

**Міністерство освіти і науки України  
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет педагогіки, психології, соціальної роботи та мистецтв  
Кафедра педагогіки, початкової освіти, психології та менеджменту**

Освітня програма «Менеджмент в освіті»  
Спеціальність 073 Менеджмент

**Кваліфікаційна робота**  
на здобуття освітнього ступеня «магістр»

## **ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ**

**Коваль Ольги Юрївни**

**Науковий керівник:**

**Новгородська Ю.Г.**, к. пед. н., доцентка,  
доцентка кафедри педагогіки, початкової  
освіти, психології та менеджменту

**Рецензенти:**

**Самойленко О.В.**, к. пед. наук, доцентка,  
доцентка кафедри педагогіки, початкової  
освіти, психології та менеджменту  
Ніжинського державного університету  
імені Миколи Гоголя

**Аніщук А.М.**, к. пед. н., доцентка, доцентка  
кафедри дошкільної освіти  
Ніжинського державного університету  
імені Миколи Гоголя

**Допущено до захисту:**

Протокол № 6 від 04 грудня 2025 р.  
Завідувачка кафедри педагогіки, початкової  
освіти, психології та менеджменту,  
д. пед. н., професорка **Лосєва Н.М.**

**Ніжин – 2025**

## АНОТАЦІЯ

**Коваль О. Ю. Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти: кваліфікаційна робота.** Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 2025. 81 с.

У роботі досліджено проблему формування позитивного іміджу закладів дошкільної освіти в умовах сучасних суспільних трансформацій. На основі аналізу наукових підходів уточнено сутність поняття «позитивний імідж закладу дошкільної освіти», визначено його структуру, ключові компоненти та етапи формування. Розкрито роль педагогічних, психологічних і комунікаційних чинників у створенні позитивного образу закладу, а також окреслено значення PR-діяльності й сучасних комунікаційних технологій у зміцненні репутації закладу дошкільної освіти.

Проаналізовано основні напрями застосування PR-інструментів, цифрових засобів комунікації, соціальних мереж та інноваційних методів взаємодії з батьками і громадськістю. Визначено, що ефективне управління іміджем закладу дошкільної освіти сприяє підвищенню рівня довіри, розвитку партнерської взаємодії всіх учасників освітнього процесу та формуванню конкурентних переваг у сучасному освітньому середовищі.

На базі Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 м. Бориспіль проведено діагностику стану розвитку іміджу закладу із застосуванням анкетування, спостереження, експертного оцінювання та аналізу документації. Отримані результати дали змогу визначити сильні та проблемні аспекти іміджу закладу, оцінити рівень задоволеності батьків та педагогічного колективу, виокремити чинники впливу на формування позитивної репутації.

Науково обґрунтовано та запропоновано методичні рекомендації для керівників закладів дошкільної освіти щодо удосконалення системи формування позитивного іміджу, зокрема: використання системної PR-стратегії, цифрових комунікацій, підвищення культури взаємодії з батьками, розвитку професійного іміджу педагогів і створення комфортного освітнього середовища.

**Ключові слова:** імідж, позитивний імідж закладу дошкільної освіти, PR-діяльність, комунікаційні технології, репутація закладу, взаємодія з батьками, конкурентоспроможність закладу.

## ABSTRACT

**Koval O. Formation of a Positive Image of a Preschool Education Institution:** qualification work of Nizhyn Gogol State University, 2025. 81 p.

The thesis examines the problem of forming a positive image of preschool education institutions in the context of contemporary social transformations. Based on an analysis of scientific approaches, the essence of the concept of a “positive image of a preschool education institution” is clarified, along with its structure, key components, and stages of development. The study highlights the role of pedagogical, psychological, and communication factors in shaping a positive institutional image and emphasizes the importance of PR activities and modern communication technologies in strengthening the reputation of preschool institutions.

The research analyzes key directions for implementing PR tools, digital communication means, social media, and innovative methods of interaction with parents and the community. It is established that effective image management contributes to increased trust, strengthened partnerships among participants in the educational process, and the development of competitive advantages within the modern educational environment.

A diagnostic study of the image development level was conducted at Preschool Education Institution No. 1 in Boryspil using surveys, observation, expert evaluation, and document analysis. The obtained results allowed the identification of strengths and challenges in the institution’s current image, assessment of parents’ and teachers’ satisfaction, and determination of factors influencing the formation of a positive reputation.

Based on the findings, methodological recommendations for preschool institution leaders were developed. These include implementing comprehensive PR strategies, enhancing digital communication, improving parent–institution interaction, developing the professional image of educators, and creating a comfortable educational environment.

**Key words:** image, positive image of a preschool institution, PR activities, communication technologies, institutional reputation, parent interaction, competitiveness of the institution.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ .....	10
1.1. Розвиток іміджу закладу дошкільної освіти як проблема педагогічної теорії та практики.....	10
1.2. Основні компоненти та етапи формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти .....	15
Висновки до першого розділу.....	23
РОЗДІЛ 2. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ .....	24
2.1. Використання елементів PR-діяльності у формуванні позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.....	24
2.2. Впровадження сучасних комунікаційних технологій – запорука формування іміджу закладу дошкільної освіти .....	35
Висновки до другого розділу .....	45
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ БОРИСПІЛЬСЬКОГО ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ № 1) .....	46
3.1. Сучасний стан проблеми формування позитивного іміджу в Бориспільському закладі дошкільної освіти № 1 м. Бориспіль .....	46
3.2. Методичні рекомендації керівникам щодо розвитку позитивного іміджу закладу освіти .....	56
Висновки до третього розділу.....	67
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	78

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** У сучасних умовах розвитку суспільства пріоритетною залишається якісна дошкільна освіта, яка визначає не лише інтелектуальний і соціальний потенціал дитини, а й репутацію та конкурентоспроможність закладу дошкільної освіти в цілому. Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти виступає важливим чинником залучення батьків, підвищення довіри до педагогічного колективу та створення сприятливого середовища для розвитку дітей. Водночас, у сучасній педагогічній практиці та теорії виникає потреба у системному підході до управління іміджем закладу, адже успішна комунікація та PR-стратегії стають невід'ємною частиною освітньої діяльності.

Не викликає сумніву, що управління іміджем закладу дошкільної освіти є складним та комплексним процесом, що включає поєднання педагогічних, психологічних і комунікаційних стратегій. Усвідомлення керівниками та педагогічним колективом ролі позитивного іміджу сприяє не лише розвитку довіри серед батьків і громадськості, а й покращенню внутрішньої організації закладу, підвищенню мотивації персоналу та якості освітніх послуг.

Проблема формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є предметом наукового аналізу вітчизняних дослідників, серед яких можна виділити О. Абрамович, В. Чорна, Л. Артемова, С. Барда, С. Бойправ, А. Кошель, В. Кошель, Г. Сиз, Г. В. Борин, О. Вашак, Л. Загородня, С. Іващенко, В. Кошель, Н. Гавриш, Н. Шкляр, О. Мисик та інші. У працях цих авторів розглядаються теоретичні аспекти розвитку іміджу закладів дошкільної освіти, систематизуються методи формування позитивної репутації та використання сучасних комунікаційних і PR-технологій у діяльності ЗДО. Зарубіжні дослідники, такі як І. Бардус, Ю. Герасименко, О. Наливайко, Л. Магнуссон, А. Окерблом акцентують увагу на використанні інноваційних підходів до організації освітнього середовища, формуванні позитивного іміджу через взаємодію дітей, педагогів та батьків, а також на ефективності цифрових і фото-методик у розвитку професійного та організаційного іміджу освітніх установ.

Проте, незважаючи на наявність численних наукових праць, проблема формування позитивного іміджу саме закладів дошкільної освіти залишається недостатньо вивченою. До цього належать такі питання:

- визначення комплексних заходів щодо формування позитивного іміджу;
- поєднання традиційних педагогічних практик із сучасними PR- і комунікаційними технологіями;
- оцінка ефективності існуючих стратегій розвитку іміджу в умовах конкурентного середовища;
- забезпечення активної взаємодії закладу з батьками та громадськістю.

Наявність зазначених проблем та потреба у їх системному вирішенні визначає актуальність та своєчасність теми дослідження.

**Об'єкт дослідження** – процес формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

**Предмет дослідження** – зміст, форми та методи розвитку позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

**Мета дослідження** полягає у теоретичному обґрунтуванні та практичному визначенні шляхів ефективного формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

**Гіпотеза дослідження** ґрунтується на положенні, що використання комплексного підходу до формування іміджу, поєднання PR-інструментів та сучасних комунікаційних технологій сприятиме підвищенню рівня довіри батьків і громадськості до закладу дошкільної освіти та покращенню його конкурентних позицій.

Для досягнення мети дослідження і перевірки сформульованої гіпотези необхідно розв'язати такі **завдання**:

1. Проаналізувати наукові погляди вітчизняних та зарубіжних дослідників щодо сутності та розвитку іміджу освітніх закладів.
2. Визначити основні компоненти та етапи формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

3. Дослідити роль PR-діяльності та сучасних комунікаційних технологій у формуванні іміджу.

4. Оцінити сучасний стан розвитку іміджу конкретного закладу дошкільної освіти (на прикладі ЗДО № 1 м. Бориспіль).

5. Розробити методичні рекомендації для керівників щодо розвитку позитивного іміджу закладу дошкільної освіти.

**Методи дослідження.** У роботі застосовувався комплекс теоретичних, емпіричних та статистичних методів:

– теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, систематизація наукових джерел щодо формування іміджу закладів освіти;

– емпіричні: спостереження, анкетування батьків і педагогів, експертні оцінки, аналіз документації закладу;

– статистичні: методи обробки результатів анкетування та експертних оцінок для якісного та кількісного аналізу.

**База дослідження.** Експериментальне дослідження проводилось на базі Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 Бориспільської міської ради Київської області (код ЄДРПОУ: 23580595), який є комунальним комбінованим закладом дошкільної освіти міського типу. У закладі функціонує 12 груп, у яких виховується 282 дитини, а педагогічний колектив складається з 56 осіб. Експериментом було охоплено 20 педагогічних працівників (10 вихователів та 10 представників адміністрації) та 50 батьків вихованців закладу.

**Теоретичне значення одержаних результатів:**

– розширено наукові уявлення про сутність і структуру формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти;

– обґрунтовано поняття «позитивний імідж закладу дошкільної освіти» та виділено його основні компоненти;

– виокремлено форми та методи роботи з формування іміджу у закладі дошкільної освіти;

– презентовано технології застосування PR-інструментів та сучасних комунікаційних технологій для розвитку позитивного іміджу;

– уточнено критерії та показники оцінки стану розвитку іміджу закладу дошкільної освіти.

Теоретичне значення дослідження полягає в уточненні сутності поняття «позитивний імідж закладу дошкільної освіти», визначенні його структурних компонентів і основних принципів формування.

#### **Практична значущість результатів дослідження:**

– розроблено методiku вивчення стану формування позитивного іміджу в закладі дошкільної освіти;

– запропоновано систему заходів і рекомендацій для керівників закладу щодо розвитку позитивного іміджу;

– матеріали та результати дослідження можуть бути використані керівниками та педагогами закладів дошкільної освіти, методистами районних і міських центрів професійного розвитку педагогічних працівників, а також для підготовки керівних кадрів у сфері дошкільної освіти.

Практична значущість дослідження полягає у розробці методичних рекомендацій щодо ефективного управління іміджем закладу дошкільної освіти, які можуть бути використані керівниками та педагогами у щоденній практичній діяльності.

**Апробація результатів дослідження** здійснювалась у доповідях і виступах на **4 конференціях** різного рівня: I Всеукраїнських педагогічних читаннях за міжнародної участі пам'яті професорки Євгенії Коваленко «Нові горизонти освіти: досвід, реалії та перспективи» (12 березня 2025 року, м. Ніжин); конференції молодих науковців (12-21 травня 2025 року, м. Ніжин); VIII Міжнародній студентській конференції «Пріоритетні напрямки та вектори розвитку світової науки» (06 червня 2025 року, м. Суми); Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Актуальні виклики та інновації управління в науковому дискурсі молоді» (23 жовтня 2025 року, м. Ніжин).

**Основні положення та результати дослідження висвітлені у 3 публікаціях:**

1. Коваль О. Ю. Імідж як ресурс розвитку закладу дошкільної освіти. *Нові горизонти освіти: досвід, реалії та перспективи: Матеріали I Всеукраїнських педагогічних читань за міжнародної участі пам'яті професорки Євгенії Коваленко. 12 березня 2025 року. м. Ніжин / за ред. Ю. Г. Новгородської, О.В. Самойленко. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2025. С. 235-240.*

2. Коваль О.Ю. Складові іміджу сучасного закладу дошкільної освіти. *Пріоритетні напрямки та вектори розвитку світової науки: матеріали VIII Міжнародної студентської наукової конференції, м. Суми, 6 червня, 2025 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025. С.448-452.*

3. Коваль О.Ю. Інформаційно-комунікаційні технології як інструмент формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти *Актуальні виклики та інновації управління в науковому дискурсі молоді: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців. 23 жовтня 2025 року, м. Ніжин / за заг. ред. Ю. Г. Новгородської, О. В. Самойленко. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2025. С.69-71.*

**Структура магістерської роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 81 сторінку, з них 61 сторінка – основного тексту. Список використаних джерел налічує 57 джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

### 1.1. Розвиток іміджу закладу дошкільної освіти як проблема педагогічної теорії та практики

У сучасних умовах розвитку освіти значного значення набуває формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти (ЗДО), що виступає важливим чинником підвищення якості освітніх послуг та конкурентоспроможності закладу на ринку освітніх послуг. Питання розвитку іміджу ЗДО розглядається як у педагогічній теорії, так і в практичній діяльності освітніх установ.

У науковій літературі імідж розглядається як багатокомпонентне явище, що включає педагогічні, організаційні, соціальні та комунікаційні аспекти, кожен з яких має ключове значення для формування загального сприйняття закладу (табл. 1.1).

**Таблиця 1.1.**

#### Підходи авторів щодо сутності іміджу ЗДО

Автор, джерело	Визначення поняття
1	2
В. Ю. Василенко [5, с. 23]	Імідж закладу дошкільної освіти – це комплекс уявлень, оцінок та вражень батьків, педагогів і громади про освітній заклад, який впливає на його авторитет та привабливість.
Л. П. Загородня [15, с. 152]	Імідж ЗДО розглядається як соціальний конструкт, що формує уявлення громадськості про якість освітніх послуг та педагогічну діяльність закладу.
О. О. Лаврентьєва, А. А. Арбузова [27, с. 322]	Імідж ЗДО – це стратегічний ресурс управління репутацією закладу, який забезпечує довіру батьків і ефективну взаємодію з громадою.
О. І. Мармаза [28, с. 332]	Імідж закладу дошкільної освіти визначається як сукупність зовнішніх і внутрішніх ознак закладу, сприйманих різними групами зацікавлених осіб.
О. М. Попович [35, с. 65]	Імідж ЗДО – це цілісне уявлення про заклад, яке формується під впливом педагогічної компетентності, організаційної культури та матеріально-технічної бази.
О. О. Ткаченко [38, с. 98]	Імідж закладу дошкільної освіти – це інструмент підвищення престижу та конкурентоспроможності закладу, що визначає рівень довіри батьків та громади.

О. М. Яковлева, Є. Ю. Дармостук [39, с. 164]	Імідж ЗДО – це комплексне явище, що включає педагогічні, організаційні та комунікаційні аспекти діяльності закладу, формуючи його сприйняття у суспільстві.
----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Проблематика іміджу освітніх закладів активно розглядається сучасними вітчизняними та зарубіжними науковцями, оскільки саме імідж виступає індикатором репутації, конкурентоспроможності та довіри суспільства до освіти. Сутність поняття «імідж» у педагогічній науці розглядається з різних позицій – соціально-комунікаційної, психологічної, управлінської та педагогічної.

Так, В. Ю. Василенко [5, с. 23] визначає імідж як комплекс уявлень, оцінок та вражень батьків, педагогів і громади про заклад, що впливає на його авторитет та привабливість. Л. П. Загородня [15, с. 152] розглядає імідж ЗДО як соціальний конструкт, що формує громадську думку про якість освітніх послуг. О. О. Лаврентьева та А. А. Арбузова [27, с. 322] наголошують на стратегічному значенні іміджу як ресурсу управління репутацією закладу. О. І. Мармаза [28, с. 332] визначає його як сукупність зовнішніх і внутрішніх ознак, що сприймаються різними групами зацікавлених осіб. Інші дослідники також підкреслюють різні аспекти поняття: О. М. Попович [35, с. 65] акцентує на впливі педагогічної компетентності, організаційної культури та матеріально-технічної бази на формування цілісного уявлення про заклад. Автор О. О. Ткаченко [38, с. 98] вбачає в іміджі інструмент підвищення престижу та конкурентоспроможності закладу. Натомість, О. М. Яковлева та Є. Ю. Дармостук [39, с. 164] визначають імідж як комплексне явище, що поєднує педагогічні, організаційні та комунікаційні аспекти діяльності закладу, формуючи його сприйняття у суспільстві.

Імідж закладу дошкільної освіти – це цілісне, багатокомпонентне явище, яке відображає сукупність уявлень, оцінок і вражень батьків, педагогів, дітей та громади про заклад, інтегрує педагогічні, організаційні, соціальні та комунікаційні аспекти його діяльності і впливає на престиж, довіру та конкурентоспроможність освітньої установи.

Автори Л. П. Загородня та С. А. Тітаренко зазначають, що підготовка педагогів до формування позитивного іміджу ЗДО є складовою підготовки магістрів дошкільної освіти та передбачає розвиток професійних і комунікативних компетентностей [17, с. 115].

Також доцільно зазначити, що О. О. Ткаченко визначає імідж навчального закладу як сукупність уявлень, думок та оцінок, які формуються в суспільстві щодо його діяльності, якості освітніх послуг, культури управління та професіоналізму персоналу [38, с. 95]. Дослідниця підкреслює, що імідж є результатом цілеспрямованої діяльності закладу з побудови позитивного інформаційного поля навколо себе. Подібною думки дотримується О. М. Романовська, яка зазначає, що імідж – це управлінський інструмент, спрямований на створення позитивного соціального враження про організацію, що впливає на її конкурентоспроможність і привабливість [36, с. 27].

Дослідники С. В. Одінцева та Л. П. Артеменко вважають, що імідж – це інтегрований показник ефективності діяльності організації, який формується на основі поєднання реальних досягнень та сприйняття цих досягнень цільовими групами [32, с. 3]. Такий підхід підкреслює двоїсту природу іміджу – об'єктивну (результати діяльності) і суб'єктивну (сприйняття аудиторії).

Натомість, Л. П. Загородня трактує імідж закладу дошкільної освіти як систему професійно-етичних, організаційних, соціальних і комунікативних характеристик, що визначають його місце в освітньому просторі та впливають на рівень довіри батьків і суспільства [15, с. 152]. Вона наголошує, що імідж не може бути випадковим явищем – він є результатом цілеспрямованого управління і професійної діяльності всіх учасників освітнього процесу.

З позиції психології, А. Л. Марущак розглядає імідж як образ у свідомості інших людей, який формується під впливом інформаційних, емоційних та поведінкових чинників [29, с. 86]. Таким чином, імідж можна розуміти як соціально-психологічну конструкцію, що поєднує елементи сприйняття, комунікації та самоідентифікації організації.

Окреме місце у науковій літературі займає поняття «позитивний імідж». На думку Л. Вознюк та Л. Шапран, позитивний імідж закладу освіти – це стійке позитивне ставлення з боку суспільства, що ґрунтується на довірі, визнанні якості освіти, професіоналізмі педагогів і морально-етичних цінностях організації [7, с. 27]. Авторки зазначають, що позитивний імідж сприяє підвищенню конкурентоспроможності освітньої установи, розвитку партнерських відносин і залученню нових учасників освітнього процесу.

Автори А. Кошель та В. Кошель пов'язують формування позитивного іміджу із використанням PR-технологій, соціального партнерства та активної комунікації з громадськістю, підкреслюючи, що позитивний імідж – це стратегічний ресурс, який визначає стабільність і розвиток закладу дошкільної освіти [25, с. 123]. Водночас С. І. Барда вважає, що позитивний імідж є результатом інтеграції цінностей, традицій і новаторських підходів, що відображають сутність освітньої філософії закладу [3, с. 55].

Науковці також виокремлюють зовнішній та внутрішній імідж освітньої організації. Зовнішній імідж, за визначенням В. Ю. Василенка, – це відображення закладу освіти в очах громадськості, партнерів, батьків і засобів масової інформації [5, с. 22]. Він формується через комунікаційну політику, візуальний стиль, публічні заходи, соціальні мережі, участь у громадських проєктах.

Внутрішній імідж, за твердженням Т. В. Воронько-Невідничої, відображає самосприйняття педагогічного колективу, рівень задоволеності працівників, внутрішню культуру та морально-психологічний клімат у закладі [8, с. 39]. Саме внутрішній імідж виступає базою для формування зовнішнього, оскільки гармонія у внутрішньому середовищі забезпечує автентичність і стійкість позитивного образу організації.

Зокрема, Н. М. Горопаха та О. В. Кричківська підкреслюють взаємозалежність цих двох видів іміджу: внутрішній імідж є джерелом енергії та мотивації персоналу, тоді як зовнішній – засобом репрезентації цінностей і результатів діяльності у суспільстві [13, с. 128].

Імідж ЗДО слід розглядати як комплексну характеристику закладу, яка включає рівень професійної компетентності педагогів, організацію навчально-виховного процесу та соціальну взаємодію з батьками і громадою. Підготовка майбутніх магістрів до створення позитивного іміджу є стратегічним завданням педагогічної освіти, оскільки саме педагог виступає ключовим чинником формування довіри до закладу [22, с.160; 17, с.115]. У практичній площині це передбачає впровадження програм професійного розвитку педагогів, які включають тренінги з комунікативних навичок, методики самопрезентації та управління репутацією закладу.

Проведений аналіз наукових джерел дозволяє стверджувати, що поняття «імідж» охоплює не лише зовнішній вигляд або репутацію закладу, а є багатокomпонентною системою, яка поєднує реальні досягнення, внутрішню культуру та сприйняття організації суспільством. Позитивний імідж забезпечує стабільний розвиток, зміцнює соціальний капітал освітньої установи та підвищує рівень довіри до неї з боку громадськості.

Імідж виступає не лише характеристикою зовнішнього сприйняття закладу громадськістю, а й важливим елементом його внутрішньої культури, педагогічної філософії та системи управління. З позицій педагогічної теорії імідж трактується як складне соціально-психологічне та організаційне явище, що визначає рівень довіри суспільства до закладу, престиж професії вихователя і загальний освітній клімат у громаді.

Своєю чергою, Л. Вознюк та Л. Шапран розглядають імідж закладу освіти як стратегічний капітал, що визначає його престиж і конкурентоспроможність у сучасному освітньому просторі [7, с. 26]. Науковиці [7, с. 27] наголошують, що головною метою створення позитивного іміджу є не лише підвищення привабливості закладу для здобувачів освіти, а й залучення інвестицій, розвиток партнерських зв'язків, посилення соціальної відповідальності освітньої установи. Імідж є емоційно-раціональним образом, який формується у свідомості суспільства через сприйняття цінностей, традицій і результатів діяльності закладу.

У контексті дошкільної освіти поняття позитивного іміджу охоплює також морально-етичні та психологічні аспекти. Заклад дошкільної освіти є першою соціальною інституцією, з якою стикається дитина, тому важливо, щоб його імідж асоціювався з доброзичливістю, безпекою, компетентністю персоналу й партнерськими відносинами з батьками. Як зазначає Л. П. Загородня, саме якість освітніх послуг і взаємодія педагогів із сім'єю формують основний емоційний фон сприйняття дитячого садка у громаді [15, с. 157].

Отже, розвиток іміджу закладу дошкільної освіти є складним педагогічним і управлінським процесом, який потребує стратегічного підходу, постійного самовдосконалення персоналу та активної комунікації з громадськістю. Формування позитивного іміджу сприяє зміцненню довіри суспільства до освіти, підвищенню престижу професії вихователя, створенню сприятливого психологічного клімату в колективі й розвитку партнерських відносин із батьками. У сучасній педагогічній теорії імідж розглядається як важливий індикатор ефективності функціонування освітньої системи, а в практиці – як засіб її модернізації та гуманізації.

## **1.2. Основні компоненти та етапи формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти**

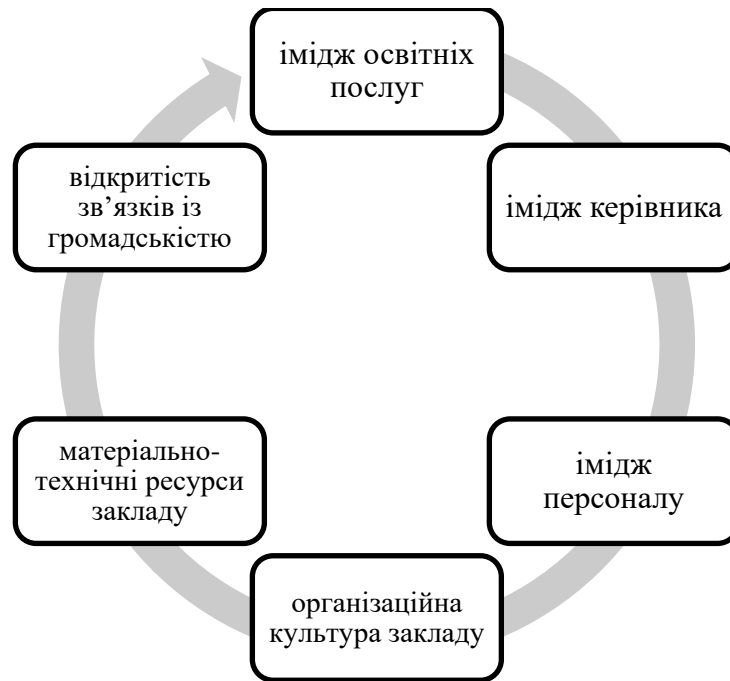
Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти (ЗДО) є ключовим фактором підвищення його привабливості для батьків та громадськості, а також важливим елементом забезпечення якості освітнього процесу. У сучасному освітньому просторі імідж ЗДО виступає стратегічним ресурсом, який визначає його престиж, конкурентоспроможність і здатність адаптуватися до потреб сімей та суспільства. Формування позитивного іміджу ЗДО є важливим завданням педагогічної теорії і практики, оскільки він впливає на вибір закладу батьками, мотивацію педагогічного колективу та рівень довіри

громади. Позитивний імідж закладу створюється цілеспрямовано та системно і включає як внутрішні, так і зовнішні аспекти його функціонування [7, с. 27].

На думку Л. П. Загородньої, імідж сучасного дошкільного навчального закладу – це емоційно забарвлений, цілеспрямовано сформований образ, який має певні задані характеристики та покликаний чинити психологічний вплив на конкретні групи соціуму [15, с. 152]. Дослідниця підкреслює, що позитивний імідж не є випадковим утворенням, а результатом системної діяльності всіх суб'єктів освітнього процесу. До його основних складників авторка відносить імідж освітніх послуг, імідж вихователя і колективу, імідж керівника, а також візуальний, середовищний і предметний імідж закладу. Саме комплексна взаємодія цих елементів формує довіру батьків, громадське визнання й стабільний розвиток закладу.

В. Ю. Василенко зазначає, що імідж закладу освіти охоплює аспекти територіального розташування, матеріально-технічної бази, форм і вартості навчання, престижності та авторитетності освітньої установи [5, с. 21]. Хоча дослідження автора стосується вищої освіти, його положення релевантні й для ЗДО, адже вони також функціонують у конкурентному середовищі та мають дбати про привабливість своїх освітніх послуг. Відповідно, якісна інфраструктура, сучасне матеріальне забезпечення та комфортне середовище стають невід'ємними чинниками позитивного іміджу дитячого садка.

Узагальнення сучасних досліджень щодо структури позитивного іміджу дозволяють виокремити ключові складові іміджу ЗДО, які формують його позитивний образ у свідомості батьків, громадськості та професійної спільноти (рис. 1.1):



*Рис. 1.1. Основні компоненти позитивного іміджу закладу дошкільної освіти [15, с. 157]*

**Імідж освітніх послуг** охоплює такі показники, як конкурентоспроможність, якість навчально-виховного процесу, зміст освітніх програм, використання сучасних педагогічних технологій та методик. Висока якість освітніх послуг забезпечує довіру батьків і створює позитивне ставлення до закладу серед громадськості. Важливо, щоб освітній процес відповідав державним стандартам і водночас враховував індивідуальні потреби дітей, сприяючи їхньому гармонійному розвитку [15, с. 158].

**Імідж керівника закладу** є ключовим елементом загального сприйняття закладу. Від його професійної компетентності, управлінської культури, стилю керівництва та здатності до інновацій залежить ефективність функціонування всієї установи. Лідер, який вміє поєднувати стратегічне бачення розвитку з гуманістичними принципами управління, формує атмосферу довіри, ініціативності та партнерства в колективі.

Як наголошують О. О. Лаврентьєва та А. А. Арбузова, саме керівник є «обличчям» закладу освіти, відображенням його професійної культури, управлінських підходів і моральних цінностей [27, с. 323]. Дослідниці

підкреслюють, що формування іміджу керівника – це тривалий процес саморозвитку, самовиховання та вдосконалення комунікативних і професійних навичок. Від його авторитету, стилю керівництва та здатності створювати позитивний морально-психологічний клімат залежить ефективність діяльності всього колективу. На жаль, як зазначають авторки, у сучасній практиці імідж керівників освітніх закладів часто формується стихійно, без належного наукового обґрунтування, що негативно впливає на сприйняття організації з боку суспільства.

*Імідж персоналу* визначається професіоналізмом, педагогічною майстерністю, етичними нормами поведінки та комунікативною культурою вихователів. Саме педагоги є безпосередніми носіями іміджу закладу, адже щоденно взаємодіють із дітьми, батьками та колегами. Їхня функціональна ефективність проявляється у здатності створювати комфортне освітнє середовище, сприяти розвитку дитячої творчості, самостійності та емоційного благополуччя. Саме імідж персоналу відображає професійну компетентність, комунікативні навички, творчий потенціал вихователів та ефективність їх роботи з дітьми. Високий рівень функціональної ефективності персоналу зміцнює довіру до ЗДО і підвищує його авторитет. Професійна компетентність педагогів є основним елементом іміджу, оскільки високий рівень кваліфікації та педагогічної майстерності створює довіру батьків і підвищує авторитет закладу у громаді [4, с. 176; 23, с. 508]. Підготовка педагогів до активного впливу на формування позитивного іміджу ЗДО повинна здійснюватися системно та інтегрованим методом у процесі професійної освіти [6, с. 200].

*Організаційна культура закладу* – включає традиції, цінності, стиль взаємодії в колективі та правила внутрішньої комунікації. Вона формує морально-психологічний клімат, впливає на мотивацію працівників та рівень їхньої залученості до спільної мети. Висока культура взаємин, відкритість до нових ідей і взаємоповага є запорукою ефективного управління і позитивного іміджу. Сильна організаційна культура створює сприятливу атмосферу для розвитку дітей і підвищує позитивне сприйняття ЗДО серед батьків та громади.

Організаційна культура забезпечує єдність стандартів взаємодії персоналу, що сприяє формуванню позитивного внутрішнього клімату та корпоративного стилю [8, с. 102]. Чіткі правила та стандарти комунікації дозволяють забезпечити узгодженість дій педагогів та керівництва, що безпосередньо впливає на сприйняття закладу зовнішніми стейкхолдерами. Інноваційні освітні технології включають використання інтерактивних, цифрових та мобільних інструментів навчання. Впровадження таких методів сприяє залученню дітей до активної освітньої діяльності, підвищенню зацікавленості батьків та модернізації іміджу закладу [47, с. 108; 40, с. 270].

**Матеріально-технічні ресурси** – охоплюють інфраструктуру, обладнання, навчальні та ігрові матеріали, які забезпечують комфортне та безпечне середовище для дітей. Сучасна матеріальна база сприяє формуванню позитивного враження про заклад [15, с. 156]. Відповідність умов навчання та виховання сучасним вимогам, комфортність середовища, наявність безпечних і розвивальних просторів підвищують привабливість закладу для батьків і дітей. Створення комфортного та естетично привабливого середовища є вагомим елементом формування позитивного іміджу. Оновлення інтер'єру, оформлення навчальних просторів, розробка тематичних зон та забезпечення безпечного простору сприяють не лише емоційному благополуччю дітей, а й формуванню довіри батьків до закладу [27, с. 325]. Візуальні аспекти іміджу відображають турботу про дітей та професіоналізм педагогічного колективу.

**Відкритість комунікацій та зв'язків із громадськістю** – передбачає взаємодію з батьками, місцевою громадою та органами влади, прозорість у процесах та регулярне інформування про досягнення ЗДО. Активна комунікація підвищує довіру і формує позитивний імідж закладу [7, с. 29]. Системна комунікація з батьками, місцевими органами влади, громадськими організаціями, участь у соціальних та освітніх проєктах сприяють утвердженню довіри до закладу. Прозорість діяльності, активне інформування суспільства про досягнення та ініціативи створюють позитивний імідж у зовнішньому середовищі [5, с. 23]. Відкритість та прозорість комунікацій формують довіру

та підвищують впізнаваність ЗДО [25, с. 124; 26, с. 373]. Візуальне та просторове оформлення створює естетично привабливе та комфортне середовище для дітей та батьків, що є невід'ємною складовою позитивного сприйняття закладу [49, с. 1515; 50, с. 5]. Взаємодія з батьками включає консультації, відкриті заняття, збори та інтерактивні сесії, що забезпечує формування довіри та партнерських стосунків із сім'ями вихованців [15, с. 152; 19, с. 20].

**Формування «наблісіті»** – популяризація закладу через медіа, соціальні мережі та інші канали інформації, що дозволяє продемонструвати досягнення, заходи та активності ЗДО, підвищуючи його впізнаваність у громаді [15, с. 157]. PR-діяльність та зовнішні комунікації охоплюють проведення відкритих заходів, публікацій та оновлення інформації на офіційному сайті закладу.

Процес формування позитивного іміджу ЗДО є системним та багаторівневим. Він передбачає послідовне виконання етапів, починаючи від оцінки поточного стану іміджу та планування стратегії до реалізації конкретних заходів, моніторингу ефективності та підтримки досягнутих результатів. Етапна структура дозволяє організувати діяльність закладу таким чином, щоб кожний компонент іміджу був розвинутий системно і узгоджено (табл. 1.2) [10, с. 92; 14, с. 63].

**Таблиця 1.2.**

**Етапи формування позитивного іміджу ЗДО (побудовано на основі [10, с. 92; 14, с. 63])**

<b>№</b>	<b>Етап</b>	<b>Основні завдання</b>	<b>Методи та інструменти</b>	<b>Очікуваний результат</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Аналіз поточного іміджу	Оцінка внутрішнього та зовнішнього сприйняття закладу	Опитування батьків та педагогів, SWOT-аналіз	Визначення сильних і слабких сторін закладу
2	Планування стратегії іміджу	Визначення цілей і пріоритетів формування	Розробка плану PR-активностей та освітніх	Чітка стратегія підвищення привабливості ЗДО

		позитивного іміджу	інновацій	
3	Реалізація заходів	Впровадження педагогічних, організаційних та PR-ініціатив	Підвищення кваліфікації педагогів, проведення відкритих заходів, модернізація простору	Позитивні зміни у сприйнятті закладу батьками та громадськістю
4	Моніторинг та оцінка ефективності	Оцінка результатів реалізованих заходів	Збір зворотного зв'язку, аналіз відгуків та статистики	Коригування стратегії та підвищення ефективності іміджу
5	Підтримка та вдосконалення	Системне удосконалення іміджу та підтримка досягнутого рівня	Постійне підвищення кваліфікації, використання нових технологій, комунікаційна робота	Стабільний позитивний імідж та підвищення конкурентоспроможності закладу

Аналіз поточного іміджу полягає у вивченні сприйняття закладу як всередині колективу, так і зовнішніми стейкхолдерами. Використання опитувань, анкетування батьків та SWOT-аналізу дозволяє виявити сильні та слабкі сторони закладу [16, с. 182; 20]. Планування стратегії іміджу включає визначення цілей та пріоритетів формування позитивного іміджу, а також розробку конкретного плану PR-активностей та педагогічних інновацій [14, с. 65; 24]. Реалізація заходів передбачає впровадження педагогічних, організаційних та PR-ініціатив: підвищення кваліфікації педагогів, проведення відкритих заходів та модернізацію просторового середовища [25, с. 126; 47, с. 110]. Моніторинг та оцінка ефективності здійснюється шляхом збору зворотного зв'язку, аналізу відгуків батьків і статистичних даних. Це дозволяє коригувати стратегію та підвищувати ефективність іміджевих заходів [10, с. 93; 18, с. 69]. Підтримка та вдосконалення передбачає системне удосконалення іміджу закладу та підтримку досягнутого рівня через постійне підвищення

кваліфікації педагогів, впровадження нових технологій та активну комунікаційну роботу [6, с. 210; 24].

Формування позитивного іміджу безпосередньо пов'язане з професійною підготовкою педагогів. Підвищення кваліфікації через участь у майстер-класах, тренінгах, конференціях та освітніх програмах забезпечує розвиток комунікативних та організаційних навичок, що відображається на загальному сприйнятті колективу [7, с. 28]. Для педагогічної практики це означає системне впровадження програм професійного розвитку, що підвищує рівень довіри з боку батьків і громади. Використання інтерактивних і цифрових методів навчання, таких як електронні платформи, мультимедійні матеріали та інтерактивні заняття, дозволяє модернізувати освітнє середовище та підвищити рівень залучення дітей і батьків [37, с. 258]. Застосування таких технологій демонструє відкритість закладу до інновацій та сприяє створенню сучасного, конкурентоспроможного іміджу.

Отже, формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є комплексним процесом, що включає взаємопов'язані компоненти та послідовні етапи реалізації. Основні складові іміджу – професійна компетентність педагогів, організаційна культура, інноваційні освітні технології, PR-діяльність, візуальне та просторове оформлення, а також взаємодія з батьками – визначають не лише репутацію закладу, але й рівень довіри та зацікавленості з боку батьків і громадськості. Поетапна реалізація процесу формування іміджу – від аналізу поточного стану до підтримки та вдосконалення – дозволяє системно розвивати всі компоненти, коригувати стратегію та забезпечувати стабільний позитивний образ закладу, що підвищує його конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг.

## Висновки до першого розділу

Розвиток іміджу закладу дошкільної освіти є складним і багатограним процесом, що поєднує педагогічні, організаційні, соціально-психологічні та комунікаційні аспекти. Імідж виступає не лише відображенням якості освітніх послуг, а й стратегічним ресурсом управління, який формує довіру, підвищує престиж та конкурентоспроможність закладу. Позитивний імідж ЗДО забезпечується високим рівнем професіоналізму педагогів, сучасною матеріально-технічною базою, ефективною взаємодією з батьками та громадою, а також системною комунікаційною діяльністю. Таким чином, формування позитивного іміджу є невід'ємною складовою успішного розвитку закладу дошкільної освіти, що визначає його репутацію, стабільність і соціальну значущість у суспільстві.

Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є цілеспрямованим і багатокomпонентним процесом, який охоплює професійну компетентність педагогів, ефективне керівництво, організаційну культуру, якість освітніх послуг, інноваційні технології, комунікацію з громадськістю та візуально-просторове середовище. Кожен із цих елементів формує довіру, престиж і впізнаваність закладу, що, у свою чергу, підвищує його конкурентоспроможність на освітньому ринку. Успішне формування позитивного іміджу ЗДО передбачає системність дій, стратегічне управління, постійний моніторинг результатів і вдосконалення усіх аспектів діяльності, що забезпечує сталий розвиток закладу та високий рівень задоволеності батьків і громади.

## РОЗДІЛ 2. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

### 2.1. Використання елементів PR-діяльності у формуванні позитивного іміджу закладу дошкільної освіти

У сучасних умовах розвитку освітньої сфери формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти (ЗДО) стає одним із ключових чинників його успішної діяльності. Підвищена конкуренція серед освітніх установ, зростання вимог батьків до якості освітніх послуг та активне використання цифрових і комунікаційних технологій створюють потребу у системній PR-діяльності (табл. 2.1).

**Таблиця 2.1.**

#### Типи PR-діяльності у закладі дошкільної освіти (побудовано на основі [33])

<b>Тип PR-діяльності</b>	<b>Мета використання</b>	<b>Особливості реалізації</b>	<b>Очікуваний ефект</b>
Внутрішній PR	Підвищення мотивації та задоволеності персоналу	Тренінги для вихователів, корпоративні заходи, внутрішні інформаційні бюлетені	Покращення професійної атмосфери, підвищення якості обслуговування дітей
Зовнішній PR	Формування позитивного іміджу серед батьків та громади	Соцмережі, сайти закладу, прес-релізи, участь у міських заходах	Підвищення довіри батьків, залучення нових відвідувачів
Медіа PR	Підвищення впізнаваності закладу	Інтерв'ю у місцевих ЗМІ, відео-ролики про роботу закладу	Зростання популярності, формування позитивного громадського образу
Подієвий PR	Створення позитивного враження через події	Святкові заходи, дні відкритих дверей, конкурси для дітей	Активізація взаємодії з батьками, формування позитивних асоціацій

PR (public relations) у закладах дошкільної освіти спрямований на забезпечення відкритості, прозорості, формування довіри та лояльності батьків,

а також на підтримку мотивації та професійного розвитку персоналу. Використання елементів PR-діяльності у ЗДО включає різноманітні напрямки, серед яких внутрішній PR, зовнішній PR, медіа PR та подієвий PR. Кожен із цих напрямів має власну специфіку реалізації та спрямований на досягнення певних ефектів, що у комплексі формують позитивний громадський образ закладу та підвищують його конкурентоспроможність.

Внутрішній PR орієнтований на створення комфортного робочого середовища, підвищення мотивації та задоволеності персоналу. Практичними інструментами реалізації внутрішнього PR є тренінги для вихователів, корпоративні заходи, внутрішні інформаційні бюлетені. Ефективне впровадження цих заходів сприяє покращенню професійної атмосфери, підвищенню якості обслуговування дітей та зміцненню колективної культури закладу. Зовнішній PR спрямований на формування позитивного іміджу серед батьків та громади. Основними інструментами є соціальні мережі, офіційні сайти закладу, прес-релізи та участь у міських заходах. Впровадження зовнішнього PR дозволяє підвищити рівень довіри батьків, залучити нових відвідувачів та забезпечити відкритість діяльності закладу для громади.

Медіа PR забезпечує підвищення впізнаваності закладу у регіоні та серед цільової аудиторії. До практичних заходів відносять інтерв'ю у місцевих ЗМІ, публікацію відео-роликів про роботу закладу та участь у телевізійних чи онлайн-проектах. Ефективне використання медіа PR сприяє формуванню позитивного громадського образу та популяризації закладу серед широкого загалу. Подієвий PR реалізується через організацію святкових заходів, днів відкритих дверей, конкурсів та інших інтерактивних подій для дітей та батьків. Такі заходи дозволяють активізувати взаємодію з батьками, формувати позитивні асоціації та зміцнювати емоційний зв'язок між закладом і громадою.

Таким чином, інтегроване використання всіх типів PR-діяльності забезпечує комплексне формування позитивного іміджу ЗДО, підвищує рівень довіри батьків та громади, сприяє розвитку професійного потенціалу персоналу та створює сприятливу репутацію закладу в освітньому середовищі.

Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти (ЗДО) є важливим аспектом ефективного управління сучасним освітнім простором. У сучасних умовах підвищеної конкуренції та високих очікувань батьків імідж закладу впливає на рівень довіри, мотивацію відвідувачів та партнерів, а також на загальне сприйняття освітньої установи у громаді. Одним із найефективніших засобів формування позитивного іміджу є застосування різноманітних методів і стратегій PR-діяльності, які забезпечують комплексний підхід до комунікацій із внутрішньою та зовнішньою аудиторією закладу.

У табл. 2.2 наведено основні методи формування позитивного іміджу ЗДО, що класифіковані за напрямками PR: інформаційний, репутаційний, соціальний та креативний. Кожен напрям має свої особливості, інструменти та конкретні приклади застосування, що дозволяє системно організувати PR-діяльність та забезпечити ефективне сприйняття закладу громадою.

Таблиця 2.2.

**Методи формування позитивного іміджу ЗДО**  
(побудовано на основі [33])

<b>Напрямок PR</b>	<b>Інструменти</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Приклади</b>
Інформаційний	Сайт, сторінки у соцмережах, інформаційні буклети	Регулярне інформування батьків про події та досягнення	Публікації про досягнення дітей, анонси заходів
Репутаційний	Партнерство з громадами, відгуки батьків	Формування довіри через зовнішні джерела	Публікації відгуків на сайті, рекомендації у соцмережах
Соціальний	Благодійні ініціативи, участь у громадських проектах	Підтримка соціальних цінностей, формування позитивного іміджу	Організація свят для дітей з малозабезпечених родин
Креативний	Інноваційні освітні проекти, творчі активності	Відображає унікальність закладу	STEM-проекти, театральні вистави, екологічні акції

Інформаційний напрям PR передбачає регулярне інформування батьків та громади про події, досягнення та новини закладу. Основними інструментами є сайт закладу, сторінки у соціальних мережах та інформаційні буклети. Використання цього напрямку забезпечує оперативне донесення інформації та підтримку прозорості діяльності. Практичними прикладами є публікації про досягнення дітей, анонси майбутніх заходів та регулярні новини у соцмережах, що формують у батьків відчуття відкритості та професійності закладу.

Репутаційний напрям PR орієнтований на формування довіри через зовнішні джерела та позитивні відгуки. Інструментами виступають партнерства з громадами, рекомендації та відгуки батьків, публікації у медіа та на офіційних платформах закладу. Реалізація цього напрямку сприяє підвищенню довіри до закладу, зміцненню його позицій у громаді та залученню нових відвідувачів. Прикладами є розміщення відгуків батьків на сайті та у соціальних мережах, а також публікації рекомендацій партнерських організацій.

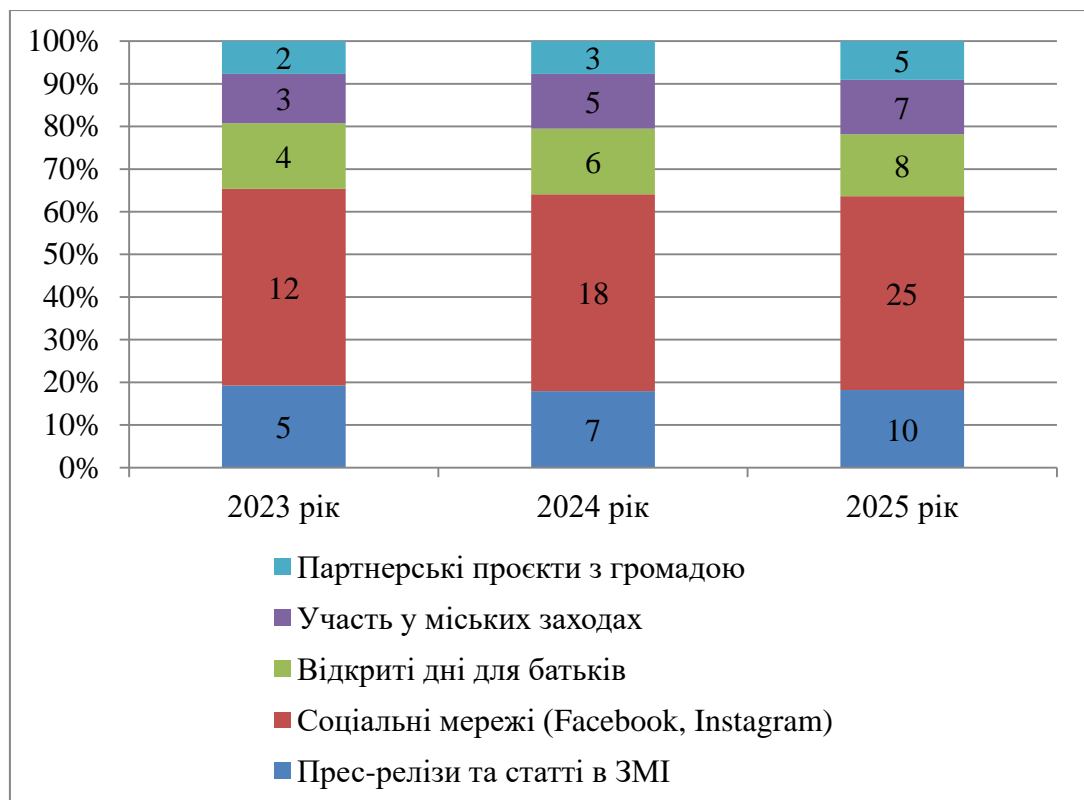
Соціальний напрям PR передбачає активну участь закладу у соціально значущих проєктах та благодійних ініціативах. Інструментами є організація свят для дітей з малозабезпечених сімей, участь у громадських проєктах та підтримка соціальних цінностей. Така діяльність дозволяє підкреслити соціальну відповідальність закладу, сформувати позитивну репутацію та підвищувати лояльність громади.

Креативний напрям PR спрямований на демонстрацію унікальності та інноваційності закладу. До інструментів відносяться реалізація інноваційних освітніх проєктів, творчих активностей та освітніх ініціатив, що відображають індивідуальність закладу. Прикладами є STEM-проєкти, театральні вистави, екологічні акції та інші творчі заходи, які формують позитивні асоціації, стимулюють інтерес батьків та підкреслюють конкурентні переваги закладу.

Застосування комплексного підходу з використанням усіх напрямів PR-діяльності дозволяє створити цілісну систему вироблення позитивного іміджу ЗДО, підвищити рівень довіри та залученості батьків, зміцнити репутацію

закладу в громаді та забезпечити його конкурентоспроможність на сучасному ринку освітніх послуг.

Формування позитивного іміджу ЗДО є важливою складовою його ефективної діяльності та репутації серед батьків і громади. В умовах сучасного інформаційного середовища активне використання PR-інструментів дозволяє забезпечити відкритість, підвищити довіру батьків та сприяти залученню громади до освітнього процесу. Основні PR-інструменти включають прес-релізи та публікації у ЗМІ, соціальні мережі, організацію відкритих днів для батьків, участь у міських заходах та партнерські проекти з громадою. Аналіз динаміки їх використання за 2023-2025 рр. надає можливість оцінити ефективність комунікаційної стратегії закладу. Рис. 2.1 демонструє кількісну динаміку застосування основних PR-інструментів у ЗДО м. Бориспіль, що є показником активності закладу у сфері комунікацій та формування іміджу.



*Рис. 2.1. Особливості використання основних PR-інструментів у ЗДО м. Бориспіль, 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])*

Прес-релізи та статті в ЗМІ є традиційним інструментом зовнішнього PR, що дозволяє інформувати громаду про події, досягнення та важливі ініціативи закладу. Зростання кількості публікацій із 5 у 2023 році до 10 у 2025 році свідчить про посилення уваги ЗДО до медіа-присутності та активного поширення інформації у зовнішньому середовищі.

Соціальні мережі (Facebook, Instagram) стають ключовим каналом оперативної комунікації з батьками та громадою. Збільшення кількості публікацій із 12 у 2023 році до 25 у 2025 році відображає високий рівень інтеграції цифрових платформ у комунікаційну стратегію та сприяє підвищенню впізнаваності закладу.

Відкриті дні для батьків дозволяють родинам безпосередньо ознайомитися з освітнім процесом, умовами перебування дітей та роботою педагогічного колективу. Збільшення кількості заходів із 4 у 2023 році до 8 у 2025 році свідчить про прагнення закладу підвищувати рівень відкритості та взаємодії з батьками.

Участь у міських заходах забезпечує презентацію закладу перед широкою громадськістю та зміцнення зв'язків із місцевою спільнотою. Динаміка зростання участі з 3 у 2023 році до 7 у 2025 році відображає системне підвищення зовнішньої активності ЗДО та формування позитивного громадського іміджу.

Партнерські проекти з громадою спрямовані на розвиток співпраці з місцевими організаціями та підприємцями. Збільшення кількості проектів із 2 у 2023 році до 5 у 2025 році демонструє активну реалізацію стратегії залучення партнерів та підвищення соціальної відповідальності закладу.

Таким чином, аналіз рис. 2.1 свідчить, що системне використання основних PR-інструментів у ЗДО №1 м. Бориспіль забезпечує ефективне формування позитивного іміджу, підвищує довіру батьків та активізує взаємодію з громадою, що є важливим чинником розвитку сучасного освітнього середовища.

Оцінка ефективності PR-діяльності є важливою складовою управління закладом дошкільної освіти, оскільки дозволяє визначити вплив комунікаційних стратегій на сприйняття закладу батьками та громадою. У сучасних умовах підвищеної уваги до якості освітніх послуг, активного використання цифрових та традиційних каналів комунікації, а також значення довіри та лояльності батьків, системна оцінка ефективності PR стає необхідною для формування позитивного іміджу ЗДО. Рис. 2.2 демонструє результати оцінки ефективності основних напрямів PR-діяльності серед батьків ЗДО №1 м. Бориспіль за 2023-2025 роки. Дослідження здійснювалось шляхом опитування батьків, що дозволяє кількісно визначити рівень задоволеності окремими аспектами PR-діяльності, а також виявити динаміку змін у сприйнятті закладу протягом трьох років.

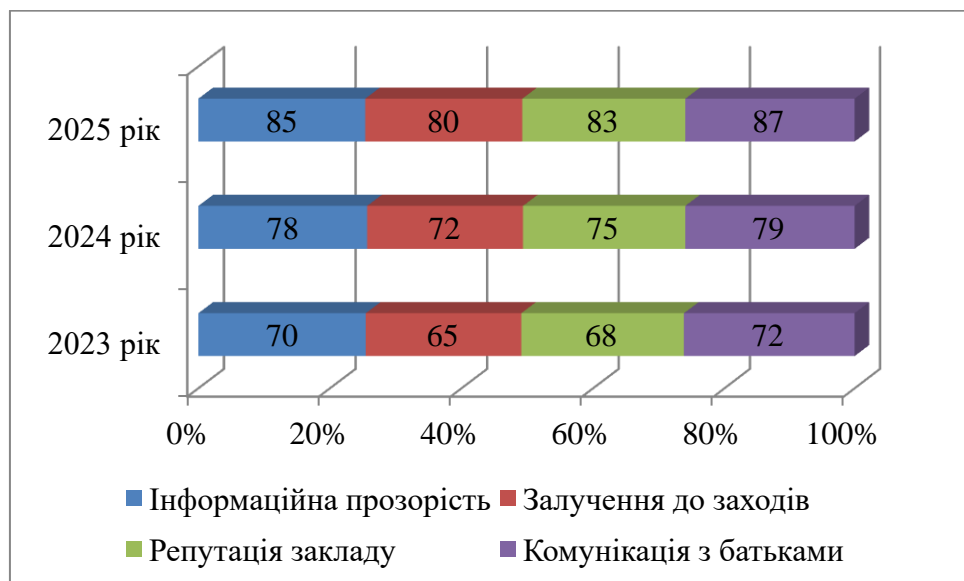


Рис. 2.2. Оцінка ефективності PR-діяльності серед батьків, % задоволеності, 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])

Інформаційна прозорість є ключовим показником, що відображає наскільки ефективно заклад надає батькам повну та своєчасну інформацію про події, навчальний процес та досягнення дітей. Зростання рівня задоволеності батьків із 70 % у 2023 році до 85 % у 2025 році свідчить про підвищення якості комунікаційних каналів та регулярність інформування.

Залучення до заходів відображає ефективність інтеграції батьків у життя закладу через участь у відкритих днях, святкових заходах та творчих активностях. Позитивна динаміка з 65 % у 2023 році до 80 % у 2025 році свідчить про успішну організацію заходів та активізацію взаємодії з родинами.

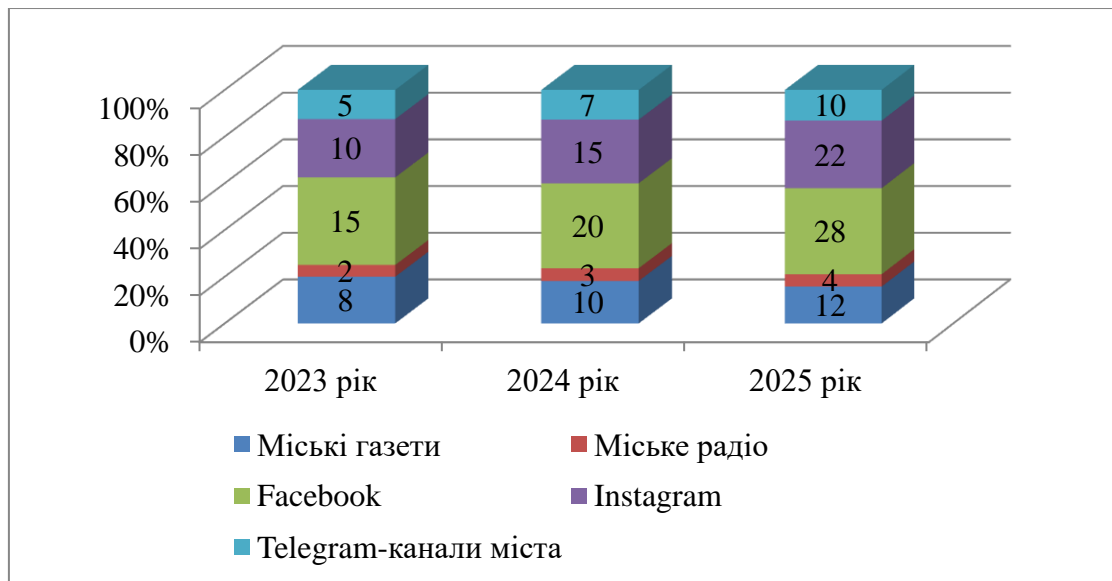
Репутація закладу оцінюється шляхом сприйняття закладу у громаді та серед батьків як надійного та професійного освітнього середовища. Зростання показника з 68 % у 2023 році до 83 % у 2025 році демонструє посилення довіри до закладу та ефективність репутаційних PR-інструментів, включаючи публікації у ЗМІ та партнерські проєкти.

Комунікація з батьками відображає безпосередню взаємодію педагогів і адміністрації з родинами через онлайн-канали, особисті зустрічі та консультації. Збільшення задоволеності з 72 % у 2023 році до 87 % у 2025 році свідчить про зростання якості комунікації, оперативність реагування на запити батьків та ефективність використання PR-інструментів для встановлення довірливих відносин.

Результати оцінки ефективності PR-діяльності демонструють позитивну тенденцію у формуванні іміджу Бориспільський заклад дошкільної освіти №1, м. Бориспіль. Послідовне застосування інструментів інформаційного, репутаційного та подієвого PR сприяє підвищенню рівня довіри батьків, зміцненню репутації закладу та формуванню позитивного сприйняття серед громади.

У сучасних умовах формування позитивного іміджу ЗДО значну роль відіграють медіа-комунікації та активна присутність у соціальних мережах. Публікації та згадки у ЗМІ виступають важливим інструментом зовнішнього PR, що дозволяє підвищувати впізнаваність закладу, формувати його позитивний образ серед батьків та громади, а також зміцнювати репутацію освітньої установи. Рис. 2.3 відображає динаміку кількості публікацій та згадок про Бориспільський заклад дошкільної освіти №1 м. Бориспіль у місцевих ЗМІ та на популярних платформах соціальних мереж за 2023-2025 роки. Аналіз цієї динаміки дозволяє оцінити активність закладу у медіапросторі та ефективність

використання сучасних каналів комунікації для вироблення позитивної репутації.



*Рис. 2.3. Динаміка кількості публікацій та згадок закладу у місцевих ЗМІ та соціальних мережах, 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])*

Публікації у міських газетах демонструють стабільне зростання від 8 у 2023 році до 12 у 2025 році, що свідчить про постійне інформування громадськості про події та досягнення закладу. Подібна тенденція спостерігається і у міському радіо, де кількість згадок збільшилась із 2 у 2023 році до 4 у 2025 році. Активність закладу у соціальних мережах є ще більш помітною. На платформі Facebook кількість публікацій зростає з 15 у 2023 році до 28 у 2025 році, а в Instagram – з 10 до 22. Це свідчить про ефективне використання сучасних цифрових каналів для взаємодії з батьками та громадою, що дозволяє оперативно інформувати про заходи, досягнення дітей та інноваційні освітні проєкти. Також зростає роль Telegram-каналів міста, кількість публікацій у яких збільшилась із 5 у 2023 році до 10 у 2025 році. Цей канал забезпечує швидке поширення інформації серед батьків та зацікавлених осіб, сприяє підвищенню впізнаваності закладу та формує його позитивний громадський образ. Загалом, динаміка публікацій та згадок у ЗМІ та соціальних мережах демонструє активне використання Бориспільським закладом дошкільної освіти №1 медіа-комунікацій як ефективного інструменту

зовнішнього PR. Зростання кількості матеріалів відображає послідовність стратегії закладу щодо формування позитивного іміджу та підвищення рівня довіри батьків і громади.

Взаємодія закладу дошкільної освіти з громадою та партнерами є важливою складовою забезпечення його позитивної репутації. Системна організація різноманітних заходів дозволяє не лише залучати батьків і громаду до освітнього процесу, а й демонструвати соціальну відповідальність закладу, зміцнювати партнерські зв'язки та підвищувати рівень довіри до установи. У сучасних умовах активне використання подієвого PR є ефективним інструментом підвищення впізнаваності ЗДО, залучення нових відвідувачів та зміцнення репутації серед громади. Рис. 2.4 ілюструє динаміку організації заходів для громади та партнерів ЗДО м. Бориспіль за 2023-2025 рр. Аналіз даних дозволяє оцінити активність закладу у соціальній та партнерській взаємодії, а також ефективність реалізації подієвого PR для формування позитивного іміджу.

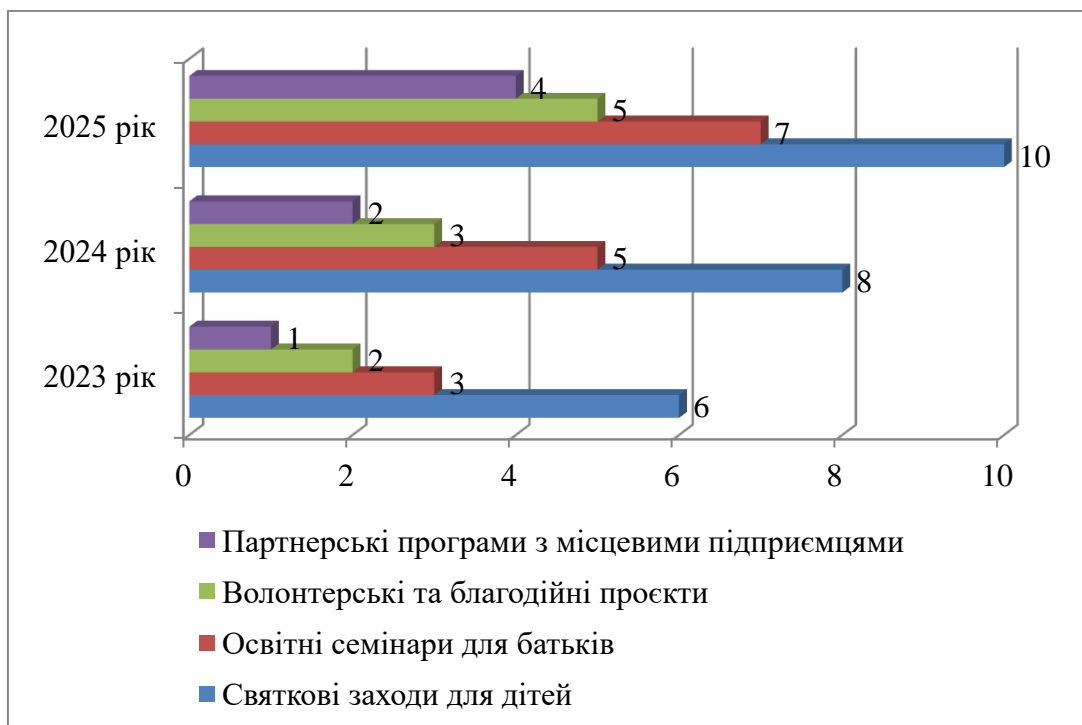


Рис. 2.4. Організація заходів для громади та партнерів, 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])

Святкові заходи для дітей є традиційним і ефективним інструментом подієвого PR, який дозволяє залучати батьків і дітей до активностей закладу, створювати позитивну атмосферу та зміцнювати емоційний зв'язок із громадою. Зростання кількості таких заходів з 6 у 2023 році до 10 у 2025 році свідчить про активне планування та організацію святкових подій, що підвищує рівень задоволеності батьків та формує позитивні асоціації з закладом. Освітні семінари для батьків спрямовані на підвищення компетентності родин у питаннях виховання та розвитку дітей, а також на активізацію взаємодії з закладом. Збільшення кількості семінарів із 3 у 2023 році до 7 у 2025 році відображає прагнення ЗДО забезпечити відкритість, доступність інформації та підтримку освітнього процесу. Волонтерські та благодійні проєкти демонструють соціальну відповідальність закладу та формують позитивний імідж серед громади. Динаміка збільшення кількості проєктів із 2 у 2023 році до 5 у 2025 році свідчить про системне впровадження соціально значущих ініціатив, що сприяє зміцненню довіри та підвищенню репутації ЗДО. Партнерські програми з місцевими підприємцями спрямовані на налагодження взаємодії з бізнес-середовищем та розвиток спільних проєктів. Зростання кількості таких програм із 1 у 2023 році до 4 у 2025 році відображає активне нарощування партнерських зв'язків та створення умов для реалізації інноваційних ініціатив закладу. Таким чином, результати аналізу рис. 2.4 свідчать про системну організацію заходів для громади та партнерів, що є значним чинником формування позитивного іміджу Бориспільського закладу дошкільної освіти №1. Активне впровадження подієвого PR забезпечує зміцнення репутації закладу, підвищує рівень довіри батьків та стимулює залучення громади до освітнього процесу.

Отже, системне використання елементів PR-діяльності у закладі дозволяє комплексно формувати його позитивний імідж, підвищувати рівень довіри батьків і залученість громади, зміцнювати партнерські зв'язки та стимулювати розвиток професійного потенціалу персоналу. Аналіз динаміки застосування різних PR-інструментів, включно з внутрішнім, зовнішнім, медіа- та подієвим PR, демонструє ефективність комунікаційних стратегій закладу, зростання

кількості публікацій у ЗМІ та соціальних мережах, активність у соціальних і благодійних проєктах, що у сукупності сприяє формуванню стабільного та привабливого громадського образу ЗДО.

## **2.2. Впровадження сучасних комунікаційних технологій – запорука формування іміджу закладу дошкільної освіти**

У сучасному освітньому середовищі ефективне формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти неможливе без впровадження сучасних комунікаційних технологій. Анкетування було обрано як основний метод збору емпіричних даних з метою дослідження ефективності PR-діяльності та формування іміджу Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 Бориспільської міської ради Київської області. Основними респондентами дослідження стали батьки дітей, які відвідують заклад, а також педагогічний та адміністративний персонал. Вибірка включала 120 батьків та 25 працівників закладу, що забезпечило достатню репрезентативність для аналізу різних аспектів сприйняття інформаційної та комунікаційної політики закладу.

Анкетування проводилося протягом березня – квітня 2025 року. Для батьків було розроблено структуровану анкету, що містила 15 питань закритого типу щодо оцінки комунікаційних каналів, задоволеності наданими послугами та довіри до закладу. Для педагогів і адміністрації анкета включала 10 питань, спрямованих на оцінку внутрішніх комунікацій, ефективності PR-інструментів та рівня залученості персоналу у формування позитивного іміджу (додатки А-Б). Анкетування проводилося у змішаному форматі: частина респондентів заповнювала паперові анкети під час батьківських зборів, а частина отримала доступ до електронної форми через офіційний сайт закладу та месенджери. Такий підхід забезпечив максимальне охоплення респондентів та мінімізував ймовірність упередженості вибірки. Зібрані дані були оброблені за допомогою методів статистичного аналізу, що дозволило визначити рівень задоволеності батьків, ефективність інформаційної політики закладу та проблемні аспекти

внутрішніх та зовнішніх PR-комунікацій. Отримані результати стали основою для формулювання практичних рекомендацій щодо удосконалення PR-діяльності та підвищення позитивного іміджу закладу.

Цифрові інструменти дозволяють закладам підвищувати рівень відкритості, забезпечувати ефективну взаємодію з батьками та громадою, а також оперативно інформувати про досягнення та події. Інтеграція таких технологій у комунікаційні стратегії сприяє формуванню довіри, підвищенню репутації та активізації партнерських взаємин. Рис. 2.5 ілюструє організацію заходів для громади та партнерів Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 м. Бориспіль у 2023-2025 рр., що реалізуються із застосуванням сучасних комунікаційних каналів. Аналіз динаміки цих заходів дозволяє оцінити ефективність комунікаційних стратегій, спрямованих на зміцнення іміджу закладу та залучення цільової аудиторії.

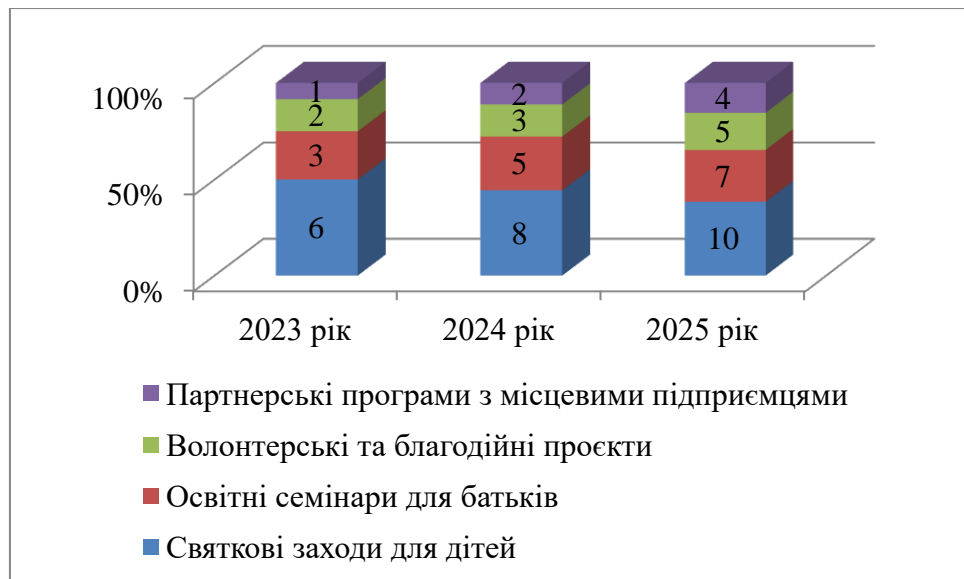


Рис. 2.5. Організація заходів для громади та партнерів, 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])

Святкові заходи для дітей залишаються ключовим елементом подієвого PR, який одночасно забезпечує емоційне залучення батьків та дітей. Використання соціальних мереж і цифрових платформ для анонсів та висвітлення святкових подій дозволяє збільшувати охоплення аудиторії.

Зростання кількості таких заходів із 6 у 2023 році до 10 у 2025 році свідчить про активне планування та інтеграцію сучасних комунікаційних технологій у практику закладу.

Освітні семінари для батьків спрямовані на підвищення компетентності родин у питаннях виховання та розвитку дітей. Використання онлайн-платформ, відеоконференцій та цифрових розсилок дозволяє охопити ширшу аудиторію та зробити навчальні заходи більш доступними. Динаміка збільшення семінарів із 3 у 2023 році до 7 у 2025 році підтверджує ефективність цього підходу.

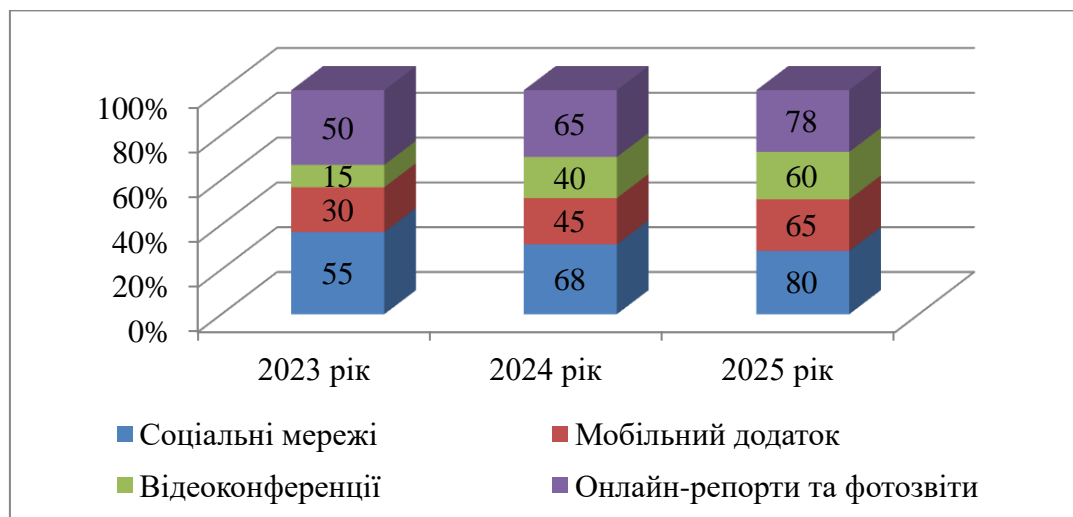
Волонтерські та благодійні проекти демонструють соціальну відповідальність закладу та формують позитивний імідж у громаді. Інформаційне висвітлення таких ініціатив у соцмережах і на сайті ЗДО дозволяє підвищити їх видимість та залучити партнерів. Кількість проєктів зросла з 2 у 2023 році до 5 у 2025 році, що свідчить про системне впровадження соціально значущих активностей.

Партнерські програми з місцевими підприємцями сприяють розвитку спільних ініціатив та підвищенню ресурсної бази закладу. Використання комунікаційних платформ для обговорення та координації партнерських проєктів дозволяє підвищити ефективність взаємодії. Зростання кількості програм із 1 у 2023 році до 4 у 2025 році демонструє активну інтеграцію сучасних комунікаційних технологій у партнерську діяльність.

Впровадження сучасних комунікаційних технологій є ключовим фактором підвищення ефективності організації заходів для громади та партнерів, що безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 м. Бориспіль, підвищення довіри батьків та активізацію взаємодії з громадою.

Сучасні комунікаційні технології відіграють ключову роль у формуванні іміджу закладів дошкільної освіти, оскільки забезпечують ефективну взаємодію з батьками та громадою. Активне використання цифрових каналів дозволяє підвищити рівень інформаційної прозорості, оперативність інформування про

події та досягнення дітей, а також залучення родин до освітнього процесу. У зв'язку з цим, оцінка частки батьків, які користуються сучасними комунікаційними технологіями ЗДО, є важливим індикатором ефективності впровадження цифрових інструментів у практику закладу. Рис. 2.6 ілюструє динаміку використання різних цифрових технологій серед батьків Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 м. Бориспіль у 2023-2025 рр. Аналіз цих даних дозволяє оцінити рівень охоплення батьків сучасними каналами комунікації та визначити тенденції зростання цифрової взаємодії між закладом та родинами.



*Рис. 2.6. Частка батьків, які користуються цифровими комунікаційними технологіями ЗДО, %, 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])*

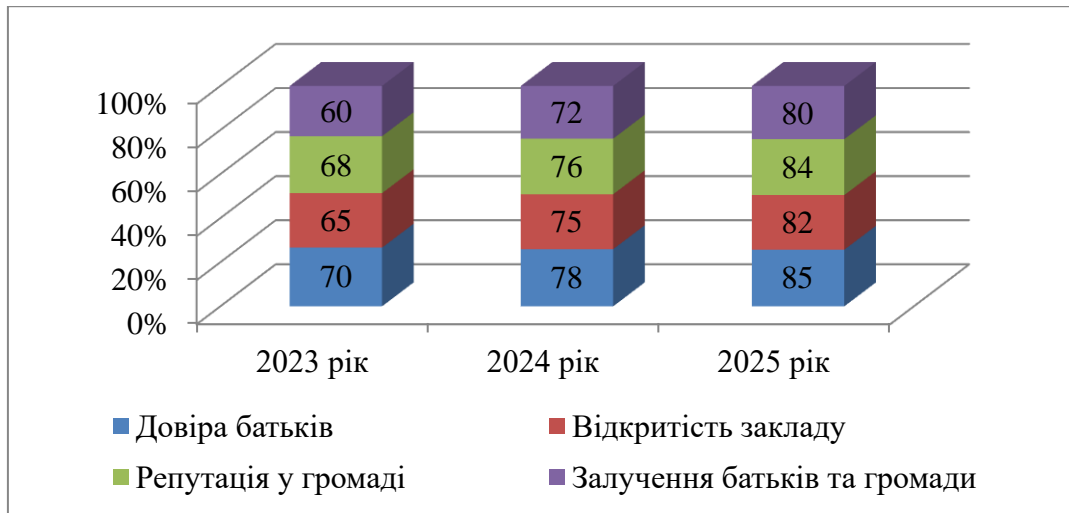
Соціальні мережі вважаються найпопулярнішими серед інших каналів комунікації, що дозволяє оперативно інформувати батьків про новини, події та досягнення дітей. Частка батьків, які користуються цим каналом, зросла з 55 % у 2023 році до 80 % у 2025 році, що свідчить про високий рівень адаптації родин до цифрових інструментів і ефективність використання соцмереж для комунікації.

Мобільний додаток Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 дозволяє батькам отримувати сповіщення, вести облік відвідуваності, переглядати меню та брати участь у внутрішніх опитуваннях. Зростання

користувачів із 30 % у 2023 році до 65 % у 2025 році підтверджує ефективність інтеграції мобільних технологій у практику закладу та підвищення доступності інформації для родин.

Відеоконференції використовуються для дистанційних зустрічей, консультацій та семінарів для батьків. Значне збільшення частки користувачів із 15 % у 2023 році до 60 % у 2025 році демонструє зростання ролі інтерактивних комунікацій та їх важливість для налагодження безпосередньої взаємодії між педагогами та родинами. Онлайн-репорти та фотозвіти дають змогу батькам відстежувати активності дітей, участь у святкових заходах та освітніх проєктах. Підвищення охоплення від 50 % у 2023 році до 78 % у 2025 році відображає успішність впровадження візуальних і цифрових каналів інформування для формування прозорості та відкритої комунікації. Варто відзначити, що впровадження сучасних комунікаційних технологій у діяльність ЗДО м. Бориспіль суттєво підвищує рівень залучення батьків до освітнього процесу, сприяє зміцненню довіри та формуванню позитивного іміджу закладу в громаді.

Впровадження сучасних комунікаційних технологій у закладах дошкільної освіти є ключовим чинником формування позитивного іміджу та підвищення рівня довіри серед батьків і громади. Цифрові інструменти, включно з соціальними мережами, мобільними додатками, онлайн-репортами та відеоконференціями, забезпечують оперативну комунікацію, відкритість діяльності закладу та активну взаємодію з батьками. Експертна оцінка впливу таких технологій дозволяє визначити ефективність їх використання та ступінь формування позитивного іміджу ЗДО. Рис. 2.7 ілюструє результати оцінки впливу сучасних комунікаційних технологій на основні показники іміджу Бориспільського закладу дошкільної освіти №1. м. Бориспіль у 2023-2025 рр., включаючи довіру батьків, відкритість закладу, репутацію у громаді та рівень залучення батьків і громади.



*Рис. 2.7. Вплив сучасних комунікаційних технологій на формування іміджу ЗДО (оцінка експертів), 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])*

Довіра батьків є одним із ключових показників ефективності комунікаційних технологій у ЗДО. Зростання рівня довіри з 70 % у 2023 році до 85 % у 2025 році свідчить про успішність впровадження цифрових інструментів, які забезпечують своєчасне інформування, прозорість та відкритість освітнього процесу.

Відкритість закладу оцінює, наскільки ефективно ЗДО демонструє свою діяльність громаді та батькам через онлайн-канали та цифрові платформи. Підвищення показника з 65 % у 2023 році до 82 % у 2025 році відображає активне використання сучасних технологій для донесення інформації, організації онлайн-заходів та публікацій у соціальних мережах.

Репутація у громаді визначає сприйняття закладу як надійного, відповідального та інноваційного освітнього середовища. Збільшення оцінки з 68 % у 2023 році до 84 % у 2025 році демонструє позитивний ефект цифрових комунікацій на зміцнення авторитету закладу та його видимості у міській громаді.

Залучення батьків та громади відображає активність родин у заходах закладу, участь у семінарах, святкових подіях та партнерських програмах. Зростання показника з 60 % у 2023 році до 80 % у 2025 році свідчить про ефективність інтеграції сучасних комунікаційних технологій у стратегію

залучення аудиторії та формування відкритого іміджу. Варто відзначити, що сучасні комунікаційні технології є важливим інструментом підвищення довіри, відкритості, репутації та залученості батьків і громади, що безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу ЗДО м. Бориспіль.

Впровадження сучасних комунікаційних технологій у закладах дошкільної освіти сприяє підвищенню прозорості діяльності, активізації взаємодії з батьками та формуванню позитивного іміджу закладу. Цифрові інструменти дозволяють ефективно інформувати родини про освітні процеси, досягнення дітей та події, що відбуваються у закладі, а також забезпечують можливість дистанційного залучення батьків до освітнього процесу. Рис. 2.8 ілюструє динаміку кількості заходів із використанням сучасних комунікаційних технологій у Бориспільському закладі дошкільної освіти №1. м. Бориспіль за 2023-2025 рр. Аналіз цих даних дозволяє оцінити ефективність інтеграції цифрових каналів у практику закладу та визначити тенденції зростання цифрової активності.

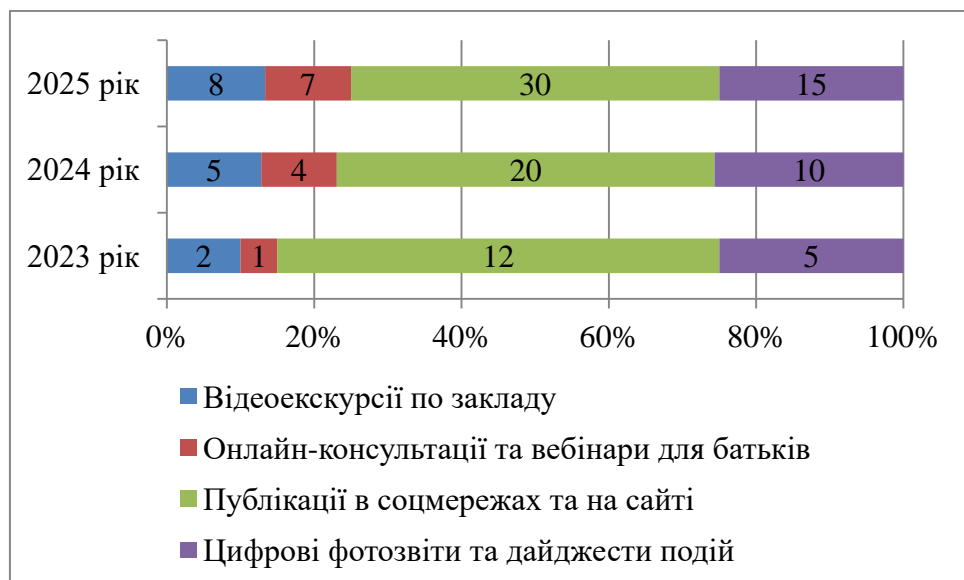


Рис. 2.8. Кількість проведених заходів із використанням сучасних комунікаційних технологій, 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])

Відеоекскурсії по закладу дозволяють батькам ознайомлюватися з умовами перебування дітей, освітнім простором та інфраструктурою

дистанційно. Зростання кількості таких екскурсій із 2 у 2023 році до 8 у 2025 році свідчить про активне використання візуальних цифрових технологій для формування довіри та позитивного враження про заклад.

Онлайн-консультації та вебінари для батьків забезпечують безпосередній контакт із педагогами та фахівцями ЗДО, підвищуючи рівень залученості родин у навчальний процес. Збільшення кількості таких заходів із 1 у 2023 році до 7 у 2025 році відображає ефективність інтерактивних комунікаційних платформ для організації освітніх та консультаційних сесій.

Публікації в соцмережах та на сайті закладу є ключовим інструментом цифрового PR, що дозволяє оперативно інформувати батьків про події, досягнення та інноваційні проекти. Зростання кількості публікацій із 12 у 2023 році до 30 у 2025 році демонструє активну стратегію комунікаційного просування та підвищення впізнаваності закладу.

Цифрові фотозвіти та дайджести подій дозволяють батькам відстежувати участь дітей у святкових заходах, навчальних проектах та інших активностях. Збільшення їх кількості з 5 у 2023 році до 15 у 2025 році свідчить про успішну інтеграцію візуальних комунікаційних інструментів у щоденну практику закладу, що сприяє формуванню відкритого та позитивного іміджу ЗДО. Варто відзначити, що системне використання сучасних комунікаційних технологій у закладі дошкільної освіти м. Бориспіль значно підвищує ефективність комунікацій з батьками, формує позитивний імідж та забезпечує прозорість і доступність освітнього процесу.

Для формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти важливо використовувати різноманітні інструменти, які сприяють підвищенню довіри батьків, розвитку персоналу та активному залученню громади. Формування позитивного іміджу ЗДО є комплексним процесом, що включає застосування різноманітних комунікаційних, організаційних та соціальних інструментів. Одним із основних напрямів є побудова відкритої комунікації з батьками та громадою. Системне інформування про діяльність закладу, освітні програми, досягнення дітей та проведені заходи дозволяє підвищити прозорість роботи

ЗДО та формує довіру з боку батьків. Використання сучасних комунікаційних каналів, таких як соціальні мережі, вебсайт закладу, мобільні додатки та онлайн-розсилки, забезпечує оперативний обмін інформацією і дозволяє охоплювати широку аудиторію.

Важливим інструментом є проведення подієвих та освітніх заходів. Святкові події для дітей, тематичні свята, майстер-класи та освітні семінари для батьків сприяють емоційному залученню родин та демонструють активну діяльність закладу. Такий підхід формує позитивне сприйняття ЗДО, зміцнює соціальні зв'язки та створює умови для партнерства з громадою. Особливо ефективним є використання цифрових технологій для висвітлення цих подій: фото- та відеозвіти, онлайн-трансляції та публікації у соціальних мережах дозволяють батькам отримувати інформацію навіть за умов дистанційної участі.

Соціально-орієнтовані ініціативи та волонтерські проекти також є ключовим інструментом формування позитивного іміджу. Залучення дітей і родин до благодійних акцій, екологічних проектів чи партнерських програм з місцевими підприємцями демонструє соціальну відповідальність закладу та його активну участь у житті громади. Висвітлення таких ініціатив у медіа та на цифрових платформах підсилює репутаційний ефект і сприяє залученню нових партнерів та ресурсів.

Не менш важливим є професійний розвиток педагогічного колективу та підвищення якості освітніх послуг. Розробка та впровадження сучасних освітніх методик, інтеграція інноваційних технологій у навчальний процес та постійне підвищення кваліфікації вихователів підвищують довіру батьків і стимулюють позитивні відгуки про заклад. Підтвердженням ефективності цього інструменту є високі рейтинги задоволеності батьків та активна участь родин у житті закладу.

Ключові інструменти формування позитивного іміджу ЗДО включають відкриту комунікацію з батьками та громадою, організацію подієвих та освітніх заходів, соціально-орієнтовані ініціативи та розвиток професійної

компетентності педагогів. Комплексне використання цих інструментів дозволяє підвищити рівень довіри, зміцнити репутацію закладу та забезпечити активну взаємодію з усіма стейкхолдерами. Використання різноманітних інструментів формування позитивного іміджу забезпечує комплексний підхід до розвитку закладу дошкільної освіти. Публічні заходи, професійний розвиток персоналу та ефективна комунікація з батьками й громадою дозволяють створити позитивний образ закладу, підвищити його авторитет і забезпечити стійку репутацію в суспільстві.

Отже, впровадження сучасних комунікаційних технологій у закладах дошкільної освіти є стратегічно важливим фактором формування позитивного іміджу та зміцнення довіри серед батьків і громади. Використання соціальних мереж, мобільних додатків, онлайн-консультацій, відеоеккурсій та цифрових фотозвітів забезпечує оперативну інформованість, підвищує прозорість діяльності закладу та активізує залучення родин до освітнього процесу. Аналіз динаміки застосування цих інструментів у ЗДО м. Бориспіль у 2023-2025 рр. свідчить про системне зростання цифрової взаємодії, ефективне планування заходів та інтеграцію сучасних комунікацій у практику закладу, що безпосередньо впливає на покращення репутації та авторитету освітнього середовища.

## Висновки до другого розділу

Використання різноманітних PR-інструментів у діяльності закладу дошкільної освіти забезпечує підвищення відкритості, прозорості та репутаційного статусу закладу, активізує комунікацію з батьками та громадою, а також сприяє популяризації освітніх досягнень і соціально значущих ініціатив. Зростання показників інформаційної прозорості, участі у заходах, медіа-присутності та партнерських проєктах протягом 2023-2025 рр. підтверджує, що комплексний підхід до PR-діяльності є ефективним засобом формування позитивного іміджу, зміцнення довіри та підвищення конкурентоспроможності ЗДО на сучасному ринку освітніх послуг.

Сучасні комунікаційні технології виступають ключовим інструментом формування відкритого та позитивного іміджу закладів дошкільної освіти, оскільки вони дозволяють ефективно взаємодіяти з батьками та громадою, підвищувати рівень прозорості та демонструвати досягнення дітей. Динаміка використання цифрових платформ, онлайн-заходів та інтерактивних консультацій у ЗДО м. Бориспіль у 2023-2025 рр. свідчить про значне зростання залученості родин, довіри та активності громади. Таким чином, системне впровадження сучасних комунікаційних каналів забезпечує зміцнення репутації закладу, підвищення ефективності комунікацій та формування сталого позитивного іміджу освітнього середовища.

### **РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ БОРИСПІЛЬСЬКОГО ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ № 1)**

#### **3.1. Сучасний стан проблеми формування позитивного іміджу в Бориспільському закладі дошкільної освіти № 1 м. Бориспіль**

Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є однією з ключових складових ефективної діяльності сучасних освітніх установ. Імідж закладу впливає не лише на привабливість для батьків та дітей, а й на рівень довіри до педагогічного колективу, ефективність взаємодії з громадськістю та соціальну роль установи в громаді. У контексті сучасних вимог до освітніх послуг, заклади дошкільної освіти змушені активно формувати власний позитивний імідж, що базується на якості освітньо-виховного процесу, професіоналізмі персоналу та комфортних умовах для розвитку дітей. Бориспільський заклад дошкільної освіти №1 Бориспільської міської ради Київської області (ЗДО №1 м. Бориспіль) є комунальним комбінованим закладом дошкільної освіти міського типу.

Табл.3.1 відображає основні характеристики ЗДО №1 м. Бориспіль за 2023-2025 рр., що є фундаментом для оцінки іміджу закладу. Повна назва та скорочене позначення закладу забезпечують його ідентифікацію у системі освіти, а код ЄДРПОУ дозволяє відстежувати офіційний статус установи. Тип і вид закладу, зокрема ясла-садок комбінованого типу, визначають специфіку освітнього процесу та охоплення вікових груп дітей. Заклад здійснює навчально-виховну діяльність за українськими освітніми програмами та надає послуги понад 280 дітям у 12 групах, залучаючи до роботи 56 педагогічних працівників. Аналіз сучасного стану його діяльності дозволяє визначити основні фактори, що впливають на формування позитивного іміджу, та окреслити напрями його вдосконалення. Форма власності закладу – комунальна – зумовлює його підпорядкування міській раді та залежність від бюджетного фінансування, що впливає на ресурсне забезпечення, матеріально-технічну базу та умови для організації навчально-виховного процесу. Розташування закладу в

міській місцевості створює можливості для взаємодії з громадою та залучення батьків до освітньої діяльності, що безпосередньо формує позитивний імідж.

**Таблиця 3.1.**

**Основні характеристики закладу дошкільної освіти №1 м. Бориспіль  
на 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])**

<b>Показник</b>	<b>Дані</b>
Повна назва	Бориспільський заклад дошкільної освіти №1 Бориспільської міської ради Київської області
Скорочена назва	БЗДО №1 м. Бориспіль
Код ЄДРПОУ	23580595
Тип ЗДО	Ясла-садок
Вид ЗДО	Комбінований
Форма власності	Комунальна
Тип місцевості	Міська
Кількість груп	12
Кількість дітей	282
Кількість педагогів	56
Потужність закладу	235 місць
Графік роботи	7:00 – 19:00
Мова освітнього процесу	Українська
Сайт закладу	<a href="http://boryspil-dnz1.edukit.kiev.ua">boryspil-dnz1.edukit.kiev.ua</a>

Кількість груп і дітей (12 груп, 282 дитини) у поєднанні з чисельністю педагогічного колективу (56 осіб) забезпечує оптимальні умови для індивідуалізації навчання, персоналізованого підходу до кожної дитини та підвищує рівень довіри батьків. Потужність закладу – 235 місць – демонструє, що чисельність дітей у закладі дещо перевищує нормативну, що ставить завдання щодо ефективної організації освітнього процесу та підтримки іміджу через якість послуг. Графік роботи ЗДО №1 м. Бориспіль відповідає сучасним соціальним потребам родин і підвищує комфорт для батьків, а використання української мови як основної мови освітнього процесу забезпечує відповідність національним стандартам освіти. Інформаційна відкритість закладу через офіційний сайт підвищує рівень комунікації з батьками та громадськістю, що

безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу. Педагогічний колектив є ключовим чинником формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти. Професіоналізм, компетентність та активна позиція педагогів безпосередньо впливають на якість освітньо-виховного процесу, довіру батьків та загальне сприйняття закладу в громаді. В умовах сучасних вимог до дошкільної освіти важливо не лише забезпечити належні умови для розвитку дітей, а й створити атмосферу, яка сприятиме формуванню позитивного іміджу закладу та підвищенню його авторитету серед батьків та соціального оточення.

У дослідженні професійний профіль педагогічного колективу Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 м. Бориспіль аналізувався з метою визначення впливу персоналу на формування позитивного іміджу закладу. Табл. 3.2 відображає структуру педагогічного колективу та фахових спеціалістів БЗДО №1 м. Бориспіль за 2023-2025 рр.

Таблиця 3.2.

**Профіль педагогічного колективу та фахових спеціалістів ЗДО №1  
м. Бориспіль на 2023-2025 рр. (побудовано на основі [33])**

<b>Категорія персоналу</b>	<b>Кількість</b>	<b>Особливості</b>
Вихователі	10 (з експериментальної групи)	Оцінювались у дослідженні щодо іміджу
Адміністрація	10 (з експериментальної групи)	Участь в опитуванні щодо іміджу
Психолог	1	Фахівець з психологічного супроводу дітей
Логопед	1	Проводить корекційно-розвивальні заняття
Музичний керівник	1	Організація музичного розвитку дітей
Інструктор з фізичного виховання	1	Заняття фізичним вихованням
Інші педагоги	42	Вихователі груп, помічники, спеціалісти

Вихователі закладу, які брали участь в експерименті (n=10), були оцінені щодо впливу їх професійної діяльності на формування позитивного іміджу.

Їхня роль полягає не лише у безпосередньому навчанні та вихованні дітей, а й у взаємодії з батьками та громадськістю, що безпосередньо впливає на сприйняття закладу. Адміністрація (n=10) також брала участь у дослідженні щодо іміджу закладу. Ефективність управлінських рішень, організація освітнього процесу, підтримка педагогів та комунікація з батьками визначають загальний рівень довіри до закладу та його соціальний авторитет. Окрім основних педагогів, заклад забезпечений фаховими спеціалістами, серед яких психолог, логопед, музичний керівник та інструктор з фізичного виховання. Психолог здійснює психологічний супровід дітей, сприяючи їх емоційному благополуччю та соціалізації, що є важливою складовою формування позитивного іміджу. Логопед забезпечує корекційно-розвивальні заняття, що підвищує якість мовного розвитку дітей і позитивно сприймається батьками. Музичний керівник та інструктор з фізичного виховання відповідають за всебічний розвиток дітей, включаючи творчий та фізичний напрямки. Інші педагоги (n=42) включають вихователів груп, помічників та спеціалістів, які забезпечують безперервність освітнього процесу, допомагають у організації повсякденних заходів та підтримують педагогічний колектив. Комплексна діяльність усіх категорій персоналу створює умови для високого рівня обслуговування, що безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу закладу. Таким чином, аналіз профілю педагогічного колективу та фахових спеціалістів дозволяє оцінити ключові ресурси закладу, що визначають його репутацію та ефективність іміджевих стратегій у 2023-2025 рр.

Освітні програми закладу дошкільної освіти визначають зміст навчально-виховного процесу та безпосередньо впливають на формування позитивного іміджу установи. Комплексний підхід до розвитку дітей, впровадження сучасних методик навчання, а також національно-патріотичне та художньо-естетичне виховання сприяють підвищенню довіри батьків, зміцненню авторитету педагогічного колективу та забезпеченню престижності закладу в громаді. Аналіз освітніх програм БЗДО №1 м. Бориспіль дозволяє оцінити, яким чином структуровані освітні підходи впливають на формування

позитивного іміджу закладу у 2023-2025 рр. Табл. 3.3 відображає основні освітні програми, що використовуються у Бориспільському закладі дошкільної освіти №1 м. Бориспіль. Програми охоплюють різні вікові категорії дітей, починаючи від раннього дошкільного віку до підготовки до школи, та забезпечують всебічний розвиток малят.

**Таблиця 3.3.**

**Використовувані освітні програми ЗДО №1 м. Бориспіль  
(побудовано на основі [33])**

<b>Назва програми</b>	<b>Вік дітей</b>	<b>Основні напрямки</b>
«Дитина»	2–7 років	Комплексний розвиток, творчість, експериментування
«Впевнений старт»	Старший дошкільний вік	Підготовка до школи, інтеграція знань
«Україна – моя Батьківщина»	Дошкільний вік	Національно-патріотичне виховання
«Радість творчості»	3–6 років	Художньо-естетичний розвиток
«Українське дошкілля»	Дошкільний вік	Загальний розвиток, навчання, виховання
«Дитина в дошкільні роки»	3–7 років	Комплексний розвиток

Програма «Дитина» (2–7 років) спрямована на комплексний розвиток дитини, стимулює творчість, експериментування та дослідницьку активність. Використання цієї програми дозволяє педагогам формувати у дітей базові соціальні та когнітивні навички, що сприяє позитивному сприйняттю закладу батьками та громадою.

Освітня програма «Впевнений старт» орієнтована на дітей старшого дошкільного віку та сприяє підготовці до школи, інтеграції знань та розвитку критичного мислення. Вона забезпечує плавний перехід до системи початкової освіти, підвищуючи рівень довіри батьків до компетентності педагогів.

Програма «Україна – моя Батьківщина» спрямована на національно-патріотичне виховання дошкільників. Її впровадження формує у дітей базові цінності та громадянську свідомість, що позитивно впливає на імідж закладу як соціально відповідальної установи.

Художньо-естетичний розвиток дітей забезпечується програмою «Радість творчості» (3–6 років), яка стимулює розвиток творчих здібностей та естетичного сприйняття світу. Подібні програми підвищують привабливість закладу для батьків, зацікавлених у всебічному розвитку своїх дітей.

Програми «Українське дошкілля» та «Дитина в дошкільні роки» забезпечують загальний розвиток дітей, поєднуючи навчання, виховання та формування соціально-емоційних компетентностей. Використання цих комплексних програм створює умови для індивідуалізації навчально-виховного процесу, підтримки різних стилів навчання та розвитку сильних сторін кожної дитини.

Таким чином, різноманітність та комплексність освітніх програм ЗДО №1 м. Бориспіль забезпечує формування у дітей всебічних компетентностей, а батьки сприймають заклад як установу, яка дбає про гармонійний розвиток малят. Це є одним із ключових чинників формування позитивного іміджу закладу у 2023-2025 рр.

Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є комплексним процесом, що включає оцінку якості освітньо-виховного процесу, професіоналізму педагогічного колективу, створення сприятливих умов для розвитку дітей та ефективну взаємодію з батьками. Імідж закладу впливає на рівень довіри батьків, престиж установи в громаді та привабливість для потенційних вихованців. У сучасних умовах активного розвитку освіти, підвищення вимог до якості навчання та соціальної взаємодії, важливо системно оцінювати формування позитивного іміджу як ключового показника ефективності закладу.

Експериментальне дослідження, проведене на базі Бориспільського закладу дошкільної освіти №1 м. Бориспіль, було спрямоване на вивчення впливу різних чинників на сприйняття закладу педагогами та батьками. Дослідження охоплювало 20 педагогів (10 вихователів та 10 представників адміністрації) та 50 батьків вихованців закладу, що дозволило отримати комплексну оцінку рівня позитивного іміджу. Табл. 3.4 відображає результати

оцінки позитивного іміджу БЗДО №1 м. Бориспіль за основними критеріями, визначеними в експериментальному дослідженні. Кожен критерій оцінювався за допомогою відповідного методу: опитування, анкетування, інтерв'ю та спостереження, що забезпечило багатосторонній підхід до аналізу.

**Таблиця 3.4.**

**Оцінка позитивного іміджу ЗДО №1 м. Бориспіль  
(розроблено автором)**

<b>Критерій</b>	<b>Метод оцінки</b>	<b>Педагоги (n=20)</b>	<b>Батьки (n=50)</b>	<b>Основні висновки</b>
Довіра до закладу	Опитування	90% позитивно	92% позитивно	Заклад сприймається як безпечний і надійний
Задоволеність навчально- виховним процесом	Анкетування	85%	88%	Високий рівень задоволеності якістю освітнього процесу
Професіоналізм педагогів	Інтерв'ю	95%	90%	Фаховий рівень педагогів визнається батьками та колегами
Умови для розвитку дитини	Спостереження	80%	85%	Створені комфортні умови для всебічного розвитку
Взаємодія з батьками	Опитування	88%	90%	Заклад ефективно комунікує з родинами вихованців

Критерій довіри до закладу показав високий рівень сприйняття закладу як безпечного та надійного серед педагогів (90% позитивних оцінок) та батьків (92%). Це свідчить про те, що заклад ефективно підтримує стандарти безпеки, психологічного та фізичного благополуччя дітей, що є фундаментальним для формування позитивного іміджу. Задоволеність навчально-виховним процесом оцінювалася через анкетування та отримала високі показники: 85% серед

педагогів та 88% серед батьків. Це відображає якість освітнього процесу, використання сучасних методик навчання та комплексного підходу до розвитку дітей. Критерій професіоналізму педагогів показав найвищі оцінки – 95% серед колег та 90% серед батьків, що підтверджує високу компетентність педагогічного колективу та його авторитет як у професійній спільноті, так і серед родин вихованців.

Умови для розвитку дитини також оцінювалися як позитивні: 80% серед педагогів та 85% серед батьків. Це свідчить про створення комфортного та стимулюючого середовища, що сприяє всебічному розвитку дітей та формуванню довіри до закладу. Взаємодія з батьками отримала високі оцінки (88% та 90%), що підтверджує ефективність комунікаційної політики закладу, участь батьків у освітньому процесі та підтримку партнерських відносин між сім'єю та педагогами. Таким чином, результати експериментального дослідження свідчать про високий рівень формування позитивного іміджу БЗДО №1 м. Бориспіль у 2023-2025 рр., що обумовлено професіоналізмом педагогічного колективу, створенням сприятливих умов для дітей та ефективною взаємодією з батьками. Отримані дані є основою для подальшого вдосконалення іміджевих стратегій закладу та підвищення його соціальної ролі у громаді.

Динаміка позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є важливим показником ефективності управління освітнім процесом та розвитку взаємодії з батьками. Аналіз змін у сприйнятті закладу педагогами та родинами вихованців дозволяє визначити тенденції у формуванні репутації установи, оцінити ефективність іміджевих стратегій та коригувати освітню діяльність з урахуванням потреб учасників освітнього процесу. Дослідження динаміки позитивного іміджу на прикладі Бориспільського ЗДО №1 за 2023-2025 рр. дає змогу виявити закономірності, що впливають на підвищення довіри та задоволеності батьків, професіоналізм педагогів і якість умов розвитку дітей. Табл. 3.5 відображає динаміку позитивного іміджу Бориспільського ЗДО №1 за період 2023-2025 рр. за основними критеріями оцінки: довіра до закладу,

задоволеність навчально-виховним процесом, професіоналізм педагогів, умови для розвитку дитини та взаємодія з батьками. Аналіз динаміки показників дозволяє визначити тенденції зміцнення іміджу та ефективності іміджевих стратегій закладу. Критерій довіри до закладу демонструє поступове зростання як серед педагогів (88% у 2023 р. → 92% у 2025 р.), так і серед батьків (90% → 92%). Це свідчить про стабільність та позитивну репутацію закладу, високий рівень безпеки та довіри до педагогічного колективу, що є основою формування позитивного іміджу.

Таблиця 3.5.

## Динаміка позитивного іміджу на 2023-2025 рр.

(розроблено автором)

Критерій	2023 р.	2024 р.	2025 р.	Характеристика
Довіра до закладу	Педагоги: 88%. Батьки: 90%	Педагоги: 90%. Батьки: 91%	Педагоги: 92%. Батьки: 92%	Постійне зростання довіри свідчить про стабільність та позитивну репутацію закладу
Задоволеність навчально-виховним процесом	Педагоги: 82%. Батьки: 85%	Педагоги: 84%. Батьки: 87%	Педагоги: 85%. Батьки: 88%	Поступове підвищення задоволеності показує ефективність освітніх програм та методик
Професіоналізм педагогів	Педагоги: 93%. Батьки: 88%. 88%.	Педагоги: 94%. Батьки: 89%. 89%.	Педагоги: 95%. Батьки: 90%. 90%.	Педагогічний колектив постійно підвищує свій професійний рівень
Умови для розвитку дитини	Педагоги: 78%. Батьки: 82%. 82%.	Педагоги: 79%. Батьки: 83%. 83%.	Педагоги: 80%. Батьки: 85%. 85%.	Поліпшення умов створює сприятливий освітній простір
Взаємодія з батьками	Педагоги: 85%. Батьки: 87%. 87%.	Педагоги: 86%. Батьки: 88%. 88%.	Педагоги: 88%. Батьки: 90%. 90%.	Зростання рівня комунікації зміцнює партнерство з родинами

Задоволеність навчально-виховним процесом поступово зростала в обох групах респондентів (педагоги: 82% → 85%; батьки: 85% → 88%), що відображає ефективність освітніх програм та сучасних методик навчання. Поступове підвищення задоволеності свідчить про адаптацію освітнього

процесу до потреб дітей та очікувань батьків, що безпосередньо впливає на позитивне сприйняття закладу.

Критерій професіоналізму педагогів показує стійке зростання (педагоги: 93% → 95%; батьки: 88% → 90%), що відображає постійне підвищення кваліфікації, участь у семінарах, тренінгах та впровадження сучасних освітніх практик. Високий рівень професіоналізму зміцнює довіру батьків та підвищує репутацію закладу серед громадськості.

Умови для розвитку дитини демонструють поліпшення з 78% до 80% у педагогів та з 82% до 85% у батьків. Це свідчить про створення сприятливого освітнього середовища, що стимулює всебічний розвиток дітей та підвищує рівень задоволеності учасників освітнього процесу.

Взаємодія з батьками показує стабільне зростання рівня комунікації (педагоги: 85% → 88%; батьки: 87% → 90%), що сприяє зміцненню партнерських відносин між сім'єю та закладом. Ефективна комунікація дозволяє враховувати потреби родин, підвищувати якість освітніх послуг та формувати позитивний соціальний імідж установи.

Проведений аналіз динаміки показників позитивного іміджу Бориспільського ЗДО №1 за 2023-2025 рр. свідчить про стабільне покращення репутації закладу, підвищення довіри, задоволеності та професійного рівня персоналу, що є основою для подальшого розвитку іміджевих стратегій та зміцнення позицій закладу у громаді.

Отже, проведений аналіз сучасного стану формування позитивного іміджу Бориспільського ЗДО №1 свідчить про те, що заклад успішно реалізує комплексний підхід до забезпечення високої якості освітньо-виховного процесу, створення комфортних умов для розвитку дітей та ефективної взаємодії з батьками. Динаміка показників довіри, задоволеності навчально-виховним процесом, професіоналізму педагогів, умов для розвитку дітей та комунікації з родинами підтверджує стабільне підвищення репутації закладу протягом 2023–2025 рр., що зумовлено постійним удосконаленням освітніх програм, підвищенням кваліфікації персоналу та активною участю

адміністрації в управлінні освітнім процесом. Високий рівень професіоналізму педагогічного колективу, комплексність освітніх підходів та відкритість закладу для батьків сприяють формуванню позитивного соціального іміджу та зміцненню довіри громади, що є фундаментальними чинниками ефективності діяльності сучасного дошкільного закладу.

### **3.2. Методичні рекомендації керівникам щодо розвитку позитивного іміджу закладу освіти**

Формування та підтримка позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є однією з ключових стратегічних задач сучасного управління освітніми установами. Імідж закладу безпосередньо впливає на рівень довіри батьків, престиж установи в громаді та ефективність взаємодії з усіма учасниками освітнього процесу. В умовах підвищеної конкуренції та зростання вимог до якості освітніх послуг керівники закладів дошкільної освіти повинні застосовувати системні методичні підходи до розвитку іміджу, що ґрунтуються на створенні безпечного та комфортного середовища, прозорості діяльності та ефективній комунікації з батьками.

У сучасних наукових дослідженнях підкреслюється, що позитивний імідж установи формується через взаємопов'язану діяльність педагогів, адміністрації та спеціалістів закладу, які реалізують освітні програми, підтримують безпечне середовище та здійснюють активну комунікацію з родинами. Для закладів, подібних до Бориспільського ЗДО №1, особливо важливо систематично впроваджувати управлінські та методичні рекомендації, які дозволяють підвищувати рівень довіри, зміцнювати репутацію та формувати стійкий позитивний соціальний образ установи (табл. 3.6). Методичні рекомендації для керівників закладу дошкільної освіти спрямовані на реалізацію трьох ключових напрямків: безпека та умови перебування, прозорість діяльності та комунікація з батьками. Перший напрямок передбачає регулярне оновлення обладнання та меблів, дотримання санітарних норм і проведення тренінгів з безпеки для персоналу.

Таблиця 3.6.

**Методичні рекомендації щодо підвищення довіри  
до Бориспільського ЗДО №1 (розроблено автором)**

<b>Напрямок</b>	<b>Рекомендації</b>	<b>Очікуваний результат</b>	<b>Відповідальні</b>
Безпека та умови перебування	Регулярне оновлення обладнання та меблів, дотримання санітарних норм, проведення тренінгів з безпеки	Підвищення довіри батьків, позитивне сприйняття закладу	Директор, завідувач господарської частини
Прозорість діяльності	Публікація звітів про роботу закладу, відкриті заходи для батьків	Збільшення відкритості закладу, зміцнення репутації	Директор, вихователі
Комунікація з батьками	Регулярні консультації, онлайн-сповіщення, зворотний зв'язок	Підвищення рівня довіри, зміцнення партнерства	Адміністрація, вихователі

Виконання цих рекомендацій забезпечує створення комфортного і безпечного освітнього середовища, що безпосередньо підвищує довіру батьків і сприяє позитивному сприйняттю закладу в громаді. Другий напрямок, прозорість діяльності, включає публікацію звітів про роботу закладу та організацію відкритих заходів для батьків. Відкрита діяльність демонструє відповідальність адміністрації, підвищує репутацію закладу та формує у батьків відчуття залученості до освітнього процесу. Цей підхід дозволяє керівництву не лише інформувати громадськість про результати роботи, а й оперативно реагувати на побажання та зауваження батьків. Третій напрямок – комунікація з батьками – передбачає регулярні консультації, онлайн-сповіщення та організацію системи зворотного зв'язку. Ефективна комунікація дозволяє зміцнити партнерські відносини між сім'єю та закладом, підвищити рівень довіри до педагогів та адміністрації, а також забезпечити своєчасне вирішення питань, пов'язаних з навчально-виховним процесом. Реалізація цих рекомендацій сприяє формуванню стійкого позитивного іміджу закладу та підвищенню його соціальної ролі у громаді.

Задоволеність навчально-виховним процесом є одним із ключових показників ефективності діяльності закладів дошкільної освіти. Високий рівень задоволеності батьків та дітей свідчить про якість освітніх програм, професіоналізм педагогічного колективу та здатність закладу створювати сприятливі умови для всебічного розвитку дітей. У сучасних умовах розвитку дошкільної освіти, підвищення вимог до компетентності педагогів і інтеграції інноваційних методик навчання, актуальним є впровадження системних методичних рекомендацій для керівників та вихователів, спрямованих на підвищення задоволеності освітнім процесом. Наукові дослідження підкреслюють, що задоволеність учасників освітнього процесу безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу закладу, підвищує рівень довіри батьків та стимулює активну участь родин у житті установи. Методичні рекомендації мають включати комплексний підхід, який охоплює впровадження сучасних освітніх програм, індивідуалізацію навчання та використання інноваційних методів, що забезпечують ефективне засвоєння знань, розвиток творчих здібностей та соціальних навичок дітей (табл. 3.7).

**Таблиця 3.7.**

**Методичні рекомендації щодо підвищення задоволеності навчально-виховним процесом Бориспільського ЗДО №1 (розроблено автором)**

<b>Напрямок</b>	<b>Рекомендації</b>	<b>Очікуваний результат</b>	<b>Відповідальні</b>
Використання сучасних програм	Впровадження комплексних програм розвитку («Дитина», «Впевнений старт», «Радість творчості»)	Підвищення якості освітнього процесу	Педагогічний колектив
Індивідуальний підхід	Урахування потреб та здібностей кожної дитини, адаптація завдань	Збільшення задоволеності батьків та дітей	Вихователі, психолог
Інноваційні методи навчання	Використання інтерактивних занять, експериментальних завдань, творчих проєктів	Розвиток творчих та соціальних навичок	Педагогічний колектив

Використання сучасних програм розвитку в дошкільній освіті сприяє формуванню цілісного підходу до навчально-виховного процесу, орієнтованого на всебічний розвиток особистості дитини. Впровадження комплексних програм, таких як «Дитина», «Впевнений старт» та «Радість творчості», забезпечує поєднання освітньої, виховної та розвивальної складових, створюючи гармонійне середовище для формування базових компетентностей. Такі програми дозволяють педагогам планувати роботу відповідно до індивідуальних можливостей дітей, сприяють розвитку пізнавальної активності, творчості та соціальної взаємодії. У результаті підвищується якість освітнього процесу, а також рівень задоволеності батьків результатами дошкільної освіти.

Індивідуальний підхід до організації навчально-виховного процесу передбачає врахування інтересів, здібностей і потреб кожної дитини. Це сприяє формуванню позитивного ставлення до навчання, розвитку самостійності та впевненості у власних силах. Завдяки адаптації завдань під конкретного вихованця вихователь може ефективніше виявляти й розвивати його потенціал. Важливою складовою є участь психолога у процесі планування освітньої роботи, що дозволяє своєчасно коригувати навчальні підходи відповідно до психоемоційного стану дитини. Такий підхід забезпечує не лише підвищення ефективності освітнього процесу, а й покращення психологічного клімату у групі.

Інноваційні методи навчання в дошкільному закладі виступають інструментом активізації пізнавальної діяльності дітей та розвитку їх творчого потенціалу. Використання інтерактивних занять, експериментальних завдань і творчих проєктів стимулює інтерес до пізнання, сприяє розвитку критичного мислення та комунікативних навичок. Такі методи дозволяють перетворити навчання на захопливий процес, у якому дитина є активним учасником, а не пасивним спостерігачем. Завдяки цьому підвищується мотивація до навчання, а освітній процес набуває більшої гнучкості та відповідності сучасним стандартам дошкільної освіти. Комплексне впровадження сучасних програм розвитку, індивідуалізація навчального підходу та використання інноваційних

методів навчання створюють основу для підвищення якості дошкільної освіти в Бориспільському ЗДО №1.

Професіоналізм педагогічного колективу є одним із ключових факторів ефективності роботи закладу дошкільної освіти та формування його позитивного іміджу. Високий рівень компетентності педагогів забезпечує якість освітньо-виховного процесу, сприяє всебічному розвитку дітей та підвищує довіру батьків. У сучасних умовах освіти, коли зростають вимоги до педагогічної майстерності та інтеграції інноваційних методик, актуальним є розроблення системних методичних рекомендацій для керівників та педагогів, спрямованих на постійне підвищення професіоналізму.

Наукові дослідження підтверджують, що розвиток компетентностей педагогів сприяє не лише підвищенню ефективності навчально-виховного процесу, а й зміцненню репутації закладу в освітньому середовищі та громаді. Важливими складовими підвищення професіоналізму є систематичне підвищення кваліфікації, регулярна оцінка ефективності роботи та мотиваційна підтримка педагогів, що забезпечує розвиток їхніх професійних навичок і підвищує зацікавленість у результатах освітньої діяльності (табл. 3.8).

**Таблиця 3.8.**

**Методичні рекомендації щодо підвищення професіоналізму педагогів  
Бориспільського ЗДО №1 (розроблено автором)**

<b>Напрямок</b>	<b>Рекомендації</b>	<b>Очікуваний результат</b>	<b>Відповідальні</b>
Підвищення кваліфікації	Участь у семінарах, вебінарах, майстер-класах, обмін досвідом з іншими закладами	Підвищення компетентності педагогів	Директор, вихователі
Оцінка ефективності роботи	Регулярні атестації, самооцінка педагогів, обговорення результатів	Визначення сильних та слабких сторін, розвиток професіоналізму	Адміністрація, методист
Мотивація персоналу	Впровадження системи заохочень, премій, визнання досягнень	Підвищення зацікавленості та професійної відповідальності	Директор, завідувачі

Підвищення кваліфікації педагогічних працівників є важливою умовою забезпечення високої якості освітнього процесу в закладах дошкільної освіти. Участь педагогів у семінарах, вебінарах, майстер-класах і професійних тренінгах сприяє розширенню їхніх знань, оволодінню сучасними методиками та інноваційними технологіями навчання. Крім того, обмін досвідом із колегами з інших дошкільних закладів стимулює професійне зростання, формує середовище співпраці та взаємопідтримки, що позитивно впливає на ефективність освітнього процесу. Систематичне підвищення кваліфікації дозволяє педагогам залишатися конкурентоспроможними, гнучкими та готовими до впровадження нових підходів у виховній роботі.

Оцінка ефективності діяльності педагогів виступає інструментом забезпечення якості освітнього процесу та вдосконалення педагогічної майстерності. Регулярне проведення атестацій, самооцінки та колегіального обговорення результатів сприяє виявленню професійних сильних сторін, а також визначенню напрямів подальшого розвитку. Такий підхід дозволяє формувати у педагогів усвідомлене ставлення до власної діяльності, підвищує відповідальність і сприяє розвитку рефлексивного мислення. Адміністрація та методична служба закладу, аналізуючи результати оцінювання, отримують підґрунтя для удосконалення системи підготовки кадрів та підвищення якості педагогічної взаємодії з вихованцями.

Мотивація педагогічних працівників є ключовим чинником підвищення ефективності їх професійної діяльності. Впровадження системи заохочень, преміювання, морального визнання досягнень та створення можливостей для кар'єрного зростання формує позитивну атмосферу у колективі, зміцнює корпоративну культуру та підвищує рівень задоволеності працею. Заохочення педагогів до творчості, ініціативності та інноваційного мислення сприяє не лише їх професійному розвитку, але й підвищенню якості освітнього процесу загалом. Системна робота у напрямках підвищення кваліфікації, оцінювання ефективності та мотивації педагогів є стратегічно важливим завданням управління закладом дошкільної освіти. Її реалізація сприяє формуванню

професійно компетентного, мотивованого й згуртованого педагогічного колективу, здатного забезпечити сучасний рівень освітніх послуг.

Розвиток дитини у закладі дошкільної освіти є багатовимірним процесом, який охоплює інтелектуальний, фізичний, емоційний та творчий аспекти становлення особистості. Створення сприятливих умов для гармонійного розвитку вихованців є одним із головних завдань керівництва та педагогічного колективу Бориспільського ЗДО №1. Від якості освітнього середовища, організації фізичного виховання та стимулювання творчих здібностей залежить не лише рівень сформованості базових компетентностей дітей, а й позитивний імідж закладу серед батьківської громади (табл. 3.9).

**Таблиця 3.9.**

**Методичні рекомендації щодо покращення умов розвитку дітей  
Бориспільського ЗДО №1 (розроблено автором)**

<b>Напрямок</b>	<b>Рекомендації</b>	<b>Очікуваний результат</b>	<b>Відповідальні</b>
Освітнє середовище	Забезпечення сучасних навчальних матеріалів, іграшок, дидактичних посібників	Стимулювання всебічного розвитку дітей	Адміністрація, вихователі
Фізичний розвиток	Регулярні заняття з фізкультури, спортивні та рухливі ігри	Покращення фізичного здоров'я та координації дітей	Інструктор з фізичного виховання, вихователі
Творчий розвиток	Проведення занять з музики, малювання, театральних постановок	Розвиток творчих здібностей	Музичний керівник, вихователі

Покращення освітнього середовища передбачає оновлення матеріально-технічної бази, забезпечення сучасними дидактичними матеріалами, іграшками та наочними посібниками, що відповідають віковим особливостям дітей. Сучасне освітнє середовище має бути безпечним, інклюзивним і мотивуючим, сприяти пізнавальній активності та розвитку самостійності. Використання різноманітних розвивальних ігор і матеріалів дає змогу педагогам реалізовувати

індивідуальний підхід до навчання та виховання, а також формувати у дітей інтерес до пізнання світу. Така організація простору забезпечує цілісний розвиток дитини й водночас підвищує довіру з боку батьків, які бачать турботу закладу про комфорт та безпеку своїх дітей.

Фізичний розвиток дітей є невід'ємною складовою освітнього процесу та має велике значення для зміцнення здоров'я, формування витривалості, координації рухів і позитивного емоційного стану. Регулярні заняття з фізичної культури, спортивні ігри та рухливі активності сприяють розвитку основних фізичних якостей, а також вихованню у дітей потреби у здоровому способі життя. Інструктор з фізичного виховання спільно з вихователями відіграють ключову роль у створенні системи фізичного розвитку, яка враховує індивідуальні особливості кожної дитини та забезпечує гармонійне поєднання рухової активності з іншими видами діяльності.

Творчий розвиток дошкільнят виступає важливою умовою формування емоційної культури, креативного мислення та уяви. Проведення занять із музики, образотворчого мистецтва, театральних постановок дає змогу дітям виражати свої почуття, розвивати фантазію та комунікативні навички. Участь у творчих заходах стимулює самооцінку, формує почуття успіху й задоволення від власних досягнень. Музичний керівник та вихователі, організовуючи таку діяльність, створюють умови для виявлення індивідуальності кожної дитини та сприяють становленню гармонійної особистості.

Реалізація методичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення освітнього середовища, розвиток фізичних і творчих здібностей дітей, забезпечує цілісний підхід до виховання та навчання у Бориспільському ЗДО №1. Комплексне впровадження цих заходів сприяє підвищенню якості освітнього процесу, зміцненню здоров'я вихованців і формуванню позитивного іміджу закладу як сучасного, безпечного та комфортного середовища для розвитку кожної дитини. Таблиця 3.9 систематизує основні напрями, конкретні рекомендації, очікувані результати та відповідальних осіб, що дозволяє забезпечити ефективність управлінських рішень у цьому напрямі.

Ефективна взаємодія між педагогами та батьками є одним із ключових чинників формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти. У сучасних умовах саме партнерська модель співпраці між сім'єю та освітнім закладом визначає рівень довіри, залученості батьків до освітнього процесу та загальну задоволеність якістю надання освітніх послуг. Для Бориспільського ЗДО №1 цей напрям має особливе значення, адже від ефективності комунікації, спільної діяльності та підтримки батьків залежить не лише розвиток кожної дитини, а й соціально-психологічний клімат у громаді закладу. Табл. 3.10 узагальнює основні напрями, конкретні рекомендації, очікувані результати та відповідальних осіб, що дає можливість керівництву систематизувати роботу з батьками та забезпечити ефективність управлінської діяльності у цьому напрямі.

**Таблиця 3.10.**

**Методичні рекомендації щодо ефективної взаємодії з батьками в Бориспільського ЗДО №1 (розроблено автором)**

<b>Напрямок</b>	<b>Рекомендації</b>	<b>Очікуваний результат</b>	<b>Відповідальні</b>
Комунікація	Використання онлайн-чатів, e-mail розсилок, сторінок у соцмережах	Підвищення залученості батьків, оперативна передача інформації	Адміністрація, вихователі
Спільні заходи	Організація відкритих уроків, свят, проєктних днів	Зміцнення партнерських відносин, формування довіри	Вихователі, педагогічний колектив
Консультації та підтримка	Індивідуальні зустрічі, психологічна підтримка батьків	Підвищення рівня задоволеності батьків	Психолог, вихователі

Одним із пріоритетних напрямів є удосконалення системи комунікації між педагогами, адміністрацією та батьками. Використання сучасних засобів зв'язку – онлайн-чатів, електронних розсилок, сторінок у соціальних мережах – забезпечує оперативну передачу важливої інформації, своєчасне інформування про події закладу та освітній процес. Така комунікація сприяє формуванню

довіри, відкритості та взаєморозуміння, дозволяє батькам бути активними учасниками життя дитячого садка. Водночас цифрові інструменти підвищують ефективність зворотного зв'язку, забезпечуючи діалог між вихователями та родинами вихованців.

Організація спільних заходів, таких як відкриті уроки, свята, тематичні тижні чи проєктні дні, є важливою складовою партнерської взаємодії. Такі події створюють атмосферу єдності, сприяють об'єднанню педагогічного колективу, дітей і батьків навколо спільних цінностей. Участь батьків у виховних заходах дозволяє їм краще розуміти особливості навчально-виховного процесу, оцінити зусилля педагогів і внести свій внесок у розвиток закладу. Цей напрям роботи зміцнює репутацію ЗДО як відкритого, доброзичливого та інноваційного освітнього середовища.

Не менш важливим аспектом є організація системи консультацій та психологічної підтримки для батьків. Індивідуальні зустрічі з вихователями та практичним психологом допомагають родинам вирішувати проблемні ситуації, отримувати поради щодо виховання, розвитку та адаптації дитини. Така підтримка сприяє зниженню рівня тривожності батьків, підвищує їхню впевненість у правильності обраного освітнього шляху для дитини та формує відчуття партнерства з педагогами. У результаті зростає загальний рівень задоволеності батьків, а також позитивне сприйняття діяльності закладу дошкільної освіти.

Реалізація методичних рекомендацій щодо покращення комунікації, активної участі батьків у спільних заходах та надання консультаційної підтримки забезпечує підвищення ефективності взаємодії між усіма учасниками освітнього процесу. Комплексне впровадження цих заходів у Бориспільському ЗДО №1 сприятиме зміцненню партнерських відносин, підвищенню довіри до педагогічного колективу та формуванню стійкого позитивного іміджу закладу.

Отже, ефективна реалізація методичних рекомендацій, спрямованих на розвиток позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, передбачає

комплексний підхід до управління освітнім процесом, кадровим потенціалом та взаємодією з батьківською спільнотою. Керівникам важливо систематично удосконалювати організаційні процеси, забезпечувати прозорість діяльності, створювати безпечне та комфортне середовище для дітей, а також розвивати партнерські відносини з родинами. Формування позитивного іміджу неможливе без професійного зростання педагогів, упровадження інноваційних методик, індивідуального підходу до навчання та виховання, а також ефективної комунікації. Такий підхід не лише підвищує довіру з боку батьків і престиж закладу в громаді, але й сприяє формуванню сучасного, відкритого та орієнтованого на потреби дітей освітнього простору. В результаті заклад дошкільної освіти стає не лише осередком навчання, а й важливим соціальним інститутом, який забезпечує гармонійний розвиток дитини та підсилює позитивний імідж освіти в суспільстві.

## Висновки до третього розділу

Сучасний стан формування позитивного іміджу Бориспільського ЗДО №1 демонструє, що ефективність іміджевих стратегій закладу безпосередньо залежить від професіоналізму педагогічного колективу, якості навчально-виховного процесу та умов для всебічного розвитку дітей. Динаміка досліджених показників за період 2023–2025 рр. свідчить про поступове зростання довіри батьків і педагогів, високий рівень задоволеності освітніми послугами та поліпшення комунікації між родинами та закладом. Ці фактори підтверджують, що системне впровадження сучасних освітніх програм, національно-патріотичного виховання та творчих методик, разом із активною участю адміністрації у формуванні безпечного та комфортного середовища, сприяє посиленню престижу закладу та його позитивного сприйняття в громаді. Таким чином, формування іміджу є безперервним процесом, що визначає соціальну роль установи та її привабливість для нових вихованців і родин.

Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є багатокомпонентним процесом, який потребує стратегічного управління, методичної системності та високого рівня професійної культури керівників і педагогів. Успіх закладу залежить від здатності його адміністрації поєднувати інноваційні підходи в освітньому процесі з активною комунікацією та відкритістю до суспільства. Впровадження рекомендацій, спрямованих на підвищення безпеки, покращення умов перебування, розвиток педагогічної компетентності, комунікацію з батьками та підтримку творчого потенціалу дітей, забезпечує зростання довіри до закладу і підвищення його престижу. Позитивний імідж стає результатом цілеспрямованої роботи всього колективу, орієнтованого на якість, партнерство й розвиток дитини. Саме така модель управління сприяє створенню сучасного дошкільного закладу, який відповідає суспільним очікуванням і формує основи довіри до системи освіти загалом.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Розвиток іміджу закладу дошкільної освіти є актуальною проблемою сучасної педагогічної теорії та практики, що має стратегічне значення для підвищення якості освітніх послуг, престижу педагогічної професії та довіри суспільства до системи освіти. Імідж виступає багатовимірним феноменом, який поєднує соціально-психологічні, комунікативні, управлінські та педагогічні аспекти діяльності закладу. Позитивний імідж ЗДО формується через професіоналізм педагогів, організаційну культуру, ефективну взаємодію з батьками та громадою, а також цілеспрямовану інформаційну політику. Саме тому системна робота над створенням позитивного іміджу має стати складовою управлінської стратегії кожного дошкільного закладу, адже від цього залежить не лише його репутація, а й рівень конкурентоспроможності у сучасному освітньому просторі.

На основі вивчення наукової літератури встановлено, що *імідж закладу дошкільної освіти* – це емоційно забарвлений образ, який з'явився у масовій свідомості і обумовлюється співвідношенням між різними сторонами його діяльності та транслюється у зовнішнє середовище. З'ясовано, що імідж ЗДО є складним інтегративним явищем, структурними компонентами якого є: імідж освітніх послуг, імідж керівника, відкритість зав'язків з громадськістю, ресурси та організаційна культура закладу освіти, імідж персоналу.

3. Виокремлено основні етапи формування позитивного іміджу ЗДО: аналіз поточного іміджу, планування стратегії іміджу, реалізація заходів, моніторинг та оцінка ефективності, підтримка та вдосконалення. Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є тривалим і цілеспрямованим процесом, який охоплює організаційні, педагогічні, комунікативні та соціально-психологічні аспекти діяльності. Ефективність цього процесу забезпечується системним підходом, що включає поетапний аналіз поточного стану, стратегічне планування, впровадження сучасних освітніх технологій, активну взаємодію з батьками та громадою, а також постійний моніторинг результатів. Саме комплексне поєднання внутрішніх (професійна компетентність педагогів,

організаційна культура, матеріально-технічне забезпечення) і зовнішніх (PR-активність, відкритість комунікацій, візуальний імідж) чинників створює стійкий позитивний образ закладу в очах суспільства. Такий підхід дозволяє не лише підвищити конкурентоспроможність дошкільної установи, а й забезпечити довіру батьків, сприяти гармонійному розвитку дітей і формуванню репутації закладу як інноваційного, відкритого та якісного освітнього простору.

4. Використання елементів PR-діяльності у формуванні позитивного іміджу закладу дошкільної освіти забезпечує підвищення його конкурентоспроможності, довіри батьків і громади, а також сприяє створенню сприятливого соціально-комунікаційного середовища. Комплексне застосування інформаційного, репутаційного, соціального, креативного та подієвого PR дозволяє системно організувати комунікації, підвищити впізнаваність закладу, посилити лояльність аудиторії та сформувати сталий позитивний образ у суспільстві. Ефективна PR-стратегія стає важливим інструментом розвитку сучасного освітнього простору, спрямованого на зміцнення партнерства між закладом, батьками та громадою.

Впровадження сучасних комунікаційних технологій у діяльність закладів дошкільної освіти є невід'ємною складовою формування їхнього позитивного іміджу, підвищення довіри та зміцнення партнерських відносин із батьками та громадою. Використання цифрових каналів комунікації, онлайн-консультацій, відеоеккурсій, соціальних мереж і мобільних додатків забезпечує прозорість освітнього процесу, оперативність обміну інформацією та активну участь родин у житті закладу. Такий підхід сприяє не лише підвищенню репутації ЗДО, а й формуванню сучасного, відкритого та інноваційного освітнього середовища, орієнтованого на ефективну взаємодію, розвиток і довіру.

5. Результати дослідження підтверджують, що Бориспільський заклад дошкільної освіти №1 м. Бориспіль демонструє високий рівень формування позитивного іміджу завдяки комплексному поєднанню професійного розвитку педагогів, різноманітних освітніх програм та ефективної взаємодії з батьками.

Динаміка оцінок за критеріями довіри, задоволеності навчально-виховним процесом, професіоналізму педагогів, умов для розвитку дітей та комунікації з родинами показує поступове, але стійке підвищення позитивного сприйняття закладу серед ключових учасників освітнього процесу у 2023–2025 рр. Це свідчить про ефективність управлінських рішень, впровадження інноваційних методик, а також про відповідність діяльності закладу сучасним соціально-освітнім стандартам. Сформований позитивний імідж закладу забезпечує його авторитетність, підвищує рівень довіри батьків і громади, а також закладає основу для подальшого розвитку іміджевих стратегій та зміцнення позицій у системі дошкільної освіти.

б. Розроблено методичні рекомендації для керівників щодо розвитку позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, що є дієвим інструментом удосконалення управлінської, освітньої та комунікативної діяльності. Вони забезпечують цілісне бачення розвитку закладу як соціально відповідальної установи, що орієнтована на якість освітніх послуг, професіоналізм кадрів і партнерську взаємодію з батьками. Послідовне впровадження заходів з підвищення кваліфікації педагогів, оновлення матеріально-технічної бази, розширення освітніх програм і вдосконалення комунікації дозволяє зміцнити репутацію закладу, підвищити рівень задоволеності учасників освітнього процесу та сформувати позитивний громадський образ. У перспективі реалізація таких рекомендацій сприятиме сталому розвитку закладу дошкільної освіти, забезпеченню високих стандартів якості та утвердженню його як авторитетного і відкритого освітнього центру громади.

Дане дослідження не вичерпує всіх аспектів вирішення проблеми формування позитивного іміджу закладу освіти. Подальше вивчення цього питання може здійснюватися у напрямі поглибленого аналізу ефективності сучасних комунікаційних стратегій, вивчення впливу цифрових медіа на сприйняття іміджу закладу, дослідження практик партнерської взаємодії зі стейкхолдерами, а також розроблення інноваційних технологій формування та підтримки позитивного іміджу в умовах постійних суспільних змін.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович О., Чорна В. Теоретико-методологічні аспекти сучасної театральної педагогіки. *Театральна педагогіка. Вісник Київського національного університету і мистецтв. Серія: Сценічне мистецтво*. 2023. № 6 (2) С. 153–166.
2. Артемова Л. Театральна педагогіка у підготовці до сценічної майстерності студентів – майбутніх акторів. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*. 2021. № 36 (8–9). С. 50–60.
3. Барда С. І. Інтеграція як засіб реалізації синергетичного підходу в початковій школі. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології: наук. журнал*, 2019. № 7 (91). С. 48–60.
4. Бойправ С., Кошель А., Кошель В., Сиз Г. Формування комунікативної компетентності майбутніх вихователів дітей дошкільного віку в процесі професійної підготовки (огляд). *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2018. № 25. С. 176–179.
5. Василенко В. Ю. Сучасний стан дослідження процесу формування іміджу закладу вищої освіти: теоретичний аспект. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 13. С. 20-27.
6. Вашак О. Теоретико-методичні аспекти вивчення освітнього компоненту «Професійний імідж у педагогічній освіті» у системі підготовки магістрів спеціальності 012 Дошкільна освіта / *Інноваційний потенціал професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі дошкільної освіти : колективна монографія / за заг. ред. проф. О. А. Гнізділової*. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2024. 466 с.
7. Вознюк Л., Шапран Л. Формування позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти. *Нова педагогічна думка*. 2021. № 3 (107). С. 25-31.
8. Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Шевченко Т. О. Вплив професійного іміджу керівника на розвиток організаційної культури

підприємства. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. Вип. 27. Київ, 2023.

9. Воронько-Невіднича Т. В., Галич О. А., Баган Н. В. Стилль та імідж менеджера: навч. посіб. Полтава: ПДАУ. 2024. 200 с.

10. Воронько-Невіднича Т., Іщейкін Т., Собчишин В., Радіонова Я. Розвиток системи менеджменту закладу освіти в контексті формування позитивного іміджу. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2025. № 342 (3(1)). С. 90-94.

11. Гаврилюк С. М. Характеристика та методологічна цінність загальнонаукових підходів у формуванні професійного іміджу у майбутніх вихователів закладів дошкільної освіти. *Теорія і методика професійної освіти*. 2025. Випуск 82. Том 1. С. 89-93.

12. Гавриш Н., Шкляр Н. Професійна підготовка майбутніх педагогів-вихователів до роботи з дітьми раннього віку на етапі адаптації до нових соціальних умов. С. 358–372.

13. Горопаха Н. М., Кричківська О. В. Застосування компетентнісного підходу у підготовці майбутніх фахівців дошкільної освіти. *Інноваційна педагогіка*. 2023. Випуск 63. Том 1. С. 127–131.

14. Десятник К. Особливості формування іміджу сучасного освітнього закладу. *Acta Paedagogica Volynienses*. 2021. № 1. С. 61–67.

15. Загородня Л. П. Якість освітніх послуг як компонент іміджу дошкільного навчального закладу. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка*. 2017. Випуск 35. С. 150-160.

16. Загородня Л. Дисципліна «імідж закладу дошкільної освіти» як інтегрований складник формування готовності магістрів до забезпечення якості освітнього процесу в закладі дошкільної освіти. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2020. № 1 (95). С. 180-191.

17. Загородня Л. П., Тітаренко С. А. Педагогічна майстерність вихователя дошкільного закладу. Суми: Університетська книга, 2023. 319 с.

18. Загородня Л. Підготовка майбутніх магістрів до створення іміджу директора закладу дошкільної освіти. *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету: збірник наукових праць. Серія: Педагогічні науки*. 2024. Вип. 66. С. 65–73.

19. Загородня Л. Викладання дисципліни «Професійний імідж вихователя закладу дошкільної освіти» майбутнім бакалаврам спеціальності 012 Дошкільна освіта. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. 2025. Вип. 2. С. 15-25.

20. Івашенко С., Кошель В. До проблеми створення іміджу закладу дошкільної освіти. *InterConf*. 2020. № 33. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/5311> (дата звернення: 10.10.2025)

21. Іригіна С. Театральна педагогіка як мистецько-педагогічна проблема у системі диригентсько-хорової підготовки майбутніх учителів-музикантів. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. Кропивницький: Центрально-український державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка*, 2017. Вип. 157. С. 65–70.

22. Йокоб А. Професійний імідж майбутніх вихователів закладу дошкільної освіти як проблема психолого-педагогічних студій. *Молодь і ринок*. 2022. №7/205. С. 159–162.

23. Коврей Д., Бобирєва О. Фахова компетентність майбутніх вихователів: теоретичні підходи до її формування на засадах компетентнісного підходу. *Social Work and Education*, 2021. Vol. 8. №4. Pp. 505–514.

24. Кошель А., Олексієнко В., Дьякова Н. Деякі аспекти створення позитивного іміджу ЗДО на сучасному етапі реформування дошкільної освіти. *InterConf*. 2020. № 34. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/5525> (дата звернення: 10.10.2025)

25. Кошель А., Кошель В., Мікрюкова В. Деякі аспекти використання «public relations» у формуванні позитивного іміджу закладу дошкільної освіти. *InterConf*. 2021. № 46. С. 122-131.

26. Кошель В. М., Мариненко А. В. Манойлік Т. О. До проблеми використання елементів PR-діяльності у формуванні іміджу закладу дошкільної освіти. *Наукові відкриття та фундаментальні наукові дослідження: світовий досвід*. 8 листопада 2024 рік. С. 370-377.

27. Лаврентьєва О. О., Арбузова А. А. Імідж керівника закладу освіти: ретроспективний аналіз змісту поняття. *вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки*. 2020. № 2 (20). С. 321-326.

28. Мармаза О. І. Іміджування в управлінні закладом освіти. *Vzdelävanie a spoločnosť : medzinárodný nekonferenčný zborník. Prešov: Presovská univerzita v Prešove*, 2021. Р. VI. S. 331–337.

29. Марущак А. Л. Сучасні засоби формування позитивного іміджу закладу вищої освіти. *Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері*. 2024. Бер 2024. С. 86–87.

30. Мисик О. С. Методологічні аспекти формування фахової компетентності в майбутніх вихователів дітей дошкільного віку. *Педагогічний альманах*. 2018. Вип. 38. С. 119–126.

31. Науменко Н. Організаційно-педагогічні умови розвитку здатності студентів педагогічного університету до інтерактивної дистанційної навчальної взаємодії. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. 2024. Вип. 3. С. 15–25.

32. Одінцева С. В., Артеменко Л. П. Формування іміджу підприємства: світовий та вітчизняний досвід. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2018. № 12. С. 2–8.

33. Офіційний сайт Бориспільської міської ради. URL: <https://borispol-rada.gov.ua/item/60229-informatsiia-pro-zaklady-osvity-boryspilskoi-miskoi-terytorialnoi-hromady.html> (дата звернення: 30.10.2025)

34. Офіційний сайт ЗДО № 1 м. Бориспіль. URL: <http://www.boryspil-dnz1.edukit.kiev.ua/> (дата звернення: 10.10.2025)
35. Попович О. М. Потенціал акмеологічного підходу у формуванні професійного іміджу майбутніх вихователів закладів дошкільної освіти. *Збірник наукових праць «Педагогічні науки». Херсонський державний університет.* Видавничий дім «Гельветика», 2024. № 105. С. 64–68.
36. Романовська О. Модель процесу управління іміджем ВНЗ. *Теорія і практика управління соціальними системами.* 2017. № 2. С. 26–37.
37. Савіна Г. Г., Макарчук Д. С. Сутність управління іміджем організації в сучасних умовах. *Вісник Херсонського національного технічного університету.* 2021. № 1. С. 257–263.
38. Ткаченко О. О. Імідж навчального закладу : поняття та сутність. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2016. № 1. С. 95–101.
39. Яковлева О. М., Дармостук Є. Ю. Імідж закладу дошкільної освіти як засіб підвищення конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. *Основні напрями розвитку педагогічної науки.* 2018. С. 164-165.
40. Bardus I., Herasymenko Y., Nalyvaiko O., Rozumna T., Vaseiko Y., Pozdniakova V. (2021). Organization of Foreign Languages Blended Learning in COVID-19 Conditions by Means of Mobile Applications. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 13(2), 268-287.
41. Bazhenkov I., Berezhna T. (2022). Essence and structural formation of living environment in educational institution. *Global Academics*, 2(16), 32-40.
42. Bondar T., Pinzenik O., Fentsyk O., Kobal V. (2021). Pre-service Primary School Teacher Efficacy to Implement the New Ukrainian School Reform. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 13(1Sup1), 458-474.
43. Burger K., Walk M. (2016). Can children break the cycle of disadvantage? Structure and agency in the transmission of education across generations. *Social Psychology of Education*, 19, 695-713.
44. Carlsson M., Dahl G. B., Ockert B., Rooth D. O. (2015). The effect of schooling on cognitive skills. *Review of Economics and Statistics*, 97(3), 533-547.

45. Di Paola, B. (2016). Why Asian children outperform students from other countries? Linguistic and parental influences comparing Chinese and Italian children in Preschool Education. *International Electronic Journal of Mathematics Education*, 11(9), 3351-3359.

46. González M. C. G., de Moya V. (2015). Base theoretical that sustain the importance of the independent work in the superior medical education. *Humanidades Médicas*, 15 (2),324-339.

47. Myloslavska O., Nalyvaiko O., Nechitailo I., Huliaieva O., Nalyvaiko N. (2024). The role of preschool education in the process of constructing an internal type of personality as a basis for modern society. *Scientific Notes of the Pedagogical Department*, (55), 104-119.

48. Bertram Tony, Chris Pascal, Helen Lyndon, Julia Formosinho, Donna Gaywood, Colette Gray, Jennifer Koutoulas, Eleni Loizou, Michel Vandebroek, and Margy Whalley. 2024. «EECERA Ethical Code for Early Childhood Researchers». *European Early Childhood Education Research Journal* 33 (1): 4–18.

49. Katsiada E., Roufidou I. 2020. «Young Children’s Use of Their Setting’s Internal Floor Space Affordances: Evidence from an Ethnographic Case Study». *Early Child Development and Care* 190 (10): 1512–1524.

50. Lindberg M., Jennie Schaeffer, and Mia Heikkilä. 2019. «Socially Innovative Reconstruction of Preschool Premises». *European Public & Social Innovation Review* 3 (2): 1–13.

51. Magnusson Lena O. 2017. «Treåringar, kameror och förskola – en serie diffraktiva rörelser [Three-year-olds, Cameras and Preschool – a Series of Diffractive Movements]». PhD diss., University of Gothenburg, Gothenburg. URL: <http://hdl.handle.net/2077/53380> (дата звернення: 10.10.2025)

52. Magnusson, Lena O 2018. «Photographic Agency and Agency of Photographs: Three-Year-Olds and Digital Cameras». *Australasian Journal of Early Childhood* 43 (3): 34–42.

53. Magnusson, Lena O 2021. «Visual Research Material and Diffractive Readings – A Relational Research Story». *International Journal of Qualitative Studies in Education* 34 (3): 183–196.

54. Magnusson Lena O, and Annika Åkerblom. 2022. «Children Taking Place in the Institutional Practice Thought Their Photographic Voice». In *Local Childhood in Global Times*, edited by Susanne Garvis and Anette Hellman, 82–102.

55. Magnusson, Lena O, and Annika Elm. 2024. «The Entangled Intersection of Children’s and Educators’ Engagement in the Educational Environment of a Preschool». *Early Childhood Education Journal* 52 (8): 1923–1932.

56. Procter Lisa, and Abigail Hackett. 2017. «Playing with Place in Early Childhood: An Analysis of Dark Emotion and Materiality in Children’s Play». *Contemporary Issues in Early Childhood* 18 (2): 213–226.

57. Ylikörkkö, Enni Mari, Satu Karjalainen, and Anna Maija Puroila. 2023. «Toddlers with the Doll Carriage: Children Doing Space of Participation in Early Childhood Education». *Early Childhood Education Journal*. URL: <https://doi.org/10.1007/s10643-023-01514-7> (дата звернення: 10.10.2025)

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### АНКЕТА ДЛЯ БАТЬКІВ ЗДО

**Мета:** Оцінити ефективність PR-діяльності та використання сучасних комунікаційних технологій у ЗДО, а також задоволеність батьків інформаційною прозорістю, участю в заходах та комунікацією з персоналом.

##### 1. Загальна інформація

1. Вік батьків: \_\_\_\_\_
2. Стать:  Чоловік  Жінка
3. Дитина відвідує:  Молодшу групу  Середню групу  Старшу групу
4. Як довго Ваша дитина відвідує ЗДО? \_\_\_\_\_ місяців/років

##### 2. Інформаційна прозорість

1. Чи вважаєте Ви, що заклад достатньо інформує про події та досягнення дітей?
  - Завжди  Часто  Рідко  Ніколи
2. Якими каналами Ви отримуєте інформацію? (можна кілька варіантів)
  - Сайт закладу  Соцмережі (Facebook, Instagram)  Мобільний додаток
  - Електронна пошта  Особисті зустрічі  Інші: \_\_\_\_\_
3. Наскільки задоволені Ви якістю та регулярністю отриманої інформації?
 

1 – зовсім не задоволений, 5 – повністю задоволений:

1  2  3  4  5

##### 3. Участь у заходах

1. Чи берете Ви участь у заходах закладу (дні відкритих дверей, свята, семінари)?
  - Завжди  Часто  Рідко  Ніколи
2. Наскільки корисними та цікавими для Вас є ці заходи?
 

1 – зовсім не корисні, 5 – дуже корисні: 1  2  3  4  5

#### **4. Репутація та довіра**

1. Наскільки Ви довіряєте закладу як освітньому середовищу для Вашої дитини?

1 – зовсім не довіряю, 5 – повністю довіряю: 1  2  3  4  5

2. Чи рекомендували б Ви цей заклад іншим батькам?

Так  Ні  Важко сказати

#### **5. Використання цифрових комунікацій**

1. Якими цифровими каналами Ви користуєтесь для взаємодії з ЗДО?

Соцмережі  Мобільний додаток  Онлайн-розсилки

Відеоконференції/онлайн-семінари  Інше: \_\_\_\_\_

2. Наскільки ефективними Ви вважаєте ці інструменти для отримання інформації та спілкування?

1 – зовсім не ефективні, 5 – дуже ефективні: 1  2  3  4  5

#### **6. Загальна оцінка PR-діяльності**

1. Як би Ви оцінили загальний імідж закладу?

1 – дуже поганий, 5 – відмінний: 1  2  3  4  5

2. Що, на Вашу думку, слід покращити у комунікації та іміджі закладу?

\_\_\_\_\_

## АНКЕТА ДЛЯ ПРАЦІВНИКІВ ЗДО

**Мета:** Оцінити внутрішній PR, мотивацію персоналу, використання комунікаційних технологій для взаємодії з батьками та громадою.

### 1. Загальна інформація

1. Посада: \_\_\_\_\_
2. Стаж роботи у закладі: \_\_\_\_\_ років
3. Вік: \_\_\_\_\_
4. Стать:  Чоловік  Жінка

### 2. Внутрішній PR

1. Чи задоволені Ви умовами праці та корпоративними заходами?

1 – зовсім не задоволений, 5 – повністю задоволений: 1  2  3  4  5

2. Наскільки ефективними вважаєте тренінги та внутрішні інформаційні бюлетені?

1 – зовсім не ефективні, 5 – дуже ефективні: 1  2  3  4  5

3. Чи відчуваєте Ви мотивацію до професійного розвитку?

Так  Частково  Ні

### 3. Зовнішній та медіа PR

1. Чи використовує заклад соцмережі та сайти ефективно для комунікації з батьками?

1 – зовсім не ефективно, 5 – дуже ефективно: 1  2  3  4  5

2. Наскільки Ви задоволені участю закладу у міських заходах та публікаціями у ЗМІ?

1 – зовсім не задоволений, 5 – повністю задоволений: 1  2  3  4  5

### 4. Подієвий PR та партнерські проєкти

1. Наскільки успішно організовуються святкові заходи та відкриті дні?

1 – зовсім не успішно, 5 – дуже успішно: 1  2  3  4  5

2. Чи активно заклад залучає громаду та партнерів у спільні проєкти?

Так  Частково  Ні

### **5. Використання цифрових технологій**

1. Які цифрові інструменти Ви використовуєте для комунікації з батьками?

Соцмережі  Мобільний додаток  Онлайн-розсилки   
Відеоконференції  Інше: \_\_\_\_\_

2. Наскільки ефективними є ці інструменти у роботі з батьками та громадою?

1 – зовсім не ефективні, 5 – дуже ефективні: 1  2  3  4  5

### **6. Загальна оцінка PR-діяльності**

1. Наскільки ефективно заклад формує позитивний імідж у громаді?

1 – зовсім не ефективно, 5 – дуже ефективно: 1  2  3  4  5

2. Що, на Вашу думку, можна покращити у PR-діяльності закладу?

\_\_\_\_\_