

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішенням вченої ради Університету
Протокол № 5 від 24.12.2025 р.

ВВЕДЕНО У ДІЮ

Наказ № 614 від 24.12.2025 р.

В. о. ректора

Олексій ЛИТВИНОВ

СТРАТЕГІЯ

трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та
вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на
особливості прифронтового регіону
в Національному аерокосмічному університеті
«Харківський авіаційний інститут»

СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025

Дата введення 25 грудня 2025 р.

Редакція № 1

Харків
2025

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 2 Всього сторінок 16
--	--	---

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 Стратегія трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону (далі – Стратегія) визначає комплексний підхід до модернізації механізмів забезпечення вступної кампанії в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (далі – Університет). Реалізація Стратегії спрямована на адаптацію освітньої діяльності до викликів безпекового характеру та створення особливих умов для залучення вступників у межах територій, що перебувають у зоні активних або можливих бойових дій.

1.2 Метою Стратегії є формування сучасної цифровізованої та сервісно-орієнтованої моделі організації вступу, що забезпечує інституційну стійкість Університету, відповідність міжнародним стандартам якості вищої освіти та реалізацію освітніх потреб вступників у період 2026–2028 років.

1.3 Стратегія ґрунтується на положеннях, нормативно-правових актах та міжнародних стандартах:

- Конституція України, Закони України «Про освіту» та «Про вищу освіту»;
- Порядок прийому на навчання для здобуття вищої освіти у відповідному році (затверджений наказом МОН України);
- Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG 2015);
- кращі міжнародні практики функціонування офісів із питань прийому та реєстрації вступників (Admissions Offices) закладів освіти Європейського освітнього простору.

1.4 Стратегічні цілі реформи вступної кампанії та доуніверситетської освіти:

- забезпечення доступності вступної кампанії для всіх категорій вступників;
- налагодження швидкої, прозорої та якісної комунікації між Університетом і вступниками;
- створення цифрової екосистеми супроводу вступників;
- підвищити рівень довіри до Університету та його іміджу;
- забезпечення відповідності міжнародним стандартам якості (ESG, ENQA).
- розмежування функцій вступної кампанії та акредитаційних процесів відповідно до вимог системи забезпечення якості.

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 3 Всього сторінок 16
---	---	--

II. ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ЗМІН

У 2022–2025 роках вступні кампанії в Університеті здійснювалися в умовах правового режиму воєнного стану, запровадженого відповідно до Указу Президента України від 24.02.2022 № 64/2022, затвердженого Законом України «Про затвердження Указу Президента України “Про введення воєнного стану в Україні”», що зумовило виникнення стійких ризиків та системних обмежень у сфері реалізації права на освіту.

По-перше, значна частина вступників була позбавлена можливості особистої присутності в Університеті у зв'язку з активними бойовими діями, загрозами безпеці, порушенням логістичних шляхів та вимушеним переміщенням населення, що обмежувало реалізацію процедур вступу в традиційному форматі, визначеному Порядком прийому на навчання для здобуття вищої освіти, затвердженим щорічними наказами Міністерства освіти і науки України.

По-друге, нестабільна безпекова ситуація ускладнила дотримання вступниками встановлених строків і процедур подання документів, оскільки обставини непереборної сили (обстріли, повітряні тривоги, тимчасова евакуація, перебування на тимчасово окупованих територіях тощо) унеможлилювали своєчасне завершення всіх етапів вступу, що потребувало підвищеної гнучкості з боку Університету.

Додатковим викликом стала обмежена доступність офіційної інформації. Перебої у функціонуванні засобів зв'язку, електропостачання та доступу до мережі Інтернет, а також часта зміна місця проживання вступників порушили сталі канали комунікації між закладами освіти та потенційними вступниками, що суперечить принципам доступності та прозорості, визначеним статтею 3 Закону України «Про вищу освіту».

Важливим чинником є також психоемоційний стан вступників, який характеризується тривалим стресом, підвищеною тривожністю та невизначеністю, що знижує їхню здатність до своєчасного ухвалення обґрунтованих рішень щодо освітньої траєкторії, коректного оформлення документів та ефективної взаємодії із Університетом.

Зазначені обставини об'єктивно зумовлюють необхідність трансформації традиційної моделі організації вступної кампанії. Механізми, що функціонували до 2022 року, виявилися недостатньо гнучкими та адаптивними до умов воєнного стану, що потребує запровадження структурованої, цифровізованої та сервісно орієнтованої моделі вступу, здатної забезпечити безперервний супровід вступників у кризових умовах.

Окремої уваги потребує прогнозування майбутніх вступних кампаній, зокрема 2026 року, які, з урахуванням демографічних тенденцій, тривалого

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 4 Всього сторінок 16
--	---	---

перебування значної частини молоді за кордоном, можливих змін у форматі національних оцінювань, а також подальшої дії воєнного стану, будуть характеризуватися підвищеною складністю.

Очікується зростання кількості вступників з нестандартними освітніми траєкторіями, документами іноземного зразка, статусом внутрішньо переміщених осіб або перерваною середньою освітою, що вимагає індивідуального підходу, гнучкості, цифровізації, розширення консультаційних сервісів та підвищення ефективності взаємодії зі вступниками на всіх етапах вступної кампанії.

Суттєвим чинником є також скорочення контингенту випускників у прифронтових регіонах, зумовлене релокацією населення, евакуацією та виїздом молоді за кордон, що звужує потенційну аудиторію вступників і посилює конкуренцію між закладами вищої освіти.

Додатковим викликом є конкуренція з боку закладів вищої освіти, які тимчасово перемістилися до безпечніших регіонів, отримавши можливість працювати в стабільніших умовах, пропонуючи вступникам менш ризикове освітнє середовище для навчання. На цьому тлі рівень тривожності серед вступників і їхніх законних представників у прифронтових територіях залишається значно підвищеним: почуття небезпеки, невизначеність майбутнього та постійний психологічний стрес істотно впливають на рішення щодо вибору закладу вищої освіти, знижуючи готовність вступників обирати навчання в регіонах із підвищеним рівнем безпекових ризиків.

Водночас заклади вищої освіти, розташовані у прифронтових областях, стикаються з необхідністю забезпечення оперативної, доступної та зрозумілої онлайн-комунікації зі вступниками. З огляду на нестабільність транспортного сполучення, наявні ризики під час пересування та постійну змінність безпекової ситуації, вступники очікують отримувати актуальну інформацію швидко, чітко та у зручному цифровому форматі. У таких умов традиційна модель організації вступної кампанії – орієнтована на зустрічі в офлайн форматі, фіксований графік роботи та класичні канали інформування – виявляється недостатньо ефективною і потребує глибокої модернізації.

Сучасні вступники демонструють більш широкую варіативність освітніх траєкторій, що суттєво ускладнює роботу приймальних комісій і консультаційних підрозділів. Частина вступників здобувала загальну середню освіту у дистанційному або в змішаному форматі, інші – навчалися за кордоном, а значна частина має статус ВПО. Такі обставини призводять до наявності у вступників документів нестандартного зразка, виданих різними установами в різні періоди часу, що потребує індивідуального підходу та ретельної верифікації.

Окрім того, збільшується обсяг і складність консультаційного

Розроблено:	Перевірено:	Дійсне з:
Вікторія БУРДЕЙНА	Елеонора ДАРМОФАЛ	25.12.2025

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 5 Всього сторінок 16
---	--	--

навантаження. Вступники потребують значно більше часу для пояснення та супроводу під час подання документів, особливо у випадках невпевненості в коректності поданих даних або наявності документів нетипового формату. Значна частина вступників звертається повторно, потребуючи супроводу на всіх етапах – від обрання освітньої програми до фінального етапу подання заяв. від обрання освітньої програми до фінального етапу подання заяв.

У такій ситуації закладу освіти необхідно розширювати свої комунікаційні та сервісні можливості. Це передбачає збільшення кількості консультантів, цифровізацію сервісів, підвищення оперативності відповідей, створення доступних онлайн-інструментів та формування більш гнучкої системи взаємодії зі вступниками. Лише за таких умов можливо забезпечити належну якість організації вступної кампанії, реалізувати принципи доступності, прозорості та рівності, передбачені Законом України «Про вищу освіту», та зберегти конкурентоспроможність закладу освіти у складних безпекових умовах.

Таким чином, реформування моделі вступу виступає необхідним етапом адаптації закладу вищої освіти до сучасних викликів та прогнозованих сценаріїв розвитку освітнього середовища.

ІІІ. ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ВСТУПНОЇ КАМΠΑНІЇ ЧЕРЕЗ ЧАСТКОВЕ РЕФОРМУВАННЯ ЇЇ СТРУКТУРИ

3.1. SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
– Наявність базової цифрової інфраструктури для супроводу вступної кампанії. – Сформовані команди працівників із практичним досвідом цифрової взаємодії зі вступниками. – Наявність довузівських і профорієнтаційних програм; – Інституційна спроможність до впровадження нових цифрових рішень і пілотних проєктів. – Позитивний імідж університету як технологічно орієнтованого закладу вищої освіти.	– Відсутність єдиної цифрової платформи «єдиного вікна» для вступників. – Фрагментарність організації роботи з вступниками. – Обмежене використання цифрових інструментів аналітики та прогнозування. – Недостатня інтеграція профорієнтаційної та довузівської роботи з потребами вступної кампанії.
Можливості	Загрози
– Подальша цифровізація процесів вступної кампанії та сервісів для вступників. – Залучення грантових і програмних ресурсів. – Розширення партнерської взаємодії із закладами загальної середньої та професійної (професійно-технічної) освіти.	– Зменшення кількості потенційних вступників. – Збереження підвищених безпекових ризиків у регіоні. – Посилення конкуренції з боку переміщених закладів вищої освіти та університетів інших регіонів.

Переваги. SWOT-аналіз засвідчує, що Університет володіє суттєвими внутрішніми перевагами, які формують стійке підґрунтя для організації та реалізації вступної кампанії навіть в умовах воєнного стану. Наявність базової цифрової інфраструктури, зокрема офіційного вебсайту, електронних сервісів

Розроблено:	Перевірено:	Дійсне з:
Вікторія БУРДЕЙНА	Елеонора ДАРМОФАЛ	25.12.2025

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 6 Всього сторінок 16
--	---	---

подання й обробки документів, а також дистанційних каналів комунікації, забезпечує безперервність і доступність вступних процедур для абітурієнтів.

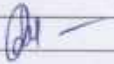
Важливою сильною стороною є сформовані команди працівників, які мають практичний досвід цифрової взаємодії зі вступниками через онлайн-консультування, соціальні мережі та месенджери, що дозволяє оперативно реагувати на запити та підвищувати рівень сервісної підтримки. Додатковий потенціал створює наявність довузівських і профорієнтаційних програм, які можуть бути інтегровані в цифрові канали комунікації та використані як ефективний інструмент залучення вступників.

Крім того, університет демонструє інституційну спроможність до впровадження нових цифрових рішень і участі в пілотних проєктах у взаємодії з МОН, НАЗЯВО та партнерами, що відкриває можливості для подальшої модернізації вступної кампанії. Позитивний імідж університету як технологічно орієнтованого закладу вищої освіти додатково підсилює довіру вступників до цифрових сервісів і дистанційних форматів взаємодії, сприяючи збереженню та розширенню контингенту здобувачів освіти.

Слабкі сторони. Водночас виявлені слабкі сторони свідчать про наявність суттєвих організаційно-цифрових обмежень у системі управління вступною кампанією. Відсутність єдиної цифрової платформи за принципом «єдиного вікна» для вступників зумовлює розпорошення інформації між різними каналами комунікації та ускладнює доступ до актуальних і своєчасних роз'яснень. Фрагментарна організація роботи з вступниками, зумовлена відсутністю централізованого координаційного та консультаційного центру, не дозволяє повною мірою використовувати потенціал наявних цифрових сервісів і знижує ефективність комунікаційних процесів.

Крім того, обмежене застосування цифрових інструментів аналітики та прогнозування у процесі планування вступної кампанії ускладнює формування цільових стратегій залучення вступників, оцінювання результативності профорієнтаційних заходів та вибір оптимальних каналів комунікації. Недостатня інтеграція профорієнтаційної та довузівської роботи з безпосередніми потребами вступної кампанії обмежує реалізацію партнерського потенціалу взаємодії із закладами загальної середньої та професійної освіти та стримує формування сталого контингенту вступників.

Можливості, що відкриваються перед закладом вищої освіти, є суттєвими та стратегічно значущими в контексті трансформації вступної кампанії. Подальша цифровізація процесів вступу та сервісів для вступників створює передумови для підвищення доступності й прозорості інформації, оперативності консультування та зменшення адміністративного навантаження на структурні підрозділи університету. Використання сучасних цифрових інструментів

Розроблено:	Перевірено:	Дійсне з:
Вікторія БУРДЕЙНА 	Елеонора ДАРМОФАЛ 	25.12.2025

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 7 Всього сторінок 16
---	--	---

дозволяє забезпечити безперервність комунікації зі вступниками незалежно від безпекової ситуації та територіального розташування.

Вагомим потенціалом є залучення грантових і програмних ресурсів, зокрема на розвиток цифрових рішень, профорієнтаційних заходів і консультаційних сервісів. Це дає змогу прискорити модернізацію вступної кампанії, упровадити інноваційні підходи до взаємодії з абітурієнтами та зменшити фінансове навантаження на університет.

Не менш важливою можливістю є розширення партнерської взаємодії із закладами загальної середньої та професійної (професійно-технічної) освіти, що сприятиме ранньому залученню потенційних вступників, формуванню сталої комунікації з учнівською молоддю та стабілізації контингенту здобувачів освіти.

Водночас ефективне використання зазначених можливостей є можливим лише за умови цілісної та скоординованої організаційної моделі вступної кампанії. З огляду на наявні зовнішні загрози — скорочення кількості вступників унаслідок демографічних і міграційних процесів, підвищені безпекові ризики прифронтового регіону та посилення конкуренції з боку переміщених закладів освіти й університетів інших регіонів — удосконалення вступної кампанії набуває характеру нагальної стратегічної необхідності.

Зазначені загрози мають системний характер і суттєво впливають на результативність вступної кампанії. Демографічні та міграційні процеси об'єктивно зменшують кількість потенційних вступників, що підвищує ризики скорочення контингенту здобувачів освіти. Підвищені безпекові ризики регіону додатково впливають на вибір абітурієнтів і їхніх батьків на користь закладів освіти, розташованих у відносно безпечніших регіонах. Водночас посилення конкуренції з боку переміщених і регіональних університетів, які активно використовують дистанційні формати навчання та інтенсивні маркетингові інструменти, потребує від університету посилення власної комунікаційної та сервісної політики у вступній кампанії.

Результати SWOT-аналізу свідчать, що університет має достатній внутрішній потенціал для модернізації вступної кампанії, зокрема розвинену базову цифрову інфраструктуру, сформовані команди з досвідом онлайн-взаємодії зі вступниками та позитивний імідж технологічно орієнтованого закладу вищої освіти. Водночас наявні організаційні та цифрові обмеження — відсутність єдиної платформи «єдиного вікна», фрагментарність роботи з вступниками, недостатнє використання аналітичних інструментів і слабка інтеграція довузівської підготовки з потребами вступної кампанії — потребують системного управлінського реагування.

Ураховуючи наявні можливості цифровізації, залучення грантових ресурсів і розширення партнерської взаємодії із закладами загальної середньої та професійної освіти, а також зовнішні загрози, пов'язані з демографічними та

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 8 Всього сторінок 16
--	--	---

міграційними процесами, безпековими ризиками та зростанням конкуренції між закладами вищої освіти, доцільним є перехід до інтегрованої сервісно-цифрової моделі управління вступною кампанією.

3.2. Створення інтегрованої моделі

«Вступна кампанія + довузівська підготовка + консультаційний сервіс + сектор рекламно-таргетованого просування»**

Запровадження інтегрованої моделі передбачає об'єднання процесів підготовки абітурієнтів до вступу, їх інформування та консультування, а також організацію роботи приймальної комісії в єдиному функціональному просторі. Реалізація такої моделі забезпечить:

- функціонування єдиної комунікаційної системи зі вступниками на всіх етапах вступу;
- підвищення рівня підготовленості абітурієнтів через системну взаємодію із закладами освіти та освітніми центрами;
- оперативне реагування на нестандартні ситуації, зумовлені воєнними ризиками, змінами нормативних умов вступу або індивідуальними освітніми траєкторіями;
- оперативне реагування на нестандартні ситуації, зумовлені воєнними ризиками, змінами нормативних умов вступу або індивідуальними освітніми траєкторіями;
- оптимальний розподіл організаційного та комунікаційного навантаження між структурними елементами інтегрованої моделі.

Таким чином, формується **єдиний Хаб вступника** як комплексний сервісний центр, що забезпечує інформування, консультування, підготовку та супровід абітурієнтів на всіх етапах вступної кампанії, сприяючи підвищенню її ефективності, прозорості та конкурентоспроможності університету.

IV. МОДЕЛЬ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЕТАПИ ТРАНСФОРМАЦІЇ

4.1. Структура Хабу вступника

Запропонована модель Хабу вступника передбачає формування **єдиної сервісно-координаційної структури**, діяльність якої ґрунтується на інтеграції ключових процесів вступної кампанії та довузівської підготовки. Структура Хабу вступника включає три функціональні блоки:

- **Блок довузівської підготовки** (просвітницько-профорієнтаційний напрям), який охоплює системну роботу із закладами загальної середньої та професійної (професійно-технічної) освіти, реалізацію профорієнтаційних заходів, організацію підготовчих курсів, а також комунікацію з потенційними вступниками на ранніх етапах формування освітньої траєкторії.
- **Консультаційний сервіс** (сервісно-комунікаційний напрям), спрямований

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 9 Всього сторінок 16
--	---	---

на надання інформаційної підтримки, індивідуального консультування та комплексного супроводу вступників, зокрема у нестандартних випадках, а також роботи з внутрішньо переміщеними особами та іншими вразливими категоріями.

- **Сектор рекламно-таргетованого просування** (маркетинговий напрям), що забезпечує реалізацію інформаційних кампаній, цифрове просування освітніх пропозицій університету, таргетовану комунікацію, а також системну роботу з соціальними мережами та іншими онлайн-каналами.

Роль приймальної комісії у межах цієї моделі полягає у виконанні **координаційної та контрольної функції**. Приймальна комісія не здійснює безпосереднього управління операційними процесами Хабу вступника, а забезпечує дотримання нормативних вимог, узгодженість процедур та координацію взаємодії між функціональними блоками без дублювання їх операційної діяльності.

4.2. Дорожня карта реалізації моделі

Етап 1. Організаційне формування структури (1–2 місяці)

Мета: створення управлінських і нормативних засад функціонування Хабу вступника.

Очікуваний результат: сформована організаційна структура та затверджена нормативна база для подальшої реалізації моделі.

Етап 2. Формування команди та підготовка персоналу (2–3 місяці)

Мета: забезпечення кадрової спроможності нового підрозділу.

Очікуваний результат: укомплектована та підготовлена команда Хабу вступника, здатна працювати в сервісно-цифровій моделі.

Етап 3. Розроблення та запуск вступних сервісів (3–6 місяців)

Мета: забезпечення доступності, безперервності та зручності вступних процесів для абітурієнтів.

Очікуваний результат: сформована та функціонуюча цифрова екосистема сервісів для вступників.

Етап 4. Інтеграція довузівської підготовки, комунікаційних і рекламно-таргетованих кампаній (упродовж року)

Мета: розширення охоплення потенційних вступників і підвищення привабливості університету шляхом системної комунікації, розвитку довузівської підготовки та застосування рекламно-таргетованих інструментів.

Очікуваний результат: зростання кількості мотивованих вступників, забезпечення раннього супроводу майбутніх абітурієнтів і розширення цільової аудиторії.

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 10 Всього сторінок 16
--	--	--

Етап 5. Реалізація вступної кампанії в оновленому форматі (щорічно)

Мета: забезпечення стабільного та якісного функціонування всієї системи.

Очікуваний результат: прозора, доступна та ефективна вступна кампанія.

Етап 6. Оцінювання результатів і вдосконалення процесів (після завершення вступної кампанії)

Мета: підвищення якості та ефективності вступних процесів на основі аналізу даних і зворотного зв'язку.

Очікуваний результат: системне та безперервне вдосконалення діяльності Хабу вступника.

4.3 Візія до 2026/2027 навчального року

До 2026/2027 навчального року має бути сформована повністю цифрова, сервісно-орієнтована, гнучка модель вступної кампанії, що відповідає принципам студентоцентрованого підходу та рекомендаціям ESG і здатна стабільно функціонувати в умовах воєнного стану та прифронтових ризиків.

V. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ

Реалізація моделі трансформації організаційних засад вступної кампанії, що передбачає структурне оновлення процесів, розширення консультаційних сервісів та інтеграцію довузівської підготовки, забезпечить досягнення низки результатів, які матимуть комплексний вплив як на ефективність вступної кампанії, так і на стратегічний розвиток закладу вищої освіти.

Передусім очікується стабілізація та зростання кількості вступників, у тому числі в умовах воєнного стану. Це стане можливим завдяки підвищенню доступності та зрозумілості інформації про умови вступу, оперативному реагуванню на запити абітурієнтів і формуванню системи постійного сервісного супроводу, що знижує інформаційні та психологічні бар'єри під час подання документів. Для закладу освіти, що функціонує в прифронтовому регіоні, зазначений результат має особливе значення з огляду на підвищену конкуренцію та безпекові ризики.

Другим очікуваним результатом є підвищення якості та ефективності комунікації зі вступниками. Функціонування Хабу вступника як єдиного координаційного та сервісного центру, а також використання цифрових інструментів (онлайн-платформ, чат-ботів, гарячих ліній) забезпечить швидкий обмін інформацією, уніфікацію відповідей на типові запити та зменшення кількості інформаційних розбіжностей. Це сприятиме формуванню прозорого, зрозумілого та зручного формату взаємодії між вступниками і закладом освіти.

Важливим результатом також стане зниження кількості помилок у документах та мінімізація кризових ситуацій у ході вступної кампанії.

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 11 Всього сторінок 16
--	--	---

Попередня підготовка вступників у межах довузівських програм, посилений консультаційний супровід і чітка структуризація етапів подання заяв сприятимуть правильному оформленню документів з першого разу, що зменшить навантаження на працівників та знизить ризики втрати вступниками можливості зарахування з технічних причин.

Крім того, удосконалення організаційної моделі вступної кампанії сприятиме посиленню іміджу закладу вищої освіти в умовах міжуніверситетської конкуренції. Сервісна орієнтованість, відкритість, оперативність та готовність працювати в умовах невизначеності формують позитивне сприйняття університету з боку вступників, їхніх батьків і партнерів, підвищуючи рівень довіри та привабливість освітньої пропозиції.

У довгостроковій перспективі впровадження зазначених змін забезпечить формування сучасної, цифрово орієнтованої сервісної моделі вступу, що відповідатиме міжнародним практикам та рекомендаціям Європейського простору вищої освіти. Уніфікованість процедур, якісна цифрова інфраструктура та орієнтація на потреби вступників сприятимуть підвищенню інституційної стійкості університету та його здатності адаптуватися до динамічних зовнішніх умов.

VI. КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ (KPI)

Для оцінювання результативності впровадження нової моделі вступної кампанії запроваджується система ключових показників ефективності (KPI), яка забезпечує моніторинг динаміки змін, оцінювання досягнення запланованих результатів і своєчасне коригування управлінських рішень відповідно до зовнішніх умов та внутрішніх потреб закладу освіти.

Система ключових показників ефективності (KPI) структурована за п'ятьма взаємопов'язаними групами: комунікаційно-сервісні показники, організаційні показники, показники результативності вступної кампанії, показники довузівської підготовки та показники ефективності рекламно-таргетованих кампаній.

До **комунікаційно-сервісних показників** належать середній час реагування консультанта на звернення вступників (до 30 хвилин у робочий час та до 12 годин у позаробочий), рівень задоволеності вступників якістю консультаційних послуг (не нижче 4,5 бала з 5 можливих), а також загальна кількість опрацьованих звернень через усі канали комунікації.

Організаційна ефективність оцінюється за показниками частки помилок у поданих документах (не більше 5–7 %), середнього часу опрацювання документів, а також стабільності функціонування цифрових сервісів, що забезпечують реалізацію вступних процедур.

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 12 Всього сторінок 16
---	--	--

До показників результативності вступної кампанії належать загальна кількість зарахованих вступників, рівень конверсії за ключовими етапами «звернення → подання документів → зарахування», а також частка вступників із прифронтових територій та внутрішньо переміщених осіб, що відображає рівень доступності та соціальної орієнтованості вступної кампанії.

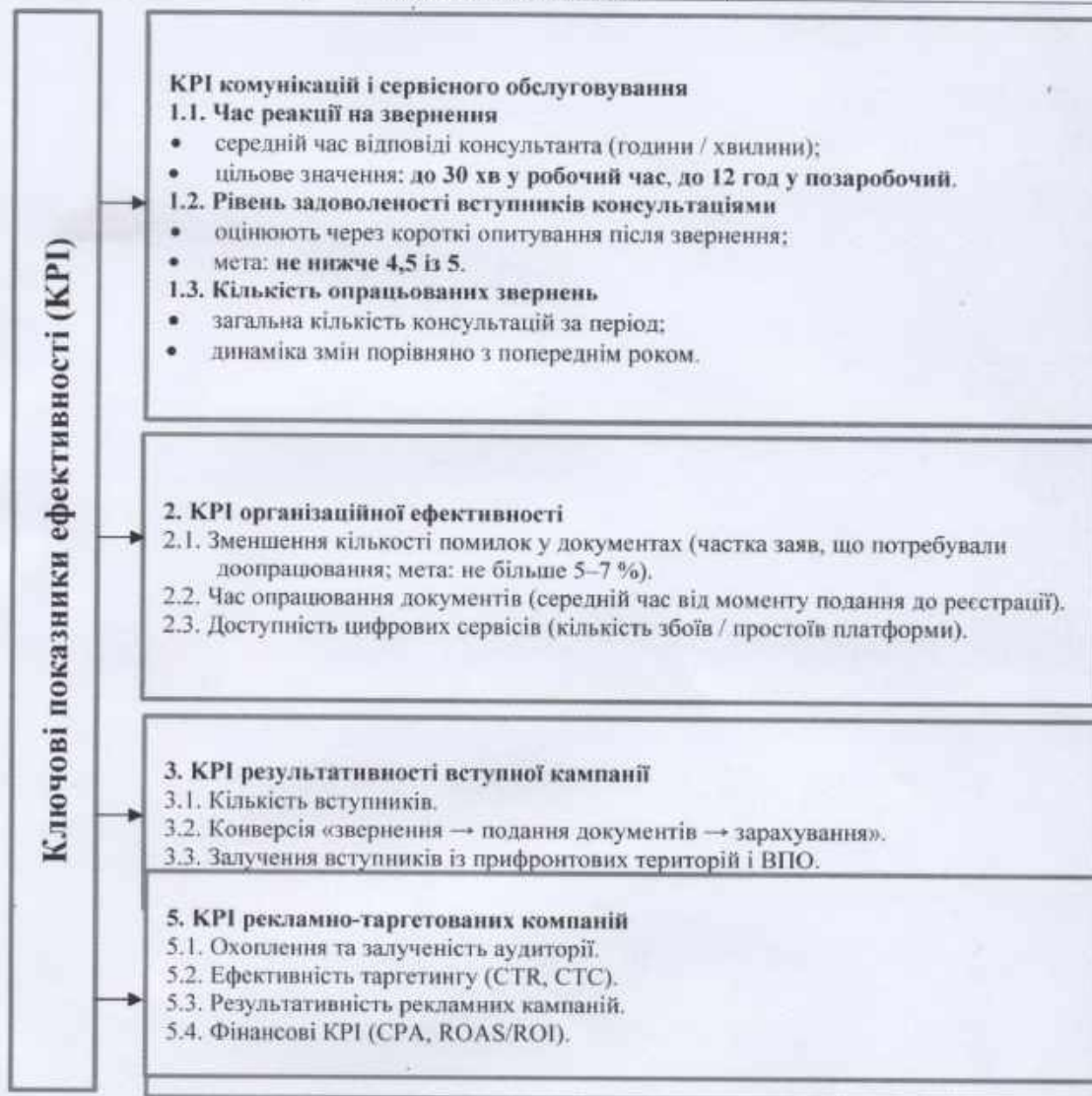
У межах довузівської підготовки оцінюються кількість учасників підготовчих курсів, частка вступників, які пройшли довузівську підготовку, а також кількість реалізованих профорієнтаційних заходів у співпраці із закладами загальної середньої та професійної (професійно-технічної) освіти.

Показники ефективності рекламно-таргетованих кампаній охоплюють рівень охоплення та залученості цільової аудиторії, показники ефективності таргетингу (CTR, CTC), результативність рекламних кампаній у вигляді кількості звернень та конверсій, а також фінансові показники (CPA, ROAS/ROI), що дозволяють оцінити доцільність і ефективність використання ресурсів на цифрове просування.

Система KPI підлягає щорічному перегляду та актуалізації за результатами вступної кампанії, що забезпечує гнучкість, адаптивність і відповідність моделі вступу динаміці зовнішнього середовища та стратегічним цілям закладу вищої освіти.

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Национальний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 13 Всього сторінок 16
--	--	--



VII. ВИСНОВОК.

Запропонована стратегія формує цілісну, сучасну та сервісно орієнтовану модель вступної кампанії, що відповідає міжнародним стандартам якості (ESG), ураховує умови воєнного стану, специфіку прифронтового регіону та сучасні тенденції цифрової трансформації у сфері вищої освіти. Створення Хабу вступника як інтегрованої структури, що поєднує довузівську підготовку, консультаційний сервіс і сектор рекламно-таргетованого просування, забезпечує комплексний і безперервний супровід вступників на всіх етапах вступної кампанії.

Реалізація запропонованої моделі, підкріплена поетапною дорожньою картою та системою ключових показників ефективності, дозволяє здійснювати управління вступною кампанією на основі даних, забезпечуючи контроль якості

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ	Дійсне з: 25.12.2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------

 Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»	СТРАТЕГІЯ трансформації організаційних засад доуніверситетської освіти та вступної кампанії в умовах воєнного стану та з огляду на особливості прифронтового регіону	СУЯ ХАІ-ЦЯО-С/002:2025 Дата: 24.12.2025 Редакція 1.0 Стор. 14 Всього сторінок 16
--	--	--

комунікацій і сервісів, організаційної спроможності, результативності вступу, ефективності довузівської підготовки та рекламно-таргетованих заходів. Такий підхід створює умови для підвищення прозорості процесів, зменшення ризиків помилок і оперативного реагування на зміни зовнішнього середовища.

У довгостроковій перспективі впровадження зазначеної моделі сприятиме зміцненню інституційної стійкості університету, посиленню його конкурентоспроможності та формуванню позитивного іміджу як технологічно орієнтованого й клієнтоцентричного закладу вищої освіти, здатного стабільно функціонувати та розвиватися в умовах невизначеності й трансформаційних викликів.

VIII. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

8.1. Ця Стратегія набирає чинності з дня її затвердження вченою радою Університету та вводиться в дію наказом ректора Університету.

8.2. Зміни та доповнення до цієї Стратегії вносяться у порядку, визначеному для її затвердження, та набирають чинності з дня введення їх у дію наказом ректора.

8.3. Відносини, що не врегульовані цією Стратегією, регулюються відповідно до чинного законодавства України.

Погоджено:

Проректор
з науково-педагогічної роботи

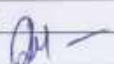
Директор Центру якості освіти,
ліцензування та акредитації

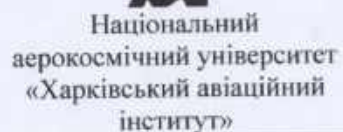
Начальник юридичного відділу

 Андрій ГУМЕННИЙ

 Елеонора ДАРМОФАЛ

 Сергій ОРЛОВ

Розроблено: Вікторія БУРДЕЙНА 	Перевірено: Елеонора ДАРМОФАЛ 	Дійсне з: 25.12.2025
--	--	-------------------------



СТРАТЕГІЯ
трансформації організаційних засад
доуніверситетської освіти та
вступної кампанії в умовах воєнного
стану та з огляду на особливості
прифронтового регіону

Всього сторінок 16

ЛИСТ ОБЛІКУ ОЗНАЙОМЛЕННЯ

Зі Стратегією ознайомлений:

[illegible]

Розроблено:
Вікторія БУРДЕЙНА

Перевірено:
Елеонора ДАРМОФАЛІ

Дійсне з:
25.12.2025

