

Яковлєва О.М.

директор;

Дармошук Є.Ю.

вихователь-методист,

*КЗ «Дошкільний навчальний заклад (ясла-садок) № 6
комбінованого типу» Криворізької міської ради*

ІМІДЖ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Сьогодні ми працюємо на імідж, а завтра він працює на нас

Сьогодні, говорячи про систему освіти, як про сферу послуг, вживаються слова «конкурентоспроможність», «сегмент ринку», «освітня послуга» і т.д. У сфері дошкільної освіти також спостерігаються значні зміни, пов'язані з розвитком ринкових відносин і посиленням конкуренції. У нашому регіоні намітилася тенденція до збільшення недержавних установ, що надають різноманітні освітні послуги дітям дошкільного віку. Не можна говорити і про те, що зараз є недобір дітей від 2 до 6 років життя бажаючих вступити до ЗДО, бо у системі реєстрації до дошкільних закладів існує досить велика черга. Однак аналітики припускають, що незабаром спад народжуваності і дошкільним закладам освіти треба буде самостійно шукати собі «Клієнта». А брендовий, відомий дошкільний заклад в цьому випадку буде в пріоритеті. Крім того система фінансування, яка позначається на обсязі фонду матеріального забезпечення, диктує необхідність збереження кількості контингенту вихованців.

Ще одна проблема в тому, що споживачам послуг досить важко диференціювати відмітні переваги ЗДО через те, що з назви закладу не можна дізнатися ніякої інформації про зміст освіти в дитячому садочку. Так як офіційну назву як КЗ «ДНЗ (ясла-садок) № ... КТ» КМР має майже декілька десятків закладів міста, що знеособлює дошкільні заклади в очах батьків. Крім того, сильний позитивний імідж полегшує доступ дошкільного закладу до кращих ресурсів з можливих: фінансового, інформаційного і т.д. Закладам «на гребені хвилі» частіше пропонують бути базовими майданчиками для організації та проведення таких заходів, як психолого-педагогічних конференцій, професійних конкурсів і методичних об'єднань різного рівня, практики студентів середніх та вищих навчальних закладів. Маючи сформований позитивний імідж, ЗДО стає більш привабливим для педагогів, постає здатним забезпечити стабільність, професійний розвиток і задоволеність від праці.

Стійкий позитивний вдалий імідж також дає дошкільному закладу певну силу в тому, що створює запоруку довіри споживачів послуг до всього того, що відбувається в стінах закладу, в тому числі таким інноваційним процесам як впровадження та реалізація нових програм і технологій, створення мотивації до участі в житті дитячого садочка як у співробітників, так і родин вихованців [3, с. 21-26].

Сучасні словники трактують «імідж» як цілеспрямовано сформований образ, покликаний надати емоційно – психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами. У сучасному світі поняття «імідж» (в пер. з

англ. «образ») міцно ввійшло не тільки в політичний, а й у освітній лексикон ХХІ ст., головним чином тому, що імідж впливає на взаємини з людьми і на ефективність спільної роботи в освітньому закладі.

Імідж ЗДО – це образ освітньої організації, сформований у результаті цілеспрямованого безперервного процесу інтегрування уявлень педагогів, дітей, батьків і інших представників соціуму.

Сучасний дошкільний заклад покликаний виконати просвітницьку місію, від якої, без перебільшення, залежить майбутнє нашої країни. Для цього необхідно створювати новий освітній простір – «поле», яке гармонійно поєднує різні напрямки і області, які допомагають кожній дитині відкрити для себе прекрасний, складний і багатогранний світ. Головні «гравці» на цьому «полі» – діти, їх батьки та педагоги, які разом грають і розвиваються, разом роблять нові відкриття, набуваючи при цьому здібності та особистісні якості творця, освоюють «інструменти» саморозвитку та самоосвіти для успішної самореалізації в сьогоденні і майбутньому.

Закладам і керівникам освітніх установ зацікавлених проблемою позитивного уявлення себе у сфері освіти доведеться займатися вивченням свого іміджу і роботою над ним.

Як пише відомий західний фахівець по проблемам організаційного іміджу Т. Гарбетт, «... імідж компанії: контролюйте його, або він буде контролювати вас» (цит. по: [2, с. 45]). Тому постійна турбота про імідж дошкільного закладу виступає як одна з важливих функцій управлінської та організаційної діяльності керівника і вихователя-методиста.

Таким чином, імідж дошкільного закладу можна розглядати як важливий сучасний компонент ЗДО і додатковий ресурс управління. Наше завдання створити імідж закладу дошкільної освіти – емоційно забарвлений образ освітньої установи, що володіє цілеспрямовано-заданими характеристиками і покликаний чинити психологічний вплив на конкретні групи соціуму (батьків, дітей, педагогічної спільноти).

Список використаних джерел:

1. Алексеенко К. Формуємо імідж навчального закладу / К. Алексеенко // Практика управління закладом освіти. – 2016. – № 1. – С. 12-25.
2. Гінберг Т. Политическая реклама: портрет лидера. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 63 с.
3. Крутій К. Формування позитивного іміджу навчального закладу / К. Крутій // Практика управління дошкільним закладом. – 2011. – № 1.