

6. Охорона біорізноманіття: Захист природних екосистем і видів тварин є невід'ємною частиною сталого розвитку. В Україні реалізуються ініціативи зі створення національних парків, природоохоронних зон та проєктів з охорони рідкісних видів флори та фауни.

Таким чином, інтеграція екологічних ініціатив у всі сфери життя – від економіки до соціальної політики – дозволяє забезпечити довготривалий сталий розвиток, який буде спрямований на збереження ресурсів і покращення якості життя для майбутніх поколінь. Отже, впровадження екологічних ініціатив в Україні спрямоване на забезпечення довготривалого балансу між економічним розвитком, соціальними потребами та збереженням навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

Список використаних джерел:

1. Бугас, Н.В., Гайова Д. Сучасні концепції оцінювання конкурентоспроможності високотехнологічного сектору України та країн світу. Економіка та суспільство. 2023. №55. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-108>

2. Касич А.О., Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід. Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 37. С. 86-92

3. Relief, Recovery and Resilient Reconstruction : Supporting Ukraine`s Immediate and Medium-Term Economic Needs. <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/099608405122216371/idu08c704e400de7a048930b8330494a329ab3ca>

4. Бугас Н. В., Дякович З.Р. Концептуальні засади стратегічного управління інноваційною активністю підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 20. С. 67–71. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5211&i=13>

УДК 339.138:004

Чернявська О.Д., аспірант

Київський національний університет технологій та дизайну

УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИМИ СТРАТЕГІЯМИ БРЕНДУ УНІВЕРСИТЕТІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНТЕГРАЦІЇ В ГЛОБАЛЬНИЙ ОСВІТНІЙ ПРОСТІР

Управління цифровими стратегіями бренду університетів сьогодні виступає однією з фундаментальних складових процесу їх інтеграції в глобальний освітній простір. В умовах, коли освітні заклади конкурують не лише в національних межах, але й на світовій арені, саме ефективні цифрові стратегії визначають їх здатність залучати студентів, налагоджувати міжнародну співпрацю та зміцнювати репутацію. Ця тема набуває особливої актуальності в контексті стрімкого розвитку цифрових технологій, що змінюють правила гри в освітньому середовищі [1, с. 3173; 2, с. 191; 5, с. 97].

Перш за все, цифрові платформи, такі як вебсайти університетів, соціальні мережі та онлайн-платформи для навчання, стають ключовими інструментами комунікації з аудиторією. Від ефективності їх використання залежить здатність університету досягати своїх стратегічних цілей на міжнародному рівні. Регулярний аналіз показників відвідуваності, частоти оновлення контенту, рівня залученості користувачів та охоплення аудиторії дозволяє не лише підтримувати високу видимість університету, але й активно впливати на конверсію

абітурієнтів та залучення нових міжнародних партнерів [3, с. 8; 5, с. 99]. Важливою складовою є також оптимізація користувацького досвіду (UX), яка включає не лише зручність інтерфейсу, але й здатність адаптуватися до сучасних запитів користувачів, що підвищує їх залученість і сприяє формуванню стійкого позитивного іміджу закладу (Таблиця 1).

Таблиця 1

Крок	Опис	Інструменти
Аналіз ефективності існуючих цифрових стратегій	Оцінка показників ефективності (KPI), таких як взаємодія, відвідуваність та активність	Google Analytics, опитування, аналітика соціальних мереж
Персоналізація контенту і комунікацій	Створення персоналізованого контенту на основі аналізу великих даних (Big Data) та використання AI	AI-рішення для персоналізації, автоматизація комунікацій
Мультимедійний підхід до контенту	Використання відео, подкастів, інфографіки та віртуальних турів для різноманітного контенту	YouTube, подкасти, інтерактивні платформи
Оптимізація користувацького досвіду (UX)	Поліпшення навігації та дизайну вебсайту та додатків для зручності користувачів	A/B-тестування, аналітика поведінки користувачів
Інтеграція соціальних мереж у стратегію бренду	Регулярне створення контенту для кожної соціальної мережі з урахуванням аудиторії	Hootsuite, Sprout Social, планери соціальних медіа
Моніторинг репутації університету	Регулярний моніторинг згадок у медіа та соціальних мережах для швидкої реакції	Meltwater, Mention, системи опитування студентів
Оцінка ефективності та постійне вдосконалення	Постійне вдосконалення стратегії на основі аналітики та відгуків користувачів	Регулярні звіти, фокус-групи, аналітика показників

Джерело: розробка автора

Контент-маркетинг через відео, подкасти, блоги та вебінари створює емоційний зв'язок із аудиторією, роблячи комунікації університету більш адресними. Важливим аспектом є персоналізація повідомлень, що забезпечується за допомогою аналізу великих даних (Big Data) та штучного інтелекту (AI) [2, с. 195]. Цей підхід трансформує взаємодію університетів з аудиторією та робить комунікації більш релевантними.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною стратегії бренду університетів. Ефективне стратегічне планування контенту для платформ, таких як Instagram, Facebook і YouTube, дозволяє університетам розширювати охоплення аудиторії [5, с. 99]. Регулярне створення унікального контенту підвищує впізнаваність бренду та сприяє зміцненню міжнародної співпраці.

Моніторинг репутації університету в цифровому просторі також відіграє важливу роль. Використання інструментів для моніторингу дозволяє швидко реагувати на відгуки, згадки в медіа та потенційні репутаційні ризики [3, с. 14].

Цифрові стратегії значно впливають на міжнародну співпрацю університетів. Вони спрощують організацію наукових проєктів, конференцій і партнерств, сприяючи залученню грантів та розвитку нових дослідницьких ініціатив [1, с. 3185]. Оптимізація комунікацій через цифрові інструменти підвищує продуктивність міжнародних проєктів.

Таким чином, управління цифровими стратегіями бренду університетів стає не лише інструментом їхньої інтеграції у глобальний освітній простір, але й визначальним фактором їхньої конкурентоспроможності на міжнародній арені. Ефективність цих стратегій залежить від комплексного підходу, що включає аналіз, персоналізацію, постійну взаємодію з аудиторією та адаптацію до зовнішніх змін. Успішно реалізовані цифрові стратегії дозволять університетам не лише забезпечити своє стійке зростання, але й зміцнити свою роль як глобальних лідерів у сфері освіти та науки.

Список використаних джерел:

1. Mohamed Hashim, M. A., Tlemsani, I., & Matthews, R. (2022). Higher education strategy in digital transformation. *Education and Information Technologies*, 27(3), 3171-3195.
2. Bratukhina, E. A., Lysova, E. A., Lapteva, I. P., & Malysheva, N. V. (2020). Marketing management of education quality in the process of university reorganization in industry 4.0: goals of application and new tools. *International Journal for Quality Research*, 14(2), 189-203.
3. Karadağ, H., Tosun, P., & Ayan, B. (2022). User-generated and brand-generated content as indicators of university brand personality and business strategy. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1-23.
4. Pinar, M., Trapp, P., Girard, T., & Boyt, T. E. (2011). Utilizing the brand ecosystem framework in designing branding strategies for higher education. *International Journal of Educational Management*, 25(7), 724-739.
5. Чернявська О. Д. Методологія цілей-завдань управління брендом в цифровому середовищі. Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 березня 2024 року). С. 97-100.

УДК 330

Бугас Н.В., к.е.н., доцент
Оніщук І.В., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

«ЗЕЛЕНЕ ВІДНОВЛЕННЯ» ЯК ОСНОВА МАЙБУТНЬОЇ СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ

«Зелене відновлення» в контексті повоєнної відбудови України стає критично важливою стратегією для створення стійкої та інноваційної економіки. Враховуючи масштаби руйнувань інфраструктури, економіки та екології через війну, цей підхід пропонує можливість не лише відновити країну, а й зробити її більш екологічно чистою та економічно стабільною. «Зелене відновлення» - це стратегія, спрямована на економічне відновлення після криз, з акцентом на екологічну стійкість, декарбонізацію економіки та розвиток відновлюваних джерел енергії, це підхід, що має на меті не лише створення нових робочих місць і