити, що з розвивальною метою у групових кімнатах в закладі дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» використовується також і поверхня стін та підлоги. Зокрема, поверхні стін використовуються для розміщення куточків, стендів та полиць. Соціальне середовище у дитсадку та груповій кімнаті є сприятливим для виникнення та розвитку самостійної дитячої діяльності. Найважливішим компонентом успішного процесу соціального розвитку дошкільника є насичення мовленнєвого середовища, у якому постійно чи тимчасово перебуває малюк, зразками рідної мови, які дитина може почути, побачити у групі та в дитсадку. Саме тому мовлення педагога-вихователя має бути виразним, чітким, літературно правильним, а на стінах у приміщенні дитсадку, на стендах, у теках-пересувках має розміщуватися яскравий наочний матеріал, який знайомить дітей із правильним написанням слів, представляє їх семантичне значення, зацікавлює дітей у вивченні рідної мови.

З метою запровадження даних концептів доцільним є сучасного універсального дизайну в закладі дошкільної освіти.

Етапи реалізації даного заходу описані в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

## Етапи реалізації заходу «Створення сучасного універсального дизайну»

№	Етап	Сутність	Відповідальна особа
1	2	3	4
1	Розробка концепту дизайну приміщень	Пропонується впровадження сучасного універсального дизайну	Директор, заступник директора з освітньо-виховної роботи
2	Складання бюджету на проект	Складання кошторису витрат на реалізацію проекту: передбачене проведення ремонтних робіт та придбання устаткування. Погодження кошторису витрат із Управлінням освіти. У випадку неможливості виконання даних робіт власними силами (адміністративно-господарська служба) залучення підрядної організації	Директор, заступник директора з адміністративно-господарської роботи
3	Складання графіку виконання робіт	Складання графіку виконання ремонтних робіт відповідно до пріоритетності задач та нормативів	Заступник директора з адміністративно-господарської роботи
4	Організація будівельних робіт	Контроль виконання кошторису та якості робіт відповідно до складеного графіку, оформлення рекламаций у випадку невідповідності якості послуг та затримки термінів виконання робіт	

Джерело: складено автором

Отже, реалізація проекту зі створення універсального дизайну, який відповідатиме потребам кожної вікової групи та цілям та місії закладу в цілому, дозволить підвищити ефективність іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: організаційна культура закладу дошкільної освіти), підвищити рівень лояльності зі сторони цільової аудиторії, адже першу увагу привертає саме дизайн закладу, підвищити конкурентоспроможність закладу та попит на його послуги.

4. *Проблема: невикористання в системі управління іміджевими ресурсами інструменту «пабліситі».* Доцільною є розробка концепту впровадження інструментів категорії «пабліситі» в систему управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

Етапи реалізації даного заходу описані в таблиці 3.6. як видно із наведеної таблиці 3.7 основними етапами реалізації цього алгоритму є: розробка концепту впровадження «пабліситі»; створення сайту; активізація сторінки в соціальній мережі Фейсбук, ведення сторінки та створення облікового запису в YouTube.

Таблиця 3.6

Етапи реалізації заходу «Розробка концепту впровадження інструменту управління іміджем «пабліситі» в систему управління іміджевими ресурсами закладу

№	Етап	Сутність	Відповідальна особа
1	2	3	4
1	Розробка концепту впровадження «пабліситі»	Вибір інструментів «пабліситі» для оптимізації управління іміджевими ресурсами закладу, зокрема створення сайту; активізація сторінки в соціальних мережах (Фейсбук); створення облікового запису в YouTube	Директор, заступник з освітньо - виховної роботи
1.1	Створення сайту	Розробка інтерфейсу та меню сайту для закладу дошкільної освіти. Доцільно скористатись інструментом бенчмаркінгу – аналіз сайтів закладів Святошинського району та інших закладів м.Київ та України. Досить інформативним на думку керівництва є сайт Квасилівського закладу дошкільної освіти, тому за основу доцільно взяти макет даного сайту (Додаток Д). Розробка сайту доручатиметься ІТ – компанії. Пошук ІТ компанії здійснюватиметься директором. Реалізувати даний захід планується частково за рахунок бюджетних коштів (за погодженням управління освіти) та за рахунок власних коштів закладу (отримані від послуг реклами – рекламна дошка, послуг оренди актової та спортивної зали тощо)	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи
1.2	Активізація сторінки в соціальній мережі Фейсбук	Сторінку в Фейсбук заклад має, проте вона не активна, дописи публікуються досить рідко. Доцільно скористатись інструментом бенчмаркінгу – аналіз сторінок в соціальних мережах закладів Святошинського району та інших закладів м.Київ та України (оцінка інтерфейсу, характеру та частоти дописів). Досить інформативною на думку керівництва є сторінка Квасилівського закладу дошкільної освіти (Додаток Є), тому її доцільно взяти за основу як «сторінку – еталон». Розробка сторінки в соціальній мережі доручатиметься SMM – менеджеру, пошук якого компанії здійснюватиметься директором.	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи

## Продовження таблиці 3.6

1.3	Ведення сторінки	Ведення сторінки планується покласти на заступника директора з навчально-виховної роботи (розробка тексту публікацій, погодження із директором графіку публікацій).	
1.4	Створення облікового запису в YouTube	Доцільно скористатись інструментом бенчмаркінгу – аналіз облікових записів закладів Святошинського району та інших закладів м.Київ та України в YouTube, оцінка характеру контенту. Розробка контент-плану для публікацій в YouTube. В Додатку Ж приведено візуалізацію облікового запису одного із закладів дошкільної освіти	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи

Джерело: складено автором

Отже, реалізація проекту «Розробка концепту впровадження інструменту управління іміджем «паблісіті» в систему управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»» дозволить підвищити ефективність іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: організаційна культура закладу дошкільної освіти та формування «паблісіті»), підвищити рівень лояльності зі сторони цільової аудиторії через забезпечення її повноцінною та якісною інформацією про заклад освіти на сайті, на сторінці в Фейсбук та обліковому запису в YouTube, підвищити конкурентоспроможність закладу та попит на його послуги.

*5. Проблема: відсутність логотипу. Доцільною є розробка дизайну логотипу для закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». При реалізації даного проекту доцільним є також використання досвіду інших закладів дошкільної освіти (інструмент бенчмаркінгу).*

Етапи реалізації заходу «Розробка логотипу для закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» описані в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Етапи реалізації заходу «Розробка логотипу для закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»

№	Етап	Сутність	Відповідальна особа
1	2	3	4
1	Формування концепту логотипу	Доцільно скористатись інструментом бенчмаркінгу – оцінка логотипів закладів Святошинського району та інших закладів м.Київ	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи
2	Пошук компанії – дизайнера по розробці логотипу	Пошук компанії – дизайнера по розробці логотипу здійснюватиметься директором. Реалізувати даний захід планується частково за рахунок бюджетних коштів та за рахунок власних коштів закладу	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи
3	Розробка технічного завдання для компанії – дизайнера	Вимоги по кольоровій гамі, шрифтам, малюнку. За умов наявності фінансових ресурсів доцільним є також нанесення логотипу на робочий (фірмовий) одяг персоналу	
4	Патентування логотипу	Роботи по реєстрації бренду (логотипу)	Директор

Джерело: складено автором

Отже, реалізація проекту «Розробка логотипу для закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» дозволить підвищити ефективність іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: організаційна культура закладу дошкільної освіти та формування «паблісіті»), підвищити рівень лояльності зі сторони цільової аудиторії, підвищити конкурентоспроможність закладу та попит на його послуги. Наявність логотипу підвищить рівень впізнаваності закладу дошкільної освіти серед інших закладів. Яскравий та привітний логотип демонструватиме високий рівень відповідальності закладу до якості послуг та високе захоплення роботою, яку він здійснює, зважаючи не лише на освітній, а й соціальний аспект.

*б. Проблема: непублічність особи директора закладу дошкільної освіти.*  
Доцільною є розробка PR - заходів по підвищенню рівня публічності керівника закладу дошкільної освіти, складання графіків участі в конференції, форумах,

складання графіків проведення інтерв'ю тощо. Даний заклад може бути включений також до заходів із питань розробки концепту «пабліситі».

Етапи реалізації даного заходу описані в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Етапи реалізації заходу «Розробка PR - заходів по підвищенню рівня публічності керівника закладу дошкільної освіти»

№	Етап	Сутність	Відповідальна особа
1	Формування концепту реалізації PR - заходів по підвищенню рівня публічності керівника	Вибір PR – заходів та PR – інструментів для підвищенню рівня публічності керівника: виступи на форумах, конференціях, приймання участі в круглих столах, інтерв'ю, публікації в пресі	Директор, заступник директора з освітньо - виховної роботи
2	Складання графіку участі директора закладу в публічних заходах	Складання графіку участі директора закладу в публічних заходах	
3	Складання переліку тематик для виступів	Складання переліку тематик для виступів директора в публічних заходах: інформація про заклад дошкільної освіти, про інноваційні освітні послуги, про співпрацю закладу з LEGO Асоціацією, участь в спортивних та освітніх заходах	

Джерело: складено автором

Отже, реалізація проекту «Розробка PR - заходів по підвищенню рівня публічності керівника закладу дошкільної освіти» дозволить підвищити ефективність іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (компонент: імідж керівника закладу дошкільної освіти), підвищити рівень лояльності зі сторони цільової аудиторії, підвищити конкурентоспроможність закладу та попит на його послуги. Підвищення іміджу керівника закладу дошкільної освіти чинить позитивний вплив на формування іміджу закладу дошкільної освіти, адже імідж керівника є іміджем закладу, тому керівнику рекомендується постійно підвищувати свій професійний рівень, розвивати всі типи компетентностей, що позитивно впливатиме на імідж закладу.

7. Проблема: не розроблений механізм формування та управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англомовного міні садочка «SUNNY CAT». Доцільною в даному випадку є розробка механізму формування та управління іміджевими ресурсами в закладі дошкільної освіти англомовного міні садочка «SUNNY CAT». Наразі процеси управління іміджевими ресурсами в закладі виконуються досить поверхнево з точки зору виконання основних функцій: організація управління іміджевими ресурсами, мотивація управління іміджевими ресурсами, планування управління іміджевими ресурсами та контроль управління іміджевими ресурсами. В таблиці 3.9 приведемо концепт розробки механізму формування та управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англомоаного міні садочка «SUNNY CAT» із використанням підходів моделі Демінга.

Таблиця 3.9

Модель Демінга з управління іміджевими ресурсами в закладі дошкільної освіти англомовного міні садочка «SUNNY CAT».

№	Функції управління іміджевими ресурсами	Опис	Відповідальна особа за виконання функції
1	2	3	4
1	Організація формування та управління іміджевими ресурсами Do	Розробка компонентів системи формування та управління іміджевими ресурсами: імідж освітніх послуг, пропонованих закладом; організаційна культура закладу дошкільної освіти; формування «паблісіті»; імідж керівника закладу дошкільної освіти	Директор, заступники директора
2	Контроль формування та управління іміджевими ресурсами Check	Контроль ефективності заходів із питань управління іміджевими ресурсами, оцінка конкурентоспроможності закладу (мінімум 2 рази на рік), моніторинг сильних сторін та заходів із підвищення ефективності управління іміджевими ресурсами закладів – конкурентів, контроль кількості переглядів відео та публікацій, контроль рівня відвідуваності сайту закладу дошкільної освіти	Директор, заступники директора

Продовження таблиці 3.9

3	Мотивація формування та управління іміджевими ресурсами Act	Розробка мотиваційної моделі (заходи матеріальної та нематеріальної мотивації) для персоналу, який несе відповідальність за формування та управління іміджевими ресурсами	Директор
4	Планування формування та управління іміджевими ресурсами Plan	Розробка публікацій для сайту та сторінки в соціальній мережі; формування контент – плану розміщення публікацій та публікування відео, складання графіку участі директора закладу в публічних заходах; складання переліку тематик для виступів директора; планування заходів по підвищенню ефективності формування та управління іміджевими ресурсами; складання бюджету витрат на реалізацію заходів	Директор, заступники директора

Джерело: складено автором

Отже, реалізація проекту «Розробка механізму формування та управління іміджевими ресурсами в закладі дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» дозволить підвищити ефективність управління даними ресурсами з точки зору функцій моделі циклу Демінга, підвищити імідж закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» та попит на його послуги.

В таблиці 3.10 узагальнимо інформацію про пропоновані заходи із вдосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

Таблиця 3.10

Пропоновані заходи із вдосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»

№	Захід	Управлінська результативність
1	2	3
1	Організація роботи логопеда в закладі	підвищення ефективності іміджевих ресурсів закладу, підвищення конкурентоспроможності закладу та попиту на його послуги
2	Організація робіт по осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти	підвищення ефективності іміджевих ресурсів закладу, підвищення рівня лояльності зі сторони цільової аудиторії, адже першу увагу привертає саме дизайн

3	Створення сучасного універсального дизайну	закладу, підвищення конкурентоспроможності закладу та попиту на його послуги
4	Розробка логотипу для закладу дошкільної освіти	підвищення ефективності іміджевих ресурсів закладу (компонент: організаційна культура закладу дошкільної освіти та формування «паблісіті»), підвищення рівня лояльності зі сторони цільової аудиторії, підвищення конкурентоспроможності закладу та попиту на його послуги
5	Розробка концепту впровадження інструменту управління іміджем «паблісіті»	підвищення ефективності іміджевих ресурсів закладу (компонент: організаційна культура закладу дошкільної освіти та формування «паблісіті»), підвищення рівня лояльності зі сторони цільової аудиторії через забезпечення її повноцінною та якісною інформацією про заклад освіти на сайті, на сторінці в Фейсбук та обліковому запису в YouTube, підвищення конкурентоспроможності закладу та попиту на його послуги
6	Розробка PR - заходів по підвищенню рівня публічності керівника закладу	підвищення ефективності іміджевих ресурсів закладу (компонент: імідж керівника закладу дошкільної освіти), підвищення рівня лояльності зі сторони цільової аудиторії, підвищення конкурентоспроможності закладу та попиту на його послуги.
7	Розробка моделі управління іміджевими ресурсами	підвищення ефективності управління ресурсами з точки зору функцій моделі циклу Демінга, підвищення іміджу закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» та попиту на його послуги

Джерело: складено автором

В наступному підрозділі доцільним є обґрунтування економічної доцільності окреслених вище прийнятих управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT».

### **3.3. Якісне обґрунтування доцільності прийнятих управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT»**

Визначимо економічну доцільність прийнятих управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання іміджевих ресурсів закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Проаналізуємо,

яким чином впливатимуть заходи на рівень конкурентоспроможності закладу дошкільної освіти на ринку освітніх послуг.

Найвищу конкурентоспроможність після реалізації заходів, направлених на удосконалення формування та управління іміджевими ресурсами, порівняно із закладами – еталоном матиме заклад дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

Після впровадження заходів, направлених на удосконалення формування та управління іміджевими ресурсами, імідж закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» підвищиться, що доводять приведені вище розрахунки. Це наголошує на необхідності реалізації розроблених управлінських рішень.

Як вже наголошувалось вище, логопедичні послуги, як новий вид послуг в асортимент, на етапі впровадження відноситься до категорії «знаки питання», але можна із впевненістю сказати, що із часом даний «освітній продукт» займе квадрат «Зірки», що демонструє приведена на рис.3.3 прогнозна матриця БКГ.

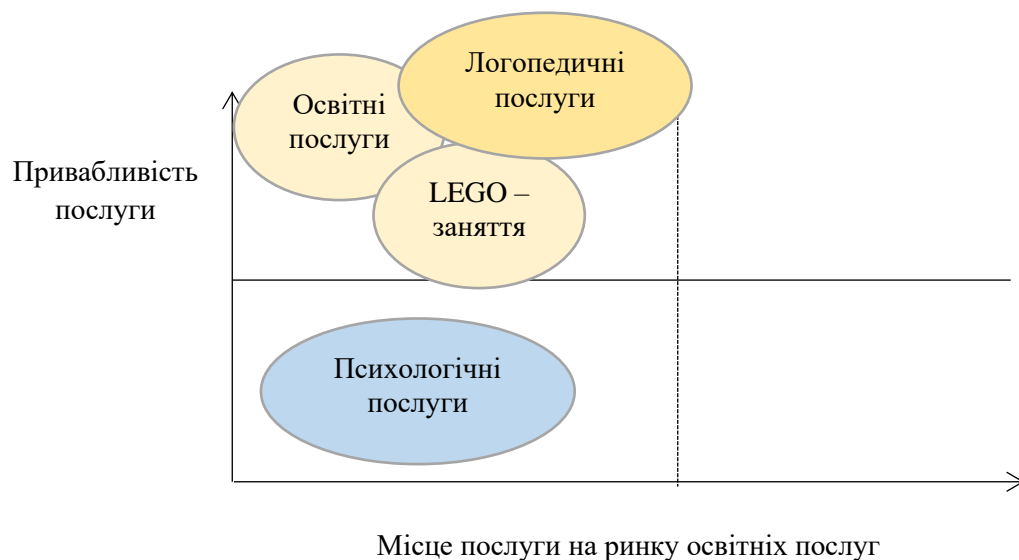


Рис.3.3. Прогнозна матриця БКГ для послуг закладу дошкільної освіти міні садочка «SUNNY CAT» (після впровадження заходів, направлених на удосконалення формування та управління іміджевими ресурсами)

Джерело: складено автором

На основі дослідження, приведеного в даному розділі, слід зробити наступні висновки. Доцільним є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління іміджевими ресурсами, що відповідатиме концепту розробленої на рис.3.1 моделі управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності.

1. Проблема: в закладі дошкільної освіти не пропонуються послуги логопеда, проте в умовах зростаючих потреб дана послуга є вкрай необхідною, а наявність даного фахівця в закладі визначає попит на послуги та конкурентоспроможність закладу на ринку освітніх послуг. Можна стверджувати, що послуга користуватиметься попитом, та приверне увагу батьків дітей із логопедичними проблемами.

2. Проблема: несучасність будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Доцільним є організація робіт по осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Із метою визначення концепту вдосконалення дизайну будівлі, скористаємось інструментом бенчмаркінгу. Використаємо реалізацію заходу «Організація робіт по осучасненню будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»».

3. Проблема: невідповідність приміщень закладу вимогам сучасного універсального дизайну. Доцільним є створення сучасного універсального дизайну, який відповідатиме потребам кожної вікової групи та цілям та місії закладу в цілому.

4. Проблема: невикористання в системі управління іміджевими ресурсами інструменту «пабліситі». Доцільною є розробка концепту впровадження інструментів категорії «пабліситі» в систему управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

5. Проблема: відсутність логотипу. Доцільною є розробка дизайну логотипу для закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY

СAТ». При реалізації даного проекту доцільним є також використання досвіду інших закладів дошкільної освіти (інструмент бенчмаркінгу).

6. Проблема: непублічність особи директора закладу дошкільної освіти. Доцільною є розробка PR - заходів по підвищенню рівня публічності керівника закладу дошкільної освіти, складання графіків участі в конференції, форумах, складання графіків проведення інтерв'ю тощо. Даний заклад може бути включений також до заходів із питань розробки концепту «пабліситі».

7. Проблема: не розроблений механізм формування та управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Доцільною в даному випадку є розробка механізму формування та управління іміджевими ресурсами в закладі дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

Після впровадження заходів, направлених на удосконалення формування та управління іміджевими ресурсами, імідж закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» підвищиться, що доводять приведені вище розрахунки. Це наголошує на необхідності реалізації розроблених управлінських рішень.

## ВИСНОВКИ

На основі дослідження, приведеного в магістерському дослідженні, слід зробити наступні висновки.

1. Проблема підвищення конкурентоспроможності є актуальною для освітніх закладів всіх типів і форм власності. Серед них ключову роль повинні відігравати заходи з формування та реалізації позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, до формування якого значних зусиль докладає, перш за все, його керівник. Імідж можна розглядати як об'єкт моделювання. Науково обґрунтована робота з управління іміджем дошкільного закладу повинна проводитися на основі моделювання іміджу. Імідж описується параметрично і моделюється так само, як і сам процес його формування. З огляду на те, що модель – це відображення значущих характеристик об'єкта управління, можна описати імідж набором різних його характеристик. Імідж можна описати, наприклад, за допомогою профілю сприйняття і методу семантичного диференціалу. Під іміджем закладу дошкільної освіти слід розуміти емоційно забарвлений образ, що сформований у масовій свідомості і визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності та передається у зовнішнє середовище для впливу на цільову аудиторію. Позитивний імідж закладу дошкільної освіти допоможе вирішити такі завдання: підвищення привабливості закладу дошкільної освіти – у першу чергу, для батьків та персоналу; покращення ефективності заходів по інформуванню населення про заклад; покращення рівня організаційної культури дошкільного закладу; поліпшення соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі дошкільного закладу.

2. Імідж є підґрунтям інформаційної взаємодії дошкільного закладу з суб'єктами зовнішнього і внутрішнього середовищ, яку доцільно здійснювати згідно з симетричною інформаційною моделлю взаємодії. До ключових інструментів формування іміджу закладу дошкільної освіти належить: організаційна культура, реклама, PR, прямий маркетинг, бренд, образ

керівника тощо. Крім того, сформувались нові інструменти іміджу, які спричинені використанням можливостей інформаційно-комунікаційних технологій. Весь процес формування іміджу може здійснюватися в кілька етапів. Спочатку слід дізнатися про те, яке уявлення склалося в аудиторії стосовно даного закладу дошкільної освіти. Далі визначають очікування та вимоги цільової аудиторії, риси та характеристики, якими, на думку аудиторії, має володіти заклад дошкільної освіти для досягнення найвищого рейтингу на ринку освітніх послуг (висока кваліфікація персоналу, інноваційність послуг тощо). На наступних етапах безпосередньо конструюють імідж, розробляють стратегії його формування і «переносять» створену модель в реальність. Потім йде етап контролю за реалізацією плану дій, коригування моделі іміджу і стратегій, моніторингу сформованого іміджу.

3. Імідж закладу дошкільної освіти створюється з метою вирішення тактичних завдань, він є динамічним і в певному сенсі слова має відповідати «моді». Імідж закладається в свідомості людей, а не є постійною ознакою закладу дошкільної освіти. Причина цього полягає в тому, що ми володіємо різною інформацією, а інколи й різним досвідом щодо певних об'єктів. Зважаючи на це, жоден заклад дошкільної освіти не може мати один і той самий імідж – імідж є різноманітним. Існує багато прикладів успішної практики ефективного управління іміджевими ресурсами закладів дошкільної освіти, які доцільно врахувати, та впровадити в практику управління іміджевими ресурсами сучасного закладу.

4. Заклад дошкільної освіти англomовний міні садочок «SUNNY CAT» у місті Києві — сучасний заклад, де дитина зможе отримати високоякісну дошкільну освіту у комфортній та стимулюючій атмосфері. Форма власності аналізованого закладу дошкільної освіти – комунальна. За типом закладу Заклад дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» - ясла-садок. В закладі дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» організовано роботу 2 груп раннього віку та 9 груп дошкільного віку. 4 групи працюють за форматом короткотривалого перебування дітей в закладі

дошкільної освіти. Витрати на утримання закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT» зростають, оскільки підвищуються витрати на придбання товарів та послуг, підвищуються вимоги до оплати персоналу, що спричиняє зростання витрат на оплату праці тощо.

5. Система менеджменту в закладі дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» являє собою виконання стандартних функцій управління (деталізація функцій, відповідальні особи), опис організаційної структури управління, опис посадових обов'язків фахівців, які здійснюють управління закладом дошкільної освіти, опис документації та регламентів з питань формування організаційно-економічного механізму управління закладом дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Метою управління конкурентоспроможністю закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» є підвищення конкурентоспроможності та іміджу закладу на ринку освітніх послуг дошкільної освіти м. Київ. Об'єкт управління - конкурентоспроможність та імідж закладу на ринку освітніх послуг дошкільної освіти м. Київ. Суб'єкт управління – конкурентні переваги закладу дошкільної освіти англomовний міні садочок «SUNNY CAT». В підсистемі управління конкурентоспроможністю закладу дошкільної освіти англomовний міні садочок «SUNNY CAT» виділяють стандартні функції менеджменту – організація управління конкурентоспроможністю; мотивація управління конкурентоспроможністю; планування управління конкурентоспроможністю; контроль управління конкурентоспроможністю.

6. Іміджеві ресурси закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» сформовані із наступних блоків управління іміджем: імідж освітніх послуг, пропонованих закладом дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» (конкурентоспроможність, якість послуг освіти, рівень кваліфікації педагогічного персоналу тощо); імідж персоналу закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT»; організаційна культура закладу дошкільної освіти англomовного міні

садочка «SUNNY CAT»; формування «пабліситі» (дотримання принципів публічності, гласності, тобто популяризація закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» через засоби масової інформації: соціальні мережі, телебачення, пресу тощо); імідж керівника закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Проведені в розділі дослідження наголошують на необхідності удосконалення управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT».

7. Доцільним є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління іміджевими ресурсами, що відповідатиме концепту розробленої на рис.3.1 моделі управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності:

— в закладі дошкільної освіти не пропонуються послуги логопеда, проте в умовах зростаючих потреб дана послуга є вкрай необхідною, а наявність даного фахівця в закладі визначає попит на послуги та конкурентоспроможність закладу на ринку освітніх послуг. Можна стверджувати, що послуга користуватиметься попитом, та приверне увагу батьків дітей із логопедичними проблемами.

— несучасність будівлі закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» / невідповідність приміщень закладу вимогам сучасного універсального дизайну. Доцільним є організація робіт по осучасненню будівлі закладу. Із метою визначення концепту вдосконалення дизайну будівлі, скористаємось інструментом бенчмаркінгу. Доцільним є створення сучасного універсального дизайну, який відповідатиме потребам кожної вікової групи та цілям та місії закладу в цілому

— невикористання в системі управління іміджевими ресурсами інструменту «пабліситі». Доцільною є розробка концепту впровадження інструментів категорії «пабліситі» в систему управління іміджевими

ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

— відсутність логотипу. Доцільною є розробка дизайну логотипу для закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». При реалізації даного проекту доцільним є також використання досвіду інших закладів дошкільної освіти (інструмент бенчмаркінгу).

— неpubлічність особи директора закладу дошкільної освіти. Доцільною є розробка PR - заходів по підвищенню рівня публічності керівника, складання графіків участі в конференції, форумах, складання графіків проведення інтерв'ю тощо. Даний заклад може бути включений також до заходів із питань розробки концепту «пabліситі».

— не розроблений механізм формування та управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT». Доцільною в даному випадку є розробка механізму формування та управління іміджевими ресурсами в закладі дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT».

8. Розроблена модель управління іміджевими ресурсами закладу дошкільної освіти міні садочок «SUNNY CAT» для досягнення належного рівня його конкурентоспроможності дозволить досягнути високої ефективності управління іміджевими ресурсами.

9. Після впровадження заходів, направлених на удосконалення формування та управління іміджевими ресурсами, імідж закладу дошкільної освіти англomовного міні садочка «SUNNY CAT» підвищиться, що доводять приведені вище розрахунки. Це наголошує на необхідності реалізації розроблених управлінських рішень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безносюк О. О. Нові інформаційні технології навчання, як засіб активізації навчально-пізнавальної діяльності [Текст]. О. О. Безносюк. Вимирювальна та обчислювальна техніка в технологічних процесах. 2011. № 1. С. 267–270.
2. Божук Л. Сучасні Інтернет-технології у формуванні іміджу закладів вищої освіти. Л. Божук. Соціум. Документ. Комунікація. Серія: : Історичні науки. 2019. Вип. 8. С. 32-54.
3. Бондаренко С. М., Ліфар К. В. Імідж організації: сутність, зміст та основні етапи формування. Вісник київського національного університету технології та дизайну. 2014. № 2 (11). С. 1–7.
4. Василенко В. Побудова моделі формування іміджу закладу вищої освіти в Україні. В. Василенко. Вісник Книжкової палати. 2021. № 11. С. 18-23
5. Великанова О.Г. Формування іміджу навчального закладу як управлінське нововведення. О.Г. Великанова URL: <http://klasnaocinka.com.ua/ru/article/formuvannya-imidzhunavchalnogo-zakladu-yak-upravlinske-novovvedennya.html>94
6. Вознюк Л. Формування позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти. Л. Вознюк, Л. Шапран. Нова педагогічна думка. №107 (3), 2021. С. 25-31
7. Галицька Е. Імідж ділової людини та чинники впливу на його формування. Е. Галицька, Н. Донкоглова. Наукові записки НаУКМА. 2011. Т. 1: Економічні науки. С. 12–16.
8. Гатило В. П. Синтез моделі формування іміджу підприємства на ринку праці. В. П. Гатило. Системи управління, навігації та зв'язку. 2017. Вип. 5. С. 124–127
9. Гребенюк А. В. Інтернет-імідж педагога Нової української школи. А. В. Гребенюк. Педагогічний пошук. 2020. № 4. - С. 9–11

10. Грицан О. В. Формування позитивного іміджу навчального закладу: методичні рекомендації. О. В. Грицан. Миколаїв : ОППО, 2016. 44 с.
11. Гузій Н. Педагогічний професіоналізм: історико-методологічні та теоретичні аспекти: [монографія]. Н. Гузій. К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2004. 243 с.
12. Десятник К. Особливості формування іміджу сучасного освітнього закладу. К. Десятник. *Acta paedagogica volynienses*. 2021. Вип. 1. С. 61-67.
13. Довга Т. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога. Т. Довга. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді. 2010. Вип. 14. Кн. 1. С. 66–75.
14. Драчук Е. Педагогічний імідж вчителя як інструмент розв'язання професійних завдань. Е. Драчук. Студентський вісник Педагогічного університету імені П. Тичини. 2013. Вип. 33.– С. 25–28.
15. Загородня Л. П. Педагогічні умови створення позитивного професійного іміджу вихователя дошкільного навчального закладу. Л. П. Загородня. Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. Серія : Педагогічні науки. 2012. Вип. 20. С. 286-290
16. Загородня Л. П. Якість освітніх послуг як компонент іміджу дошкільного навчального закладу. Л. П. Загородня. Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка: Педагогічні науки. 2017. Вип. 3. С. 150-160.
17. Загородня Л. Дисципліна "Імідж закладу дошкільної освіти" як інтегрований складник формування готовності магістрів до забезпечення якості освітнього процесу в закладі дошкільної освіти. Л. Загородня. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2020. № 1. С. 180-191.
18. Заклади дошкільної освіти Святошинського району м. Києва. URL: <https://svyat.kyivcity.gov.ua/content/doshkilni-navchalni-zaklady.html>

19. Йокоб А. Професійний імідж майбутніх вихователів закладу дошкільної освіти як проблема психолого-педагогічних студій. А. Йокоб. Молодь і ринок. 2022. № 7-8. С. 159-162.
20. Івашнюва С. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті [Текст]. С. Івашнюва. Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. 2012. № 2. С. 15–17.
21. Кияниця Є.О. Імідж організацій соціокультурної сфери: структурний підхід. Є.О. Кияниця. Вісник Харківської державної академії культури. 2014. Вип. 44.– С. 78-85.
22. Колодка А. В., Ілляшенко С. М. Імідж організації як економічна категорія: сутність, зміст, основні етапи формування. Прометей. 2012. №2(38). С. 164–170.
23. Кордубан М. Формування професійного іміджу майбутніх фахівців дошкільної освіти під час їх навчання в закладі вищої освіти. М. Кордубан, Ю. Толкачева. Актуальні питання гуманітарних наук. 2021. Вип. 40(2). С. 195-199.
24. Корольова І. І. Імідж керівника як чинник формування іміджу освітнього закладу. І. І. Корольова. Педагогічний альманах. 2018. Вип. 40. С. 212-217.
25. Костюк Г. В. Формування позитивного іміджу підприємства. Г. В. Костюк, В. В. Сторожук. Вісник КНУТД. 2014. № 1. С. 176-181.
26. Лаврентьева О.О. Імідж керівника закладу освіти: ретроспективний аналіз змісту поняття. О. О. Лаврентьева, А. А. Арбузова. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Педагогіка і психологія. 2020. № 2. С. 321-327.
27. Мармаза О. Імідж як спосіб професійної соціалізації керівника навчального закладу. О. Мармаза. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2013. Вип. 33. С. 263–269.
28. Марєєва Т. В. Використання активних та інтерактивних методів навчання в процесі підготовки майбутніх

вихователів закладів дошкільної освіти до створення позитивного професійного іміджу. Т. В. Марєєва // Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. : Педагогічні науки. 2018. Вип. 2(1). С. 25-31.

29. Марєєв Д. А. Соціальні мережі як засіб формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти. Д. А. Марєєв, Т. В. Марєєва. Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. Педагогічні науки. 2022. Вип. 2. С. 138-148.

30. Маркова В. М. Імідж керівника освітньої установи. В. М. Маркова, В. М. Князева. Проблеми інженерно-педагогічної освіти. 2022. № 76. С. 49-57.

31. Москаль Ю. Економіко-психологічні аспекти формування позитивного іміджу економічного університету в регіоні. Ю. Москаль. Психологія економічного життя. 2013. № 3. С. 116–125.

32. Огілві Д. Про рекламу. пер. з англ. Д. Шостака. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 288 с.

33. Олексенко В. Формування професійного іміджу сучасного вчителя. В. Олексенко. Проблеми освіти. 2015. Вип. 84. С. 258–263.

34. Освітній менеджмент : навч. посібн. за ред. Л. І. Даниленко, Л. М. Карамушки. К. : Шкільний світ, 2003. 400 с.

35. Погрібняк Н. Створення іміджу сучасного дошкільного закладу. Н. Погрібняк. Дошк. виховання. 2004. № 11. С. 10–11.

36. Попиченко С. Технології створення позитивного іміджу закладу дошкільної освіти та його керівника. С. Попиченко. Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи. 2021. Вип. 1. С. 102-110.

37. Почекайлова А.О. Розвиток позитивного іміджу керівника закладу загальної середньої освіти. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. №11. С.449-458.

38. Прасюк О. В. Інтернет-PR у формуванні та просуванні іміджу вищого навчального закладу. О. В. Прасюк. Габітус. 2018. Вип. 7. С. 66-70.
39. Психологічний словник. за ред. А. В. Петровського, М. Г. Ярошевського. М., 1999. 1025 с
40. Присяжнюк Л. А., Томаш Кук. Формування позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти в контексті його інноваційного розвитку. Молодий вчений. 2019. № 5.2 (69.2)С. 19-25
41. Санакоєва Н. Планування й реалізація рекламних компаній у сфері освітніх послуг. Н. Санакоєва, В. Кушнір. Молодий вчений. 2014. № 6(09). С. 194–196
42. Семенчук Т. Б., Гера О. Г. Сучасна модель формування іміджу організації. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки. 2014. №7. С. 178–181.
43. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво : довідник. К. : Знання-Прес, 2007. 440 с.
44. Скорик Ю. Імідж педагога як формуючий чинник стійкості до професійного вигорання майбутніх викладачів вищої школи. Ю. Скорик. Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка. 2014. Вип. 4. С. 144–147.
45. Смаровоз Л. Іміджетворча діяльність освітнього закладу. Л. Смаровоз. Директор школи, ліцею, гімназії. 2018. № 6. - С. 238-243
46. Тарасенко І. М. Інтелектуальний капітал учасників освітнього процесу як умова поліпшення іміджу закладу загальної середньої освіти. І. М. Тарасенко. Проблеми інженерно-педагогічної освіти. 2019. № 65. С. 84-94
47. Ткаченко О.О. Імідж навчального закладу: поняття та сутність. О.О. Ткаченко. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2016. № 1. С. 95–101.

48. Трач О. Формування іміджу викладача в соціальних середовищах Інтернету. О. Трач. Імідж сучасного педагога. 2021. № 1. С. 22-25.
49. Червінська І. Б. Соціально-освітнє партнерство як умова формування позитивного іміджу сучасного закладу освіти. І. Б. Червінська. Вісник Львівського університету. Серія педагогічна. 2021. Вип. 35. С. 219-226.
50. Чернега Н. С. Аналіз результатів соціального компоненту в структурі іміджу закладів вищої освіти. Н. С. Чернега. Правничий вісник Університету "КРОК". 2018. Вип. 32. С. 162-169.
51. Шевченко Ю. Здоров'я дошкільників – імідж сучасного дошкільного закладу (на засадах хортингу). Ю. Шевченко. Теорія і методика хортингу. 2015. Вип. 3. С. 223-230
52. Яцишин А. В. Застосування віртуальних соціальних мереж для потреб загальної середньої освіти [Текст]. А. В. Яцишин. Інформаційні технології в освіті. 2014. №19. С. 119–126.
53. Jaworsk M. Важливість інтернету як інструменту формування іміджу у глобалізованому світі. M. Jaworsk, D. Kocot. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. № 6(1). С. 231-237.
54. Boulding K. E. The Image. K. E. Boulding. The University of Michigan Press, 1956. 175 p.
55. Cateora Philip R. International Marketing. 8th edn, Homewood, IL: Irwin. 1993. 776 p.
56. Doty D., Pincus M. Publicity and Public Relations. Barron's Educational Series. 2001. 208 p.
57. Garderner B., Levy S. The Product and The Brand. Harvard Business Review. 1955, Vol. 33. P. 33–39.
58. Oliver S. Public Relations Strategy. Kogan Page. 2012. 160 p.

59. Robinson E. J. *Communication and Public Relations*. Columbus, Ohio, Merrill, 1966. 76 p.



## ДОДАТКИ

## АНКЕТА ДЛЯ БАТЬКІВ

1. Ім'я \_\_\_\_\_ дитини:  
 \_\_\_\_\_  
 мама: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 контакт : \_\_\_\_\_  
 місце роботи: \_\_\_\_\_  
 тато: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 контакт \_\_\_\_\_  
 місце роботи \_\_\_\_\_
2. Дата \_\_\_\_\_ народження  
 дитини \_\_\_\_\_
3. Домашня \_\_\_\_\_ адреса  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
4. Чи є старші/менші брати, сестри? Скільки їм років?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
5. Як дитина контактує?  
 - з \_\_\_\_\_ дітьми \_\_\_\_\_ свого  
 віку \_\_\_\_\_  
 - з \_\_\_\_\_ дітьми \_\_\_\_\_ старшого  
 віку \_\_\_\_\_  
 -з \_\_\_\_\_ незнайомими  
 дорослими \_\_\_\_\_  
 -з \_\_\_\_\_  
 рідними \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
6. Чи живуть з вами бабуся, дідусь?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
7. Чи залишаєте Ви дитину з нянею?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
8. З ким можете залишати дитину?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
9. Які іграшки любить Ваша дитина? Хто їх прибирає?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
10. Чи легко ділитися іграшками з іншими?

---

11. Якою Ви вважаєте свою дитину?

спокійною \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ малоемоційною \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ дуже

емоційною \_\_\_\_\_

12. Ваша дитина має певні фобії, страхи?

---

13. Чи є у дитини хронічні захворювання?

---

14. Додаткові відомості, які Ви б хотіли повідомити.

---

15. Якою мовою Ви спілкуєтеся вдома?

---

16. Ваша дитина вміє самостійно їсти?

---

17. Що любить їсти?

---

18. Що відмовляється їсти?

---

19. Чи є у Вашої дитини особлива дієта?

---

20. Чи змушуєте її їсти?

---

21. Ваша дитина спить вдень? Легко засинає? Які засоби Ви використовуєте?

---

22. Коли лягає спати ввечері?

---

23. Чи легко встає вранці?

---

24. Чи вміє самостійно одягатися, користуватися туалетом? Ви користуєтеся памперсами?

---

25. В яких додаткових заняттях Ви зацікавлені?

---

26. Скільки часу в день дитина дивиться телевізор? Ваше відношення до перегляду телевізора дитиною?

---

27. В яких видах діяльності Ваша дитина проявляє творчі здібності?

---

28. Якими іменами називаєте дитину вдома?

---

29. Чи вміє Ваша дитина гратися з однолітками? Чи перебувала в дитячому колективі?

---

30. Як Ви хвалите, заохочуєте дитину вдома?

---

31. Якими методами дисциплінуєте дитину?

---

32. Хто вдома є авторитетом для дитини?

---

33. Хто має право забирати дитину з садочка? ПІБ, паспортні дані

---

34. Що Ви очікуєте від навчання і виховання Вашої дитини в Центру розвитку дитини 'Sunny Cat'?

---

---

ЗАТВЕРДЖЕНО  
наказ директора ФОП Борщенко Н.О.  
№ 25/1 від 25 травня 2020 р.

## ДОГОВІР (ПУБЛІЧНА ОФЕРТА) про надання послуг з організації денного догляду

редакція діє з 25 травня 2020 р.

Місце укладання Договору: м.Київ

ФОП Борщенко Н.О. відповідно до ст. 641 Цивільного кодексу України оголошує Публічну оферту на укладення Договору про надання послуг з організації денного догляду (за текстом також Договор). Ця Публічна пропозиція, набирає чинності з дати, визначеної на її першій сторінці, та є чинною до дати її відкликання в цілому чи в частині або внесення змін до Публічної оферти або затвердження Публічної оферти її в новій редакції. Приєднання фізичних осіб до Договору відбувається в цілому, без можливості запропонувати свої умови Договору.

Прочитайте текст даної Публічної оферти (Договору) і, якщо Ви не погоджуєтесь з будь-яким із пунктів цієї Публічної оферти (договору), чи Ви не зрозуміли будь-який із пунктів цієї Публічної оферти (договору), пропонуємо Вам відмовитись від запропонованих Послуг, до того часу, поки Ви не уточните інформацію, яка Вас цікавить у надавача Послуг (Виконавця). У випадку прийняття Вами запропонованих Послуг, прийняття умов Публічної оферти (договору) у будь-який з зазначених далі способів, вважається, що Ви цілком та безумовно погоджуєтесь з усіма умовами нижчевикладеної Публічної оферти (договору) про надання послуг, в повному обсязі і безумовно приймаєте її (в т.ч. погоджуєтесь виконувати усі зобов'язання, які на Вас покладаються Договором (публічною офертою) про надання послуг і Вам зрозумілі всі її положення).

### 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

- 1.1. Терміни, що вживаються в Договорі:
  - 1.1.1. **Анкета** – заповнена Замовником анкета згідно з Додатком 3 до Договору.
  - 1.1.2. **Дитина** – дитина, законним представником якої є Замовник та яка буде отримувачем Послуг. Дані Дитини зазначаються в Заяві на отримання Послуг.
  - 1.1.3. **Договір** – цей договір. Невід'ємними частинами Договору є Додатки.
  - 1.1.4. **Додатки:**
    - 1) Додаток 1 – Особливості надання та оплати Послуг;
    - 2) Додаток 2 – Заява на отримання Послуг;
    - 3) Додаток 3 – Анкета;
    - 4) Додаток 4 – Правила;
    - 5) Додаток 5 – Повідомлення та згода щодо персональних даних.
    - 6) Додаток 6 - Згода на використання фото та відео зйомки.
- Додатками є також інші документи, що містять правила/умови надання Послуг та розміщені в Місці розміщення Договору. Додатки, які мають таку ж юридичну силу, як ніби вони чітко викладені в тексті Договору. Додатки затверджуються Виконавцем в односторонньому порядку.
- 1.1.5. **Виконавець** – Сторона Договору, яка зобов'язується надати Послуги, а саме: Фізична особа-підприємець Борщенко Н.О.
- 1.1.6. **Замовник** – Сторона Договору, яка замовляє Послуги.
- 1.1.7. **Заява на отримання Послуг** – заява про приєднання до умов Договору згідно з Додатком 2 до Договору, заповнена й підписана Замовником.
- 1.1.8. **Місце розміщення Договору** вул. Урлівська, 15, прим 131.
- 1.1.9. **Персональні дані** – будь-яка інформація про власника персональних даних, у тому числі, однак не виключно, інформація щодо прізвища, імені, по батькові, інформації, зазначеної в паспорті (або в іншому документі, що посвідчує особу), реєстраційного номера облікової картки платника податків, громадянства, місця проживання або перебування, місця роботи, посади, номерів контактних телефонів/факсів, адреси електронної пошти, расового або етнічного походження, здоров'я.
- 1.1.10. **Послуги** – послуги, що надаються на замовлення Замовника відповідно до законодавства, Договору та документів Виконавця, з організації денного догляду.

- 1.1.11. **Правила** – правила надання Послуг, що затверджені Виконавцем та є невід'ємним Додатком Договору. Замовник зобов'язаний забезпечити виконання Правил в частині, що його стосується.
- 1.1.12. **Сторона** – Замовник або Виконавець.
- 1.1.13. **Сторони** – Замовник та Виконавець разом.
- 1.1.14. **Територія** – місце, де надаються Послуги, - територія за адресою: вул. Урлівська 15, прим. 131.
- 1.2. Визначення термінів та скорочень, які наведені вище мають тотожне значення як при вживанні в однині, так і в множині.
- 1.3. Договір є договором приєднання.
- 1.4. Договір не є публічним договором у розумінні статті 633 Цивільного кодексу України, Виконавець має право відмовити окремій особі в укладанні з нею Договору.
- 1.5. Акцептування/приєднання до умов Договору Замовником можливо шляхом здійснення однієї або кількох з таких дій:
  - 1.5.1. Підписання Замовником Заяви на отримання Послуг (основний спосіб акцептування умов Договору);
 У виключних випадках допускається акцептування Договору Замовником шляхом здійснення однієї або кількох з таких дій:
  - 1.5.2. Оплати Послуг Замовником або іншою особою за Замовника;
  - 1.5.3. Фактичного споживання Дитиною або Замовником Послуг.
- 1.6. Прийняття Замовником умов Договору (акцепт) є повним і беззастережним і означає згоду Замовника з усіма умовами Договору (в т.ч. Додатків) без виключення і доповнення, а також свідчить про те, що:
  - 1.6.1. Замовник розуміє значення своїх дій, всі умови Договору (т.ч. Додатків) йому зрозумілі, вони приймаються Замовником без зауважень та заперечень, та він зобов'язується забезпечити виконання всіх умов за Договором;
  - 1.6.2. Замовник не знаходиться під впливом помилки, обману, насильства, загрози, тяжких обставин тощо.
- 1.7. Замовник стверджує та гарантує, що укладання Договору здійснюється за попередньої, безумовної згоди іншого із батьків Дитини.
- 1.8. Дата укладання Договору – дата здійснення (першої у часі) дії відповідно до п. 1.5 Договору

## 2. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

- 2.1. За цим Договором Замовник замовляє та зобов'язується оплатити, а Виконавець зобов'язується надати Послуги денного нагляду за Дитиною, а саме: організувати самостійну або групову ігрову, художню, пізнавальну діяльність Дитини; організувати прогулянки; підтримувати тіло Дитини у чистоті (вмивати, мити руки, підмивати, мити інші частини тіла у разі забруднення) та/або допомагати Дитині в цьому; проводити бесіди на морально-етичні, побутові, особистісні теми.
- 2.2. Під час надання Послуг Виконавцем можуть вводитися окремі обмеження з метою виконання санітарних та епідемічних вимог.
- 2.3. Послуги можуть надаватися індивідуально Дитині або у групах відповідно до рішення Виконавця.
- 2.4. Додаткові умови надання Послуг встановлюються також Додатками.

## 3. ПРАВА Й ОBOB'ЯЗКИ ЗАМОВНИКА

- 3.1. Замовник має обов'язки, встановлені цим Договором (в т.ч. Додатками) та чинним законодавством, в тому числі наступні:
  - 3.1.1. Оплачувати Послуги до початку отримання таких послуг.
  - 3.1.2. Передавати і забирати Дитину з врахуванням режиму роботи Виконавця та встановленого ним часу надання Послуг.
  - 3.1.3. Виконувати вимоги Виконавця, що ґрунтуються на вимогах Договору та чинного законодавства, в тому числі заповнювати необхідні документи.
  - 3.1.4. Виконувати санітарні та епідемічні вимоги й рекомендації, встановлені Виконавцем, законодавством та органами державної влади та місцевого самоврядування.
  - 3.1.5. Відшкодувати шкоду, завдану Дитиною або Замовником, в т.ч. завдану в результаті неналежного виконання Замовником Договору або неповідомлення важливої інформації.
  - 3.1.6. Негайно надавати дані про зміну інформації, зазначеної в Анкеті.
- 3.2. Замовник має права, встановлені цим Договором та чинним законодавством, в тому числі наступні:
  - 3.2.1. Отримувати від Виконавця інформацію з питань організації надання Послуг.
  - 3.2.2. Вносити пропозиції та зауваження щодо удосконалення надання Послуг.

- 3.2.3. Скоротити будь-яким чином час знаходження Дитини на Території, в т.ч. незалежно від оплаченого часу надання Послуг.
- 3.2.4. Переривати тимчасово отримання Послуг протягом окремого дня (з метою харчування тощо), з подальшим повернення Дитини на Територію (поновленням користування Послугами) за умови виконання вимог щодо входу на Територію.

#### **4. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ВИКОНАВЦЯ**

- 4.1. Виконавець має обов'язки, встановлені цим Договором та чинним законодавством, в тому числі наступні:
  - 4.1.1. Надати Послуги на умовах, визначених Договором, після заповнення Замовником Анкети, інших необхідних документів та у разі відсутності перешкод для надання таких Послуг, зокрема щодо конкретної Дитини.
  - 4.1.2. Забезпечити необхідні умови для надання Послуг, в т.ч. матеріально-технічну базу для розваг, дозвілля, ігор, творчості Дитини.
  - 4.1.3. Сприяти формуванню у Дитини навичок гігієни та побутового самообслуговування.
  - 4.1.4. Повідомляти Замовника про погане самопочуття Дитини (телефоном або іншим обраним засобом зв'язку).
  - 4.1.5. Не розголошувати інформацію про стан здоров'я Дитини, якщо цього не вимагають інтереси Дитини, якщо інше не встановлено чинним законодавством.
- 4.2. Виконавець має права, встановлені цим Договором та чинним законодавством, в тому числі наступні:
  - 4.2.1. Вільно організовувати свою діяльність та надання Послуг відповідно до законодавства.
  - 4.2.2. Розірвати Договір в односторонньому порядку, визначивши таку необхідність на власний розсуд (без пояснення причин) в будь-який момент.
  - 4.2.3. Відмовити в наданні Послуг (призупинити в односторонньому порядку виконання зобов'язання щодо надання Послуг), якщо присутність на Території Замовника та/або Дитини несе потенційну загрозу здоров'ю інших осіб чи самого Замовника та/або Дитини, або з метою виконання санітарних та епідемічних вимог. В такому випадку оплата за сплачені Замовником Послуги не повертається.

#### **5. ВАРТІСТЬ ПОСЛУГ. ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ**

- 5.1. Вартість Послуг визначається в Додатку 1.
- 5.2. Загальна ціна Договору з окремим Замовником визначається як сума вартості всіх наданих Послуг за цим Договором за заявою окремого Замовника.
- 5.3. Одиниці виміру господарської операції визначаються в Додатку 1, інших Додатках або документах, які оформлюються відповідно до Договору.
- 5.4. Розірвання Договору за ініціативою Замовника можливе при відсутності заборгованості Замовника за Договором.

#### **6. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН**

- 6.1. Кожна зі Сторін несе відповідальність за невиконання або неналежне виконання зобов'язань за цим Договором, передбачену Договором та чинним законодавством України.
- 6.2. Сторони звільняються від відповідальності за невиконання чи неналежне виконання на час дії обставин непереборної сили/форс-мажору, в тому числі, але не виключно: стихійні лиха, аварії, техногенні катастрофи, бойові дії, акти громадянської непокори, карантин, епідемії, воєнний стан, режим надзвичайної ситуації, відповідні рішення органів влади чи місцевого самоврядування, неналежне виконання чи затримка виконання обов'язків органами держаної влади та місцевого самоврядування, а також суб'єктами господарської діяльності незалежно від форми власності, з діяльністю яких пов'язане виконання своїх зобов'язань та надання Послуг зі сторони Виконавця. Виконавець має право прийняти рішення про призупинення надання Послуг на час дії форс-мажору без перерахунку вартості сплачених послуг.
- 6.3. Сторони узгодили, що рішення органів держаної влади чи місцевого самоврядування, що унеможливають/ускладнюють виконання Виконавцем його обов'язків, визнаються Сторонами обставинами непереборної сили/форс-мажором на підставі оприлюднення такими органами зазначених рішень або отримання Виконавцем таких рішень безпосередньо від зазначених органів без додаткових підтверджуючих документів, зокрема довідки Торгово-промислової палати України.
- 6.4. Виконавець не несе відповідальності за шкоду, завдану Замовнику розірванням Договору, в тому числі за ініціативою Виконавця.

- 6.5. Виконавець не несе відповідальності за залишені на Території речі Замовника, Дитини або інших осіб.
- 6.6. За порушення будь-якого з положень Договору Виконавець залишає за собою право розірвати Договір негайно, відмовити в наданні Послуг та/або заборонити перебувати на Території та отримати від Замовника компенсацію завданих збитків.
- 6.7. При розірванні Договору гроші, сплачені за Послуги, Замовнику не повертаються. Послуги вважаються наданими в повному обсязі належної якості.

#### **7. ПОРЯДОК ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ДОГОВОРУ**

- 7.1. Виконавець має право вносити зміни до Договору (в тому числі до всіх Додатків), повідомивши Замовника шляхом розміщення повідомлення про внесення змін до Договору (в т.ч. Додатків або шляхом затвердження нових Додатків) в Місці розміщення Договору та/або у Viber-спільноті та за допомогою смс-повідомлень.
- 7.2. Розміщення змін в Місці розміщення Договору та/або у Viber-спільноті та за допомогою смс-повідомлень є належним виконанням Виконавця обов'язку щодо додержання форми та порядку повідомлення Замовника про зміни до Договору.
- 7.3. Замовник безумовно приймає на себе ризики та обов'язок самостійно відстежувати наявність/відсутність повідомлень Виконавця про зміну умов Договору в Місці розміщення Договору та/або у Viber-спільноті або смс.
- 7.4. Зміни до Договору є погодженими Замовником (відповідно до ч. 3 ст. 205 Цивільного кодексу України), якщо Замовник не повідомить про розірвання Договору відразу після моменту, коли Замовник ознайомився або повинен був ознайомитися з такими змінами. У разі розірвання Договору оплата, внесена Замовником за Послуги, не повертається.

#### **8. ПЕРСОНАЛЬНІ ДАНІ**

- 8.1. Відповідно до вимог Закону України від 01.06.10 р. № 2297-VI "Про захист персональних даних" в цілях реалізації договірних правовідносин Виконавець проводить обробку Персональних даних Замовника, Дитини за правилами чинного законодавства.
  - 1) Приєднанням до Договору Замовник підтверджує, що він належним чином повідомлений (проінформований) Виконавцем в момент приєднання до Договору про те, що Виконавець є володільцем Персональних даних щодо нього та Дитини, про склад та зміст зібраних Виконавцем Персональних даних, мету обробки Персональних даних та третіх осіб, яким такі дані передаватимуться, а також про його права як суб'єкта Персональних даних, визначені Законом України "Про захист персональних даних" (в т.ч. ст.ст. 8, 11-12, 14, 15-16, 20-21 зазначеного Закону).

#### **9. ІНШІ УМОВИ**

- 9.1. Замовник розуміє та приймає на себе ризики, що можуть бути пов'язані з отриманням Послуг (зокрема, в результаті перебуванням Дитини на Території, контактом Дитини з іншими особами (перебуванням в колективі) тощо), в тому числі ризики щодо інфекційних, респіраторних захворювань, зокрема коронавірусу COVID-19, спричиненого SARS-CoV-2.
- 9.2. У разі виникнення питань, Замовник зв'язується з Виконавцем, а Виконавець із Замовником, за допомогою доступних особистих каналів зв'язку, використовуючи мобільний телефон або особисті viber повідомлення. Замовник не має права розміщати особисту інформацію щодо стану здоров'я Дитини та/або організації надання послуг Виконавцем у viber-спільноті Виконавця. Всі питання Замовника до Виконавця й Виконавця до Замовника вирішуються шляхом особистого спілкування.
- 9.3. Замовник надає Виконавцю свою безстрокову та безвідкличну згоду на здійснення фото-, відео- записів Дитини та Замовника на Території та/або під час проведення Занять (в т.ч. не на Території), що проводяться за допомогою технічних засобів (телефон, інтернет тощо), та розміщення таких записів у Viber-спільноті Виконавця або у формі рекламних відеороликів в мережі Інтернет, в тому числі за допомогою соціальних мереж.
- 9.4. У разі дострокового розірвання Договору з причин Замовника оплата, здійснена Замовником за Послуги, які ще не надані Виконавцем відповідно до цього Договору, не повертається.
- 9.5. Замовник погоджується, що у випадку непред'явлення ним письмових претензій щодо якості/обсягу наданих Послуг в день надання таких Послуг, Послуги вважаються наданими належним чином (належної якості та в належному обсязі).

ЗАТВЕРДЖЕНО  
 наказ директора ФОП Борщенко Н.О.  
 № 25/1 від 25.05.2020  
 Додаток 1 до Договору про надання послуг з  
 організації денного догляду (затвердженого  
 наказом директора ФОП Борщенко Н.О. №  
 25/1 від 25.05.2020)  
 (далі - Додаток 1)

### Особливості надання та оплати Послуг з організації денного догляду

1. Вартість Послуг:
  - 1.1. **Погодинна ставка:**
    - 1.1.1. **200 грн. 00 коп.** за одну годину надання Послуг.
    - 1.1.2. Одиниця виміру господарської операції при наданні Послуг з погодинною ставкою – година.
    - 1.1.3. Неповна година зараховується як повна.
    - 1.1.4. Якщо Послуги фактично споживаються три години і більше протягом окремого дня, Замовник має право оплатити Послуги (здійснити відповідну доплату) відповідно до умов п. 1.2.1 Додатку 1 (здійснити оплату за ставкою "Півдня").
    - 1.1.5. Якщо Послуги фактично споживаються чотири години і більше протягом окремого дня, Замовник має право оплатити Послуги (здійснити відповідну доплату) відповідно до умов п. 1.3.1 Додатку 1 (здійснити оплату за ставкою "День").
  - 1.2. **Ставка "Півдня":**
    - 1.2.1. Вартість становить **700 грн. 00 коп.** за користування Послугами Виконавця протягом половини одного робочого дня з 9.00 до 13.00 або з 15.00 до 19.00.
    - 1.2.2. Одиниця виміру господарської операції при наданні Послуг за Ставкою "Півдня" – штука, що включає в себе отримання Послуг протягом окремого робочого дня Виконавця (в т.ч. з перервами за умови дотримання Правил, зокрема щодо входу на Територію).
  - 1.3. **Ставка "День":**
    - 1.3.1. Вартість становить **900 грн. 00 коп.** за користування Послугами Виконавця протягом одного робочого дня з 9.00 до 19.00 незалежно від тривалості отримання Послуг протягом такого дня.
    - 1.3.2. Одиниця виміру господарської операції при наданні Послуг за Ставкою "День" – штука, що включає в себе отримання Послуг протягом окремого робочого дня Виконавця (в т.ч. з перервами за умови дотримання Правил, зокрема щодо входу на Територію).
  - 1.4. **Ставка "Місяць-Півдня":**
    - 1.4.1. Вартість становить **8000 грн. 00 коп.** за користування Послугами Виконавця протягом місяця незалежно від тривалості отримання Послуг Замовником та/або Дитиною протягом окремого дня.
    - 1.4.2. Одиниця виміру господарської операції при наданні Послуг за ставкою "Місяць-Півдня" – штука.
    - 1.4.3. Одна штука Послуг за варіантом "Місяць-Півдня" включає в себе отримання Замовником та/або Дитиною Послуг Виконавця протягом місяця в робочі дні, з понеділка по п'ятницю, з 8.30 до 13.00, окрім загальнодержавних свят, та не залежить від тривалості отримання Послуг Замовником та/або Дитиною протягом окремого дня.
    - 1.4.4. Перерахунок вартості послуг проводиться у випадку неотримання Послуг Замовником протягом одного місяця, або більше через хворобу Дитини або її відсутність з інших причин. В такому випадку 50% вартості Послуг за ставкою «Місяць-Півдня», які необхідні для збереження місця для Дитини, переходять на наступний період. Перерахунок за поточний період проводиться в наступному періоді. Перерахунок місяць в місяць не проводиться. У випадку, якщо Дитина не отримує послуги Замовника менше місяця, перерахунок вартості Послуг не проводиться.
    - 1.4.5. У випадку неможливості Виконавцем надавати послуги Замовнику на території через заборону органів місцевого самоврядування (карантин, епідемія тощо) Замовник сплачує 50% вартості Послуг за ставкою "Місяць-Півдня" з метою збереження місця для Дитини на території Виконавця та отримання Послуг з організації дозвілля Дитини он-лайн протягом дії такої заборони.
  - 1.5. **Ставка "Місяць-День":**
    - 1.5.1. Вартість становить **9500 грн. 00 коп.** за користування Послугами Виконавця протягом місяця незалежно від тривалості отримання Послуг Замовником та/або Дитиною протягом окремого дня.
    - 1.5.2. Одиниця виміру господарської операції при наданні Послуг за ставкою "Місяць-День" – штука.
    - 1.5.3. Одна штука Послуг за варіантом "Місяць-День" включає в себе отримання Замовником та/або Дитиною Послуг Виконавця протягом місяця в робочі дні, з понеділка по п'ятницю, з 8.30 до 19.00, окрім

загальнодержавних свят, та не залежить від тривалості отримання Послуг Замовником та/або Дитиною протягом окремого дня.

- 1.5.4. В передсвяткові дні та робочі суботи Виконавець надає послуги Замовнику з 8.30 до 13.00.
- 1.5.5. Перерахунок вартості послуг проводиться у випадку неотримання Послуг Замовником протягом одного місяця, або більше через хворобу Дитини або її відсутність. В такому випадку 50% вартості Послуг за ставкою «Місяць-День», які необхідні для збереження місця для Дитини, переходять на наступний період. Перерахунок за поточний період проводиться в наступному періоді. Перерахунок місяць в місяць не проводиться. У випадку, якщо Дитина не отримує послуги Замовника менше місяця, перерахунок вартості Послуг не проводиться.
- 1.5.6. У випадку неможливості Виконавцем надавати послуги Замовнику на території через заборону органів місцевого самоврядування (карантин, епідемія тощо) Замовник сплачує 50% вартості Послуг за ставкою "Місяць-День" з метою збереження місця для Дитини на території Виконавця та отримання Послуг з організації дозвілля Дитини он-лайн протягом дії такої заборони.
- 1.6. Замовник здійснює оплату за обраним ним варіантом відповідно до: п. 1.1 Додатку 1 – погодинна ставка; п. 1.2 Додатку 1 – ставка "Півдня"; п. 1.3 Додатку 1 – ставка "День"; п. 1.4 Додатку 1 – ставка "Місяць-Півдня"; п. 1.5 Додатку 1 – ставка "Місяць-День" до початку надання Послуг, якщо інше не погоджено Сторонами.
2. Якщо час фактичного користування Послугами перевищив час, який було сплачено до надання Послуг, Замовник відразу після закінчення надання Послуг Виконавцем здійснює відповідну доплату за своїм вибором: або згідно з погодинною ставкою, або за ставкою "Півдня", "День".
3. Оплата за послуги вноситься Замовником до початку отримання таких послуг.
4. Реквізити для оплати:

**Найменування отримувача: ФОП Борщенко О.В UA36380805000000026003830792 ЄДРПОУ 1970703657380805АТ РАЙФФАЗЕН БАНК призначення платежу послуги денного догляду за дітьми ПІБ картка4239220037870366 Борщенко О.В.**

ПІБ Замовника \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_  
Дата \_\_\_\_\_

ЗАТВЕРДЖЕНО  
наказ директора ФОП Борщенко Н.О.  
№ 25/1 від 25.05.2020  
Додаток 2 до Договору про надання послуг з  
організації денного догляду (затвердженого  
наказом директора ФОП Борщенко Н.О. №  
25/1 від 25.05.2020)  
(далі - Додаток 2)

## Заява про приєднання до умов Договору про надання послуг з організації денного догляду

Я,

---

—

(прізвище, ім'я, по батькові)

є \_\_\_\_\_ ДИТИНИ

(матір'ю, батьком, інший статус)

(прізвище, ім'я, по батькові дитини)

\_\_\_\_\_ (за текстом також

Дитина)

враховуючи, що

1. Відповідно до ратифікованої Постановою Верховної Ради України № 789-XII від 27.02.91 р. Конвенції про права дитини Україна як держава надає батькам і законним опікунам належну допомогу у виконанні ними своїх обов'язків по вихованню дітей та забезпечують розвиток мережі дитячих установ та вживає всіх необхідних заходів для забезпечення того, щоб діти, батьки яких працюють, мали право користуватися призначеними для них службами й установами по догляду за дітьми;

2. Я, та інші особи, які зобов'язані відповідно до законодавства здійснювати догляд за Дитиною, з метою забезпечення належних умов для Дитини, які зокрема вимагають фінансових ресурсів, працюємо або здійснюємо підприємницьку діяльність, яка унеможливує забезпечення такого догляду в окремі проміжки часу, даною Заявою **прошу надати послуги з організації денного догляду** щодо Дитини **та приєднуюся до Договору** про надання послуг з організації денного догляду (Договір) за стандартною формою, затвердженою ФОП Борщенко Н.О.(Виконавець) та розміщеною у Місці розміщення Договору.

Підписуючи цю Заяву на отримання Послуг, я підтверджую, що:

- 1) з умовами Договору, в т.ч. Додатків, мене ознайомлено, зобов'язуюсь їх виконувати;
- 2) умови Договору не є для мене як Замовника Послуг обтяжливими;
- 3) я б прийняв(ла) визначені умови Договору, якщо б в мене була можливість приймати участь у визначенні таких умов;

**Я розумію та приймаю на себе ризики, що можуть бути пов'язані з отриманням Послуг (зокрема, в результаті перебуванням Дитини на Території, контактом Дитини з іншими особами (перебування в колективі) тощо), в тому числі ризики щодо інфекційних, респіраторних захворювань, зокрема коронавірусу COVID-19, спричиненого SARS-CoV-2.**

### Замовник:

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові)

паспорт серії \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_, виданий \_\_\_\_\_

адреса реєстрації: \_\_\_\_\_

тел. \_\_\_\_\_ вайбер \_\_\_\_\_

Інші засоби зв'язку \_\_\_\_\_

Підпис \_\_\_\_\_

ЗАТВЕРДЖЕНО  
 наказ директора ФОП Борщенко Н.О.  
 № 25/1 від 25.05.2020  
 Додаток 3 до Договору про надання послуг з  
 організації денного догляду (затвердженого  
 наказом директора ФОП Борщенко Н.О. №  
 25/1 від 25.05.2020)  
 (далі - Додаток 3)

**Анкета  
 з метою протидії поширенню коронавірусу (COVID-19)**

№	Запитання	Відповідь щодо Замовника	Відповідь щодо Дитини
1.	Прізвище, ім'я, по-батькові		
2.	Дата народження		
3.	Адреса проживання		
4.	Контактний телефон		
5.	Чи наявні наступні симптоми <i>Можна обрати кілька варіантів          одночасно. Якщо турбує інший стан,          якого немає у списку, зазначте          симптом у графі "Інше".          У випадку, якщо стан хороший,          оберіть варіант "Нічого з          переліченого"</i>	<input type="checkbox"/> Підвищення температури тіла <input type="checkbox"/> Кашель, сухий кашель <input type="checkbox"/> Задишка Лихоманка <input type="checkbox"/> Нічого з переліченого <input type="checkbox"/> Інше <hr/> <i>(вказати інше)</i>	<input type="checkbox"/> Підвищення температури тіла <input type="checkbox"/> Кашель, сухий кашель <input type="checkbox"/> Задишка Лихоманка <input type="checkbox"/> Нічого з переліченого <input type="checkbox"/> Інше <hr/> <i>(вказати інше)</i>
6.	Чи звертались до лікаря з приводу наявності симптомів, зазначених у попередньому питанні Якщо "так", вкажіть дату звернення до лікаря		
7.	Чи робили тест на коронавірус Якщо "так", вкажіть дату		
8.	Чи перебували у контакті з хворим на коронавірус Якщо "так", скільки днів минуло з дня останнього контакту		
9.	Чи хворіли на коронавірус Якщо "так", скільки днів минуло з дня одужання		
10.	Прізвище та ім'я сімейного лікаря		
11.	Додаткова інформація, яку Виконавець повинен врахувати при наданні Послуг, в т.ч. з метою протидії поширенню коронавірусу		
12.	Відсутність контактів з інфікованими протягом останніх 14 днів		

ПІБ Замовника \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_  
 Дата \_\_\_\_\_

ЗАТВЕРДЖЕНО  
наказ директора ФОП Борщенко Н.О.  
№ 25/1 від 25.05.2020  
Додаток 4 до Договору про надання послуг з  
організування денного догляду  
(затвердженого наказом директора ФОП  
Борщенко Н.О. № 25/1 від 25.05.2020)  
(далі - Додаток 3)

### ПРАВИЛА НАДАННЯ ПОСЛУГ З ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕННОГО ДОГЛЯДУ

1. Ці правила (далі – Правила) регулюють окремі питання надання Послуг за Договором про надання послуг з організації денного догляду та є його невід'ємною частиною.
2. Виконання Правил є обов'язковим для Замовника.
3. Послуги надаються протягом робочого часу Виконавця.
4. Правила при вході на Територію:
  - 4.1. Замовник повинен заповнити Анкету (або внести зміни за необхідності до раніше заповненої Анкети);
  - 4.2. Дитина до її приймання Виконавцем (та в подальшому під час перебування на Території) повинна проходити температурний скринінг, що здійснює Виконавець відповідно до його вимог;
  - 4.3. Замовника повинен обробити руки собі й Дитині спиртовмісним антисептиком (70 і більше процентів)
5. Виконавець має право проводити температурний скринінг Замовника.
6. При перебуванні на Території (в визначеному Виконавцем місці, в інших місцях Замовнику знаходиться заборонено) Замовник дотримується таких правил:
  - 6.1. Ніс та рот Замовника повинні бути захищені маскою або респіратором, при цьому Замовник повинен змінювати свою медичну маску не рідше одного разу на дві години (враховуючи час використання маски в будь-якому місці);
  - 6.2. Дотримуватися дистанції відповідно до вимог Виконавця.
  - 6.3. Не знаходитися у приміщенні (у разі надання Виконавцем дозволу Замовнику входити у приміщення) у вуличному взутті (Замовник самостійно забезпечує себе змінним взуттям).
  - 6.4. Замовник повинен виконувати вимоги щодо дистанціювання між людьми відповідно до вимог Виконавця.
7. Допустима кількість людей на Території.
  - 7.1. Виконавець має право встановити максимально допустиму кількість людей, що перебувають на Території в окремий момент.
  - 7.2. Виконавець має право відмовити у допуску на Територію, в т.ч. для надання оплачених Послуг, якщо в результаті такого допуску кількість осіб на Території перевищить максимально допустиму кількість людей, визначену Виконавцем. В такому випадку Виконавець зобов'язаний погодити з Замовником порядок надання таких Послуг та надати їх належним чином.
  - 7.3. У разі, якщо Замовник оплатив, але не почав користуватися Послугами за ставкою погодинної оплати, і Виконавець не допустив на Територію, з підстав згідно з п. 7.2 Правил або інших встановлених відповідно до законодавства підстав, надання Послуг переноситься на інший час, встановлений Виконавцем. Сплачені кошти не повертаються.
8. Виконавець має право відмовити в допуску на Територію або вимагати негайно залишити Територію за таких обставин (Замовник повинен забезпечити виконання цієї вимоги негайно):
  - 8.1. В Замовника та/або Дитини температура тіла вище 37° С.
  - 8.2. В Анкеті зазначена інформація, з якої Виконавець робить висновок про можливу загрозу розповсюдження інфекційних захворювань.
  - 8.3. Замовник та/або Дитина мають ознаки респіраторного захворювання (такі ознаки можуть бути встановлені Виконавцем самостійно).
  - 8.4. Порушення цих Правил, санітарних, епідемічних або інших вимог, встановлених законодавством або Виконавцем.
  - 8.5. В інших випадках, встановлених Виконавцем.
9. Виконавець має право встановити додаткові правила щодо надання Послуг.

ПІБ Замовника \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_  
Дата \_\_\_\_\_

ЗАТВЕРДЖЕНО  
 наказ директора ФОП Борщенко Н.О.  
 № 25/1 від 25.05.2020  
 Додаток 5 до Договору про надання послуг з  
 організації денного догляду (затвердженого  
 наказом директора ФОП Борщенко Н.О. №  
 25/1 від 25.05.2020)  
 (далі - Додаток 5)

### Повідомлення та згода щодо персональних даних

Підписанням цього тексту Замовник підтверджує, що він одержав від Виконавця як розпорядника та володільця персональних даних всю необхідну та належну інформацію щодо Персональних даних, що стосується, в тому числі, але не обмежуючись, щодо:

- 1) мети обробки персональних даних,
- 2) баз персональних даних, до яких включено персональні дані,
- 3) володільців та розпорядників персональних даних,
- 4) джерел збору персональних даних,
- 5) місцезнаходження персональних даних,
- 6) місцезнаходження або місце перебування володільця чи розпорядника персональних даних,
- 7) способів захисту персональних даних,
- 8) умов надання доступу до персональних даних.

Місце зберігання персональних даних – за місцем здійснення господарської діяльності Виконавця.

Підписанням цього Замовник підтверджує, що йому повідомлено про права суб'єктів персональних даних, передбачені ст.ст. 8, 11-12, 14, 15-16, 20-21 Закону України "Про захист персональних даних" № 2297-VI від 01.06.2010 р.

Мета обробки персональних даних Виконавцем – ведення господарської діяльності, виконання вимог чинного законодавства (податкового, адміністративного та іншого).

Джерелом збору персональних даних можуть бути дані, надані Замовником, отримані від органів влади та місцевого самоврядування, з мережі Інтернет, інших, не заборонених законодавством, джерел.

Умови надання доступу до персональних даних встановлені чинним законодавством та локальними актами Виконавця.

Виконавець вживає заходи із захисту персональних даних від несанкціонованих розголошення, доступу та обробки відповідно до чинних вимог.

#### ст. 8 Закону України від 01.06.10 р. № 2297-VI "Про захист персональних даних": **Права суб'єкта персональних даних**

1. Особисті немайнові права на персональні дані, які має кожна фізична особа, є невід'ємними і непорушними.
2. Суб'єкт персональних даних має право:
  - 1) знати про джерела збирання, місцезнаходження своїх персональних даних, мету їх обробки, місцезнаходження або місце проживання (перебування) володільця чи розпорядника персональних даних або дати відповідне доручення щодо отримання цієї інформації уповноваженим ним особам, крім випадків, встановлених законом;
  - 2) отримувати інформацію про умови надання доступу до персональних даних, зокрема інформацію про третіх осіб, яким передаються його персональні дані;
  - 3) на доступ до своїх персональних даних;
  - 4) отримувати не пізніше як за тридцять календарних днів з дня надходження запиту, крім випадків, передбачених законом, відповідь про те, чи обробляються його персональні дані, а також отримувати зміст таких персональних даних;
  - 5) пред'являти вмотивовану вимогу володільцю персональних даних із запереченням проти обробки своїх персональних даних;
  - 6) пред'являти вмотивовану вимогу щодо зміни або знищення своїх персональних даних будь-яким володільцем та розпорядником персональних даних, якщо ці дані обробляються незаконно чи є недостовірними;
  - 7) на захист своїх персональних даних від незаконної обробки та випадкової втрати, знищення, пошкодження у зв'язку з умисним приховуванням, ненаданням чи несвоєчасним їх наданням, а також на захист від надання відомостей, що є недостовірними чи ганьблять честь, гідність та ділову репутацію фізичної особи;
  - 8) звертатися із скаргами на обробку своїх персональних даних;
  - 9) застосовувати засоби правового захисту в разі порушення законодавства про захист персональних даних;
  - 10) вносити застереження стосовно обмеження права на обробку своїх персональних даних під час надання згоди;
  - 11) відкликати згоду на обробку персональних даних;
  - 12) знати механізм автоматичної обробки персональних даних.
  - 13) на захист від автоматизованого рішення, яке має для нього правові наслідки.

ПІБ Замовника \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

ЗАТВЕРДЖЕНО  
наказ директора ФОП Борщенко Н.О.  
№ 25/1 від 25.05.2020  
Додаток 6 до Договору про надання послуг з  
організації денного догляду (затвердженого  
наказом директора ФОП Борщенко Н.О. №  
25/1 від 25.05.2020)  
(далі - Додаток 6)

## ЗГОДА

на використання фото та відео зйомки

Я, \_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові) даю згоду ФОП Борщенко Н.О. на здійснення фото-, відео- записів Дитини та Замовника на Території та/або під час проведення Занять (в т.ч. не на Території), що проводяться за допомогою технічних засобів (телефон, інтернет тощо), та розміщення таких записів у Viber-спільноті Виконавця або у формі рекламних відеороликів в мережі Інтернет, в тому числі за допомогою соціальних мереж.

Я усвідомлюю та погоджуюсь, що використання ФОП Борщенко Н.О. зображення мого або моєї дитини та відеозапису з моєю участю, а також публічний показ, відтворення та розповсюдження рекламних, інформаційних матеріалів з моїм/моєю дитини зображенням та відеозаписів з моєю/моєю дитини участю є безоплатним та зобов'язуюсь не заявляти будь-яких претензій чи вимог майнового характеру до осіб, що здійснюють публічний показ, відтворення та розповсюдження таких рекламних чи інформаційних матеріалів та відеозаписів, в тому числі ФОП Борщенко Н.О.

Я даю згоду на те, що зйомка мене або моєї дитини та зображення мого або моєї дитини на фото- чи відеоплівку, використання мого фотографічного зображення та відеозапису з моєю участю/моєю дитини будуть опубліковані на інтернет-ресурсах, в соціальних мережах або у виданнях та публічних місцях.

Зі змістом статей 307, 308 Цивільного кодексу України ОЗНАЙОМЛЕНА (-ИЙ)

ПІБ Замовника \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_