

Література:

1. Гуров, Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в сети / Филипп Гуров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://royallib.com/book/gurov_filipp/prodvigienie_biznesa_v_internet_vse_o_PR_i_reklame_v_seti.html
2. Ших, К Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса / Клара Ших [Електронний ресурс]– Режим доступу: <http://fanread.ru/book/6524648/>
3. Хайят, М. Платформа: как стать заметным в интернете / Майкл Хайят [Текст]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 150с.
4. Халифов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халифов [Текст]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.

Лілія Присяжна
Національна юридична бібліотека
Національної бібліотеки України імені
В.І.Вернадського НАН України,
м. Київ, Україна

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ЕФЕКТИВНА МАРКЕТИНГОВА ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК

***Анотація.** Нові інформаційні технології зумовили перегляд фундаментальних уявлень щодо ролі і місця бібліотек у суспільстві, основних принципів організації бібліотечної справи. Як показує практика, однією з ефективних маркетингових технологій для просування інновацій є бенчмаркінг.*

***Ключові слова:** інноваційна діяльність бібліотек, бенчмаркінг, приклади передового досвіду, НБУВ, СІАЗ, Національна наукова медична бібліотека України, міська спеціалізована молодіжна бібліотека «Молода гвардія», публічна бібліотека ім. Лесі Українки, бібліотека ім. В. Дубініна для дітей, бібліотека ім. М.Костомарова.*

Присяжная Л. В. Бенчмаркинг как эффективная маркетинговая технология развития современных библиотек

***Аннотация.** Новые информационные технологии обусловили пересмотр фундаментальных представлений о роли и места библиотек в обществе, основных принципов организации библиотечного дела. Как показывает практика, одной из эффективных маркетинговых технологий для продвижения инноваций является бенчмаркинг.*

Ключевые слова: инновационная деятельность библиотек, бенчмаркинг, примеры передового опыта, Национальная библиотека им. В. И. Вернадского, СИАЗ, Национальная научная медицинская библиотека Украины, городская специализированная молодежная библиотека «Молодая гвардия», публичная библиотека им. Леси Украинки, библиотека им. В. Дубинина для детей, библиотека им. Костомарова.

Prysiashna L. V. Benchmarking as an effective marketing technique of modern libraries

Annotation. *New information technologies led to revision of the fundamental ideas about the role and place of libraries in society, the basic principles of librarianship. In practice, one of the most effective marketing techniques to promote innovation is benchmarking.*

Keywords: *libraries innovation, benchmarking, examples of progressive methods, V. I. Vernadsky National Library of Ukraine, SIAZ, National Scientific Medical Library of Ukraine, Specialized City Youth Library «Young Guard», the Public Library of Ukrainian Lesya, Library of Vladimir Dubinin for children, Library of M.Kostomarov.*

Бібліотека як соціальний інститут суспільства виникла для задоволення інформаційних потреб суспільства. Збираючи, використовуючи, зберігаючи інформацію, передаючи в часі й просторі духовні та інтелектуальні здобутки людства, бібліотеки стали важливою ланкою в системі інформаційних комунікацій суспільства.

До 90-х рр. XX ст. функції бібліотек розглядались з позиції соціального призначення бібліотек у культурологічному та ідеологічному аспектах і задоволенні потреб населення і науки у творах друку.

Нові інформаційні технології зумовили перегляд фундаментальних уявлень щодо ролі і місця бібліотек у суспільстві, основних принципів організації бібліотечної справи.

Аналіз бібліотекознавчої літератури показав, що вчені у своїх працях розглядають бібліотеки як інтелектуальні центри, що перетворюються на інфополіси – науково-дослідні, інформаційні, бібліотечні, видавничі й культурно-освітні комплекси з розвиненою інфраструктурою формування й аналітико-синтетичної обробки документних потоків для інформаційного забезпечення науки, виробництва, освіти, культури тощо [2].

Можна цілком погодитись з думкою академіка НАН України О. Онищенка, що поява «нових структурних підрозділів, які перетворюються на бібліотечно-інформаційні та науково-дослідні центри дають змогу виконувати нові функції бібліотекам. Цей процес характеризується незворотнім перетворенням бібліотек зі сховищ документів у сховища знань» [4].

Також слушною є думка В. Ільганаєвої про те, що недооцінювання бібліотек «як соціально-комунікаційних інституцій, які виникли, були, є і будуть носіями комунікаційної культури суспільства, призводять до порушень не тільки в системі знань про бібліотеку і діяльність у бібліотеках, але й позначаються на всіх процесах організації та управління їхнім розвитком. Прикладом схожих ситуацій стосовно інформаційної діяльності може слугувати період створення системи науково-технічної інформації (НТІ) в СРСР» [1, с. 110]. Вчена визнає, що «під впливом структурно-діяльнісних трансформацій бібліотечна діяльність стала: за характером – індустріальною; за формою організації – науково-інтелектуальним виробництвом; за методами – інформаційно-аналітичною і когнітивною» [1, с. 111–112].

Загалом інноваційна діяльність бібліотек розглядається вченими як маркетингова (І. Давидова, О. Воскобойнікова-Гузєва, В. Ключев), комерційна (М. Соловйова), бібліотечно-інформаційна (І. Пілко), інформаційно-аналітична діяльність (В. Горовий, О. Кобєлев, П. Конотопов, І. Кузнецов, Ю. Курносков, Г. Сілкова, Н. Сляднева) та бібліотечно-інформаційний сервіс (В. Брежнєва, В. Мінкіна) [6].

Утім, розглядаючи інноваційну діяльність бібліотеки як сукупність пріоритетних напрямів діяльності, спрямованих на підвищення ефективності та якості забезпечення суспільних потреб, можна констатувати, що реалізація певної стратегії розвитку бібліотек можлива на основі побудови ефективної системи взаємовідносин із зовнішнім середовищем та раціональним використанням внутрішнього потенціалу [5].

Іншими словами, бібліотечні установи нині потребують креативних маркетингових інформаційно-комунікаційних технологій.

Адаптуючи теорію і методологію класичного маркетингу, бібліотеки мають можливість успішно здійснювати комунікаційну

політику, маркетингове планування і контроль, аналіз ринку бібліотечно-інформаційної продукції і послуг тощо.

Як показує практика, однією з ефективних маркетингових інформаційно-комунікаційних технологій для просування інновацій є бенчмаркінг.

Термін «бенчмаркінг» походить від англійського слова *benchmark* (українською перекладається як «зарубка», «початок відліку», еталонне порівняння, критерій). У найбільш загальному сенсі *benchmark* – це щось, що володіє певною кількістю, якістю і здатністю бути використаним як еталон при порівнянні з іншими предметами.

Основна ідея бенчмаркінгу полягає у визначенні та адаптації передових досягнень в даній області до умов власної організації.

Зокрема, на думку Н. Ніколаєнко, використання в бібліотеці бенчмаркінгових технологій дозволить не тільки дізнатися про слабкі місця у своїй діяльності і причини недоліків у порівнянні з бібліотеками-лідерами, але й допоможе оцінити організаційну культуру управлінського апарату бібліотеки, конкурентоспроможність бібліотеки, знайти шляхи безперервного вдосконалення виробничо-технологічної діяльності задля підвищення ефективності власної діяльності, визначити шляхи переходу на якісно новий рівень інформаційного забезпечення користувачів, популяризації бібліотечно-інформаційних ресурсів та послуг у мережевому середовищі тощо [3].

Наприклад, у цьому контексті цікавим є досвід Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, яка у своїй діяльності в нових умовах вдалася до нестандартних організаційних рішень, зокрема, до створення спеціального підрозділу – Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (СІАЗ), яка займалася підготовкою матеріалів, орієнтованих безпосередньо на задоволення інформаційно-аналітичних запитів органів державної влади всіх рівнів, громадських організацій, економічних структур, наукових працівників, які цікавляться суспільствознавчою тематикою.

Сьогодні діяльність СІАЗ спрямовується на забезпечення оперативної та якісної обробки масивів нової інформації, сприяння веденню в обіг наявних суспільно значущих інформаційних фондів, творення вторинної інформації за принципом «інформація на базі

інформації», а також аналіз зарубіжного досвіду суспільних перетворень і його адаптація до вітчизняних реалій.

Також заслуговують на увагу і бути використаним у своїх діяльності такі послуги, як переклад текстів з іноземних мов на українську чи російську та їхнє редагування, які надає Національна наукова медична бібліотека України; дистанційні курси «English123 в бібліотеці», консультації юристів, кабінет профорієнтації для старшокласників, електронні сервіси «Довідкове бюро» та «Реєстраційне бюро», інформаційне забезпечення безперервної освіти та кар'єри, які пропонує міська спеціалізована молодіжна бібліотека «Молода гвардія» (це дозволило бібліотеці за 2 останні роки збільшити кількість читачів з 13 500 тисяч до 15 200); безкоштовні курси з пошуку інформації в Інтернеті, що може бути цікавим літнім людям, кінопокази фільмів мовою оригіналу, доступ до бази даних «ЛІГА: ЗАКОН» – системи інформаційно-правового забезпечення, що містить повний комплекс нормативно-правових документів, а також аналітичну, консультаційну, довідкову та оглядову інформацію з питань законодавства, які надає публічна бібліотека ім. Лесі Українки.

Корисним є досвід бібліотеки ім. В. Дубініна для дітей, яка пропонує послуги няні у спеціальній кімнаті казок, де батьки мають можливість залишити дитину на кілька годин під пильною увагою бібліотекаря, який читатиме малюку книги і не тільки. У свою чергу, бібліотека ім. М. Костомарова пропагує освіту протягом усього життя, відкривши «Університет третього віку», що дає змогу літнім людям збиратися на тематичні заходи, читання, екскурсії. Також бібліотека приєдналася до Всеукраїнського освітнього проекту для школярів Code Club Ukraine, під час якого учні навчаються комп'ютерному програмуванню тощо.

Отже, як бачимо, світ сучасних бібліотек змінюється. Звичайно, в Інтернеті сьогодні існує безліч фірм, які виконують функції бібліотеки щодо забезпечення сучасних користувачів необхідною інформацією. Серед них – інформаційні агентства, інформаційні портали, інформаційні сайти, бази даних тощо, які створюють комфортні умови надання користувачу інформації. Наприклад, електронні повнотекстові документи надсилаються на особисті комп'ютери замовників у будь-який час і в різні місця.

Тому не викликає сумніву те, щоб утримати свої позиції у сучасному інформаційно-комунікаційному просторі суспільства

бібліотеки мають активно освоювати нові інформаційні технології – видавничі, рекламні, гіпертекстові, мультимедійні, телекомунікаційні, електронізацію інформаційних ресурсів, комп'ютерну обробку інформації тощо [7].

Утім, за словами віце-президента Library Support Services at Library Systems and Services Стіва Коффмана, сучасним бібліотекам є, що запропонувати. «Незважаючи на те, що у бібліотек з'явилося багато конкурентів, ще не існує сервісу, який міг би повністю замінити компетентного бібліотекаря. Це те, на що бібліотеки все ще можуть розраховувати. Хтось повинен контролювати роботу агрегаторів і направляти людей саме на джерела тієї інформації, яка їм потрібна, не важливо, де вона знаходиться. Хтось повинен очолювати роботу кураторів і хтось повинен знаходити потрібні посилання, коли Google або користувач не зміг знайти їх сам. Всіма цими людьми можуть стати бібліотекарі. І, якщо вони дійсно захочуть це зробити, попереду у них багато роботи» [8].

Література

1. *Ільганаєва В. О.* Аналітика в структурі бібліотечної діяльності [Текст] / В. О. Ільганаєва // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. – Х. : ХДАК, 2007. – Вип. 23. – С.109–117
2. *Кобелев О. М.* Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні [Текст] : монографія / О. М. Кобелев ; Харк. держ. акад. культури. – Х. : ХДАК, 2012. – 245 с. : рис., табл. – (Аналітика). – Бібліогр.: с. 209–245
3. *Ніколаєнко Н. М.* Бенчмаркінг – ключ до створення конкурентної бібліотеки: теоретичний аспект [Електронний ресурс] / Н. М. Ніколаєнко. – Режим доступу: http://www.google.com.ua/url?url=http://library.nlu.edu.ua/BIBLIOTEKA/Web-konf-2014/Statti_Tezu/Nikolaenko.doc&rct=j&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwiUodqE5InLAhXlVnIKHfVdAMIQFggTMAA&usg=AFQjCNE lItJmHe9U2im5Bt93kSJAzhEphw. – Назва з екрана.
4. *Онищенко О. С.* Українські бібліотеки у 90-роках ХХ століття. Основні тенденції розвитку та напрями діяльності [Текст] / О. С. Онищенко // Бібл. вісн. – 2009. – № 3. – С. 12–23
5. *Петрова Л.* Сучасна бібліотека: цілі і стратегії розвитку [Текст] / Л. Петрова // Вісн. Кн. палати. – 2001. – № 10. – С. 18–23

6. *Присяжна Л. В.* Економічна періодика як ресурс підготовки бібліотечних інформаційно-аналітичних видань для управлінських структур [Текст] : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.03 / Л. В. Присяжна ; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 265 с.
7. *Присяжна Л. В.* Роль сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій у контексті розвитку бібліотек [Текст] / Л. В. Присяжна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 30. – С. 229.
8. *Coffman S.* The Decline and Fall of the Library Empire [Electronic resource] / Steve Coffman. – Mode of access: <http://www.infotoday.com/searcher/apr12/Coffman--The-Dcline-and-Fall-of-the-Library-Empire.shtml>. – Title from the screen.

Сергій Пухтій
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту,
Черкаси, Україна

ВЕБ-САЙТ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК ОСНОВНА ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНА ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ

Доведена необхідність розробки веб-сайтів для органів місцевого самоврядування. Схарактеризовано інструменти і ресурси Інтернета для створення і підтримки офіційних сайтів для сільських і селищних рад.

Ключові слова: веб-сайт, орган місцевого самоврядування, публічна інформація, Інтернет-ресурси.

Обоснована необходимость разработки веб-сайтов для органов местного самоуправления. Охарактеризованы инструменты и ресурсы Интернета для создания и поддержки официальных сайтов для сельских и поселковых советов.

Ключевые слова: веб-сайт, орган местного самоуправления, публичная информация, Интернет-ресурсы.

The necessity of developing+ web sites for local governments. Characterized tools and Internet resources to create and maintain official websites for village and town councils.