

первісної функції держави щодо надання, розподілу та споживання цим благом, про що свідчить велика кількість наукових робіт вітчизняних та іноземних вчених. Так, наприклад, Вікторія Буяшенко наполягає, що «В європейському сучасному просторі соціальний вища освіта (незалежно від форми власності) розглядаються як суспільне благо. Держава, як соціальна інституція, пильнує щодо забезпечення суспільного блага і врахування суспільного інтересу в суспільній взаємодії, покликана створювати сприятливі умови для участі громадянина, відповідно до його здібностей, у цьому благові» [2].

Заклади освіти у правових рамках можуть залучати додаткові джерела фінансування, створювати концептуальні основи організації фінансово-економічних відносин в освітній галузі та вдосконалювати організаційно-економічні механізми функціонування системи освіти. Проблема фінансового забезпечення видатків на освіту в Україні полягає в потребі ефективного використання бюджетних ресурсів, спрямованих на освітню галузь та у пошуку резервів і нових джерел фінансування для стимулювання її розвитку. Фінансування освіти повною мірою впливає на її ефективність, зокрема і на якість освітніх послуг, що надаються учбовими закладами. Фінансове забезпечення з боку держави є одним із напрямів реалізації бюджетної політики у сфері освіти. А основним джерелом видатків на освіту в Україні є фінансові ресурси державного і місцевих бюджетів [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Фінансування вищої освіти: стан та перспективи. URL : <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/549a9d03277d918fe6e26192445365f8.pdf>
2. Гейко, Л. М., & Кузнецова, М. А. (2023). Проблеми фінансування вищої освіти в Україні. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (9). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-03-02>
3. Ватаманюк-Зелінська, У., & Нурієва, В. (2023). Фінансове забезпечення видатків на освіту в Україні. Молодий вчений, 5 (117), 127-131. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-5-117-25>

### **ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ**

*Величко Р.М.  
Полтава, Україна*

Управління освітніми закладами в умовах постійних змін вимагає пошуку нових підходів, принципів та управлінських технологій. У процесі професійної підготовки сучасних освітніх менеджерів акцент робиться на ключові аспекти, такі як самопозиціонування в професійному співтоваристві та здатність бути оригінальним і виділятися в умовах жорсткої конкуренції. Персональний бренд, як один із пріоритетних елементів професійної управлінської компетенції, сприяє ефективності та успішному кар'єрному

старту фахівців.

Брендинг у сфері освітніх послуг набуває все більшого значення. Він розглядається як маркетингова діяльність, спрямована на створення позитивного іміджу закладу освіти. Основою цього процесу є соціальна відповідальність всіх учасників освітнього процесу, формування довіри та визначення ключових характеристик бренду закладу освіти, які допомагають йому займати провідні позиції на ринку освітніх послуг [2].

Персональний бренд керівника закладу загальної середньої освіти формує політику успішного закладу, оскільки менеджер, який має здатність генерувати ідеї та має чітке бачення цілей і завдань сучасного освітнього закладу, здатний реалізувати ці ідеї. Його успіх є складовою частиною як його власного персонального бренду, так і бренду освітнього закладу, який він очолює. Для впровадження свого персонального бренду менеджеру необхідно розуміти, які маркетингові технології можна використовувати. Процес передачі цільової інформації аудиторії про продукт аналогічний процесу передачі інформації про освітні послуги та якісні показники діяльності закладу. До основних інструментів комунікативних технологій належать: реклама, зв'язки з громадськістю, участь педагогічного колективу в професійних конкурсах, участь здобувачів освіти в олімпіадах і конкурсах, представлення закладу в Інтернеті та ЗМІ, прямий маркетинг, а також розробка власної іміджевої стратегії для візуалізації діяльності свого закладу [1].

У сучасному світі освіти роль керівника закладу загальної середньої освіти виявляється набагато більшою, ніж просто адміністративне керівництво. Керівник виступає як лідер, що визначає курс розвитку школи, створює сприятливу атмосферу для навчання та розвитку, а також є обличчям закладу перед громадськістю та батьками. У цьому контексті формування персонального бренду стає важливим інструментом для досягнення успіху та підвищення авторитету. Нами визначено ключові кроки та стратегії формування персонального бренду керівника закладу загальної середньої освіти. Перший крок у формуванні персонального бренду – це чітке визначення власної місії та цінностей. Керівник повинен чітко зрозуміти, які цілі він прагне досягти та які принципи його керування. Це може включати акцент на інклюзивному навчанні, розвитку креативності учнів, підвищенні якості освіти тощо. Наступним ключовим аспектом персонального бренду є професійна експертиза та постійне самовдосконалення. Керівник повинен активно брати участь у професійних розвиткових програмах, конференціях, семінарах, де він може поповнювати свої знання та ділитися досвідом з колегами. Також важливо стимулювати своїх співробітників до постійного навчання. Одним із важливих компонентів успішного лідерства є ефективні комунікаційні навички. Керівник повинен вміти чітко та зрозуміло висловлювати свої ідеї, слухати думки та думки інших, а також вміти вирішувати конфлікти та побудовувати співпрацю. Створення та підтримка активної онлайн-присутності є необхідною у формуванні персонального бренду. Керівник може вести свій власний блог, участь у вебінарах, а також мати профілі у соціальних мережах, де він може ділитися своїми думками, досягненнями та новинами з життя

закладу. Важливим аспектом формування персонального бренду є створення партнерств з іншими освітніми установами, компаніями, громадськими організаціями тощо. Співпраця може призвести до взаємовигідних проєктів, які сприятимуть підвищенню рівня освіти та розвитку закладу освіти.

Ми вважаємо, що персональний бренд бренду керівника закладу загальної середньої освіти є одним із елементів успішного позиціонування закладу освіти. Успішне рішення для поставленої задачі вимагає використання новітньої технології управління, яка використовується в менеджменті, бізнесі та промисловості для інноваційного управління.

Особливу увагу слід приділити організації та проведенню дослідницької діяльності, яка вважається важливою частиною діяльності керівника закладу загальної середньої освіти. Актуальність цього напряму зумовлена багатьма чинниками, зокрема виявленням перспективних та талановитих майбутніх фахівців, розширенням науково-інформаційного сектору соціально-освітньої інфраструктури закладів освіти, налагодженням наукових взаємовідносин та визначенням перспектив співпраці із закладами освіти.

Формування персонального бренду керівника закладу загальної середньої освіти є складним та багатогранним процесом, який вимагає часу, зусиль та постійного розвитку. Однак ефективне використання стратегій та кроків допоможе керівнику стати авторитетним лідером у своєму закладі та отримати визнання у громадськості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Нетреба М. М. Роль керівника закладу освіти щодо формування бренду галузі освіти в умовах Нової української школи. Молодий вчений. 2019. № 5.2(69.2). С. 178-182.
2. Червинська І. В. Бренд закладу загальної середньої освіти як показник його конкурентоздатності в освітньому просторі регіону [Електронний ресурс]. 2021. Режим доступу до ресурсу: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/handle/123456789/11882> .

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ**

*Воєвода Д.М.  
Полтава, Україна*

Інноваційна діяльність закладу освіти є ключовою ознакою сучасної та майбутньої освіти. Цю потребу диктує час, конституційні вимоги та тенденції розвитку освіти, спрямовані на забезпечення кожної дитини освітнім рівнем, який відповідає її індивідуальним потребам і здібностям. Постійні нововведення в освітньому процесі є важливою умовою, без якої зміни втрачають зв'язок з реальним життям. Лише інноваційна освіта здатна виховати особистість, що живе за сучасними законами глобалізації.

Інноваційні технології стають рушійною силою значних реформ у сфері освіти, що трансформують її в продуктивний економічний сектор. Згідно з