

Технологічні інновації. Продовження інтеграції передових технологій, таких як штучний інтелект та машинне навчання, для покращення стратегій бренд-менеджменту.

Ефективне управління брендом є критично важливим для успіху підприємства, дозволяючи йому виділитися на ринку та забезпечити довгостроковий розвиток. Інтеграція бренд-менеджменту в стратегічні плани компанії є необхідною для забезпечення її конкурентоспроможності та адаптації до змінювальних ринкових умов.

Список використаних джерел:

1. Odoom, R., Narteh, B. and Boateng, R. (2017), "Branding in small- and medium-sized enterprises (SMEs): current issues and research avenues", *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 20 No. 1, pp. 68-89.
2. Ohnemus, L. (2009), "B2B branding: a financial burden for shareholders?", *Business Horizons*, Vol. 52 No. 2, pp. 159-166.
3. Reijonen, H., Hirvonen, S., Nagy, G., Laukkanen, T. and Gabriellsson, M. (2015), "The impact of entrepreneurial orientation on B2B branding and business growth in emerging markets", *Industrial Marketing Management*, Vol. 51, pp. 35-46.
4. Seyedghorban, Z., Matanda, M.J. and LaPlaca, P. (2016), "Advancing theory and knowledge in the business-to-business branding literature", *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 8, pp. 2664-2677.
5. Sheth, J. and Sinha, M. (2015), "B2B branding in emerging markets: a sustainability perspective", *Industrial Marketing Management*, Vol. 51, pp. 79-88.

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОСВІТІ

*Інь Цзисюань, Большая О. В.
Полтава, Україна*

Головною метою менеджменту є забезпечення високої ефективності діяльності освітньої організації та її становлення як конкурентоспроможної установи. Для цього керівник повинен передбачати майбутнє і розуміти перспективи розвитку закладу, володіючи навичками стратегічного менеджменту.

Стратегічний менеджмент включає масштабні прогнози щодо реалізації місії організації та досягнення довгострокових цілей розвитку. Керівник сучасного освітнього закладу повинен вести колектив до нових досягнень і успіхів, формувати позитивний імідж установи, демонструючи високий рівень професійної майстерності [1].

Формування стратегії є необхідною інновацією в управлінні для успішного розвитку організацій у постійно ускладнюючих ринкових умовах. Стратегічне управління обґрунтовується потребою: визначення пріоритетів у потребах, видах діяльності та послугах; докорінної перебудови і спрямування діяльності організації; конкуренції на ринку освітніх послуг; невідкладного розвитку та його спрямування; активізації роботи колективу; розроблення та реалізації систем стратегічного планування. Методологія стратегічного

планування, на відміну від інших видів, орієнтується на зовнішнє середовище, а не на внутрішнє. Це є наслідком переходу від «закритої» до «відкритої» організації, тобто такої, на яку впливають чинники зовнішнього середовища. Стратегічне управління ґрунтується на ідеї відкритості організації, але це лише одна з його характеристик [2].

Освіта є пріоритетним напрямом державної політики України. Держава вважає, що освіта є стратегічним ресурсом для соціально-економічного, культурного та духовного розвитку суспільства, підвищення добробуту населення, забезпечення національних інтересів, зміцнення міжнародного авторитету й іміджу країни, а також створення умов для самореалізації кожної особистості. Стратегічне управління в освіті включає комплекс рішень і дій, спрямованих на визначення та реалізацію пріоритетних напрямів розвитку навчального закладу або освітньої системи в цілому. Сучасне стратегічне мислення вимагає опанування численних нових методів і інструментів управлінської діяльності, що вимагає від освітніх управлінців значного часу і сумлінної роботи [3].

При формулюванні стратегії, керівництво взаємодіє з наступними ключовими питаннями, що стосуються позиції компанії на ринку: який бізнес припинити, який бізнес зберегти, і в який бізнес перейти. Усі стратегії, які застосовуються у компанії, є варіаціями кількох базових стратегій:

1. Стратегія обмеженого зростання передбачає встановлення цілей розвитку, які відповідають досягнутому рівню, і коригування їх відповідно до змінних умов.

2. Стратегія зростання передбачає щорічне значне збільшення рівня розвитку порівняно з попереднім роком. Цей підхід використовується у динамічних галузях зі швидкою зміною технологій.

3. Стратегія скорочення передбачає встановлення менших цілей, ніж ті, що були досягнуті раніше.

4. Стратегія комбінованого підходу поєднує в собі різні альтернативи: обмежене зростання, зростання та скорочення. Цей підхід використовується великими організаціями, які активно діють у декількох галузях [4].

Список використаних джерел:

1. Пупена В. Стратегічний менеджмент – чинник успішного керівництва загальноосвітніми закладами освіти в умовах освітніх змін. URL : <http://surl.li/uknxq>
2. Новаковець В. Стратегічне управління закладом освіти: теоретичні засади. URL : http://www.ps.stateuniversity.ks.ua/eng/file/issue_82/part_2/5.pdf
3. Халимоник О. Стратегічне управління системою освіти в Україні. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2018/25.pdf
4. Черчик Л. Стратегічний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. 165 с.