

*Гордеева Л.Н.,
г. Барнаул, АлтГПУ
Научный руководитель:
Богославец Л.Г.,
к.п.н., доцент*

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В последнее десятилетие проблема формирования позитивного имиджа ДОО стала объектом внимания руководителей, общественности, родителей воспитанников.

Если раньше имидж ДОО в основном был ориентирован на удовлетворение потребностей социального заказчика, т.е. родителей воспитанников, то сегодня ДОО стремится позиционировать себя еще и как успешных работодателей.

Анализ научно-методической литературы свидетельствует: наиболее часто имидж организации определяют, как образ организации, сформировавшийся в сознании общественности, в мнении социума [1]. Имидж организации - целостное восприятие организации различными группами общественности, формирующийся на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах ее деятельности [2].

Организация, в том числе ДОО в своей деятельности сталкивается с самыми различными группами общественности, имеющими разнообразные интересы и предъявляющими к ней всевозможные требования. В некоторых исследованиях предлагается типология организационного имиджа в таблице [1].

Таблица 1 -Типы организационного имиджа

| Тип имиджа | Описание типа имиджа |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| зеркальный имидж | отражение взглядов руководителей и персонала на то, как их организация, как им кажется, воспринимается окружающими (зеркальный имидж часто неточен) |
| текущий имидж | реальное видение посторонними лицами организации |
| желаемый имидж | образ организации, которого хотели бы добиться руководство и персонал организации |

| | |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| корпоративный имидж | имидж организации, не включающий имидж ее услуг, брендов и т.п. |
| множественный имидж | совокупность имиджей, предоставляемых индивидуумами, взаимодействующими с организацией |

Одной из разновидностей имиджа организации является имидж работодателя. Имидж работодателя стал предметом пристального интереса в России в 2003 году, когда начались первые масштабные исследования в этой области и позиционируется как новое направление в маркетинге, специализирующееся на работе с репутацией организации [4].

Уточним, что под имиджем работодателя мы будем понимать совокупность представлений об организации как работодателе на внутреннем и внешнем рынке труда. Существуют два вида имиджа работодателя - внешний и внутренний [3,4,2].

Взаимосвязь внешних и внутренних факторов определяют «мощность» имиджа организации как работодателя. Опыт практики свидетельствует что процесс формирования имиджа работодателя может быть управляемым, если он формируется сознательно, и неуправляемым, когда он формируется стихийно на внутреннем и внешнем рынке труда.

Задача субъектов формирования имиджа работодателя, в том числе руководителя ДОО, сделать процесс управляемым и целенаправленным. В этой связи необходимо провести анализ внутренней среды, влияющей на процесс формирования имиджа ДОО, и включает 5 критериев, которыми следует руководствоваться:

- 1) миссия, концепция и Программа развития ДОО, стратегические цели и задачи;
- 2) сильные стороны деятельности ДОО;
- 3) история создания ДОО;
- 4) отличительные черты, определяющие индивидуальность ДОО;
- 5) система корпоративных ценностей.

Тщательное исследование этих аспектов позволит формировать позитивный имидж ДОО на его начальном этапе. Следует отметить, что в процессе формирования имиджа ДОО задействованы управленческие функции: анализа и планирования. Механизм планирования в управлении имиджем ДОО включает позиции:

| |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Структура: создание команды |
| Механизм: координация управленческих функций |
| Задачи: |
| <ul style="list-style-type: none"> - государственные гарантии уровня и качества дошкольного образования; - единство законодательной и нормативно-правовой базы; - ценностные ориентации, определяющие цели дошкольного образования, его содержание, модель педагогического взаимодействия, педагогические технологии; - реализация комплексной образовательной программы; - образовательная среда; - амплификация развития детей; - зона ближайшего развития, индивидуализация образования; - межведомственное взаимодействие и отношения в сфере образования; - ранняя помощь; - равенство возможностей; - преемственность основных образовательных программ; - методическая служба, инновационные процессы, условия для профессионального роста, самообразования; - эмоционально-положительное общение и условия для позитивной социализации, личностного развития, творческих способностей и инициативы детей. |

В системе деятельности ДОО можно выделить группы субъектов, оказывающих влияние на процесс формирования имиджа: руководитель и старший воспитатель (методист), педагоги ДОО, персонал, учителя начальных классов (обучающие выпускников ДОО), родители воспитанников, работники

образования. Влияние данной группы субъектов на процесс формирования позитивного имиджа ДОО как работодателя важно и актуально.

Уточним элементы внешнего и внутреннего имиджа ДОО в таблице [2].

Таблица 2 - Элементы внешнего и внутреннего имиджа ДОО как работодателя

| Имидж работодателя ДОО | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Внешний имидж – представления, складывающиеся у представителей; потенциальных работников; организаций-конкурентов ДОО; представителей профессионального сообщества | Внутренний имидж – представления об организации как работодателе у персонала и руководства, органов управления образованием |
| ↓ | ↓ |
| <p>Элементы внешнего имиджа:</p> <ul style="list-style-type: none"> - качество услуг, создаваемых организацией; - умение поддерживать деловые отношения с партнерами и родителями; - вклад в развитие социума, консультативные пункты для родителей, организация с неорганизованными детьми в социуме, сайт-страницы, видеоролики «Наша Детсадия», конкурсные движения среди детей и педагогов; - взаимодействие в социуме; - финансовая стабильность организации; - внешний вид ДОО, удобство рабочих мест и т.п.; - информация о деятельности в СМИ; - PR – деятельность организации; | <p>Элементы внутреннего имиджа:</p> <p style="text-align: center;">социально-психологический климат в коллективе;</p> <ul style="list-style-type: none"> -отношение персонала к работе и его внешний вид; - лояльность персонала ДОО, их отношение к руководителям; - ориентация ДОО на развитие и обучение персонала, условия для профессионального роста; - система продвижения и вознаграждение работников за качественную работу и другие успехи; - единое образовательное пространство; |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - методические рекомендации из опыта работы по направлениям дошкольного образования (электронные порталы, портфолио детей и педагогов) | - корпоративные ценности, деятельность профсоюзной организации, совместный отдых, концерты, спортивные праздники |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Вопросы создания имиджа ДОО всегда в той или иной мере интересовали его руководителей, вместе с тем, именно руководитель ДОО непосредственно транслирует имидж учреждения при общении с работниками и родителями.

Обозначим некоторый инструментарий исследования имиджа ДОО, в том числе и как работодателя.

Таблица 3 - Направленность проявления

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Направленность проявления, т.е. информация о том, по каким признакам формируется имидж | |
| Внешний , т.е. проявляющийся в основном во внешней среде, ориентированной на потребителей (фирменный стиль, герб, логотип, девиз, интерьеры ДОО, внешний вид персонала и пр.) | Внутренний , формируемый как впечатление о работе и отношении персонала (корпоративные отношения, этика поведения, особенности делового общения, традиции и пр.) |
| Эмоциональная окраска имиджа | |
| Позитивный имидж | Негативный имидж |
| Целенаправленность деятельности по формированию имиджа | |
| Естественный имидж, складывающийся стихийно, без специальных PR-акций и рекламы в результате практической деятельности ДОО | Искусственный , создаваемый специально рекламой или PR-акциями, социальными опросами родительской общности, и не в полной мере соответствующий характеру и результативности деятельности ДОО |
| Степень рациональности восприятия имиджа | |
| Когнитивный , дающий «сухую» специальную информацию | Эмоциональный , чувственный (ориентирован на широкую аудиторию и |

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------|
| (ориентирована главным образом на узких специалистов) | призван вызвать сильный эмоциональный отклик) | | |
| Содержание имиджа, соответствие его специфике деятельности | | | |
| имидж руководителя (его команды) | имидж ДОО | имидж территории (города, района) | имидж идеи, проекта, концепция развития ДОО |

Важным этапом работы руководителя творческой группы по формированию имиджа, является оценка эффективности мероприятий по определенным критериям.

Таблица 4 - Группы критериев оценки имиджа работодателя ДОО

| Группа критериев оценки имиджа ДОО как работодателя | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| экономические характеристики | психологические характеристики | функциональные характеристики | организационные характеристики |
| наличие системы премий, вознаграждения, выполнение показателей муниципального задания, отсутствие текучести кадров, выполнение требований Роспотребнадзора | сильная корпоративная культура, заинтересованное отношение руководства к сотрудникам, здоровый психологический климат, объективность в оценке труда, условия для профессионального роста | возможности обучения, перспективы кадрового роста, возможность в полной мере реализовать имеющиеся знания и навыки, инновационные процессы | условия работы, система управления, характер деятельности организации, конкурентно-способность ДОО, участие в профессиональных конкурсах разного уровня |

Следовательно, для формирования положительного имиджа ДОО в информационном воздействии следует учесть ряд направлений:

- подавать информацию о деятельности ДОО (сайт, публичный доклад, материалы самообследования деятельности др.) в том виде, в котором она вызывает наибольшее доверие;

- представлять в ней те индикаторы престижности работы ДОО, которые отмечают родители воспитанников, общественность и персонал;

- позиционировать факторы деятельности, мероприятия из опыта работы, которые оказывают решающее влияние на выбор ДОО родителями среди других ДОО микрорайона;

- транслировать те каналы коммуникации о деятельности ДОО, которые раскрывают положительный образ ДОО в социуме.

Таким образом, задача руководителя и субъектов ДОО при формировании позитивного имиджа учреждения в том числе как работодателя, сделать этот процесс управляемым и целенаправленным.

Библиографический список:

1. Бруковская, О., Платонова, Н. М., Кучеров, Д. Г., Платонов, М. Ю. Работа с репутацией руководителя // Корпоративная имиджология. 2008. №1 (02).

2. Герус, А., Шабловский, А. Формирование имиджа компании-работодателя// www.bybanner.com

3. Имидж Вашей компании. Какой он?// www.jobsmarket.ru

4. Клемина, Т. Н., Кошелева, С. В. Имидж организации на рынке труда: теоретические и практические проблемы // Российский менеджмент: теория, практика, образование/ Под ред. АА. Демина и В.С. Катькало. - Вып. 1 – Сб.: Издательство СПбГУ, 2001.

5. Мичурина, А. PR в формировании имиджа компании как работодателя// ru.goopdf.com/eboor.

6. Томилова, М. В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. - №1.