

Аналіз запропонованих етапів, процесів, операцій та співвідношення їх з принципами і законами брендингу дозволяє зробити висновок: необхідний універсальний інструмент, що дозволяє реалізувати дані пропозиції найбільш ефективно, раціонально та оптимально. Таким інструментом є аналітика, яка використовує стратегічні, символічні, рекламні та PR-технології у бібліотечно-бібліографічній та інформаційній діяльності.

Слід зазначити, що бібліотеки освітніх закладів пропонують схожі інформаційні продукти, послуги та технології. Сьогодні треба володіти такими ресурсами, потенціалом, характеристикою, в яких бібліотека сильніше інших. Тобто, володіти «відмінною компетенцією». Саме відмінна компетенція повинна стати базовою характеристикою в брендингу бібліотеки. Однак, вона є не у всіх бібліотек, тому потрібно на основі самообстеження діяльності, а також вивчення досвіду інших бібліотечних установ, знаходити та розвивати свою «родзинку».

#### **Список використаних джерел:**

1. Райс Эл 22 закона создания бренда / Лора Райс, Эл Райс. – АСТ, 2004. – 160 с.
2. Гришанин Н. В. Брендинг: учеб. пособие // Н. В. Гришанин; Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2009. – 280 с.
3. Анхолт С. Брендинг: дорога к мировому рынку / С. Анхолт. – М., 2004. – 272 с.

**Скитер Т.М.**

*студент,*

*Київський національний університет культури і мистецтв*

## **ПЕРСПЕКТИВИ ПРОСУВАННЯ БІБЛІОТЕЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства в Україні, в більшості випадках, розглядаються лише традиційні методи просування бібліотечних послуг, тому виникає необхідність оновлення та збагачення колишніх теоретичних і практичних знань для того, щоб український користувач мав бажання відвідувати бібліотеку на постійній основі, а не лише у разі необхідності. Адже, бібліотека – є виробником інформаційних продуктів і послуг, основний і історично первісний інститут, що забезпечує суспільне використання соціально-значущої документної інформації [4]. Саме тому, ця установа покликана розуміти поточні та прогнозувати перспективні інформаційні потреби користувачів, створювати й надавати відповідні послуги. Тож, головним для роботи бібліотеки має стати модернізація змісту діяльності та задоволення усвідомленої потреби користувача.

Особливого імпульсу інноваційному розвитку бібліотечним інституціям надав проект «Бібліоміст», внаслідок якого, бібліотеки отримали сучасне технічне обладнання запровадили ряд важливих ініціатив, спрямованих на покращення життя користувачів. На сьогодні, спостерігаються тенденції до

покращення організації бібліотечного простору, соціокультурної, маркетингової діяльності бібліотек [5].

Форма надання бібліотечних послуг залежить від функцій, які вони виконують, від рівня розвитку бібліотечних технологій, а також від зміни соціальної ролі читання та інформаційних потреб користувачів. Специфіка бібліотечної послуги полягає в тому, що її виробництво є наслідком трансформації виробничих ресурсів в інтелектуальну продукцію. Інтелектуальні продукти бібліотечної діяльності визначаються сукупністю корисних властивостей, але не завжди мають товарний характер і економічний ефект. Система бібліотечного обслуговування – невід’ємна частина внутрішнього економічного простору бібліотеки.

Зазвичай, бібліотечні послуги це послуги з видачі документно-аналітичних, первинних, перекладацьких документів; копіювальні, навчально-консультативні, палітурні послуги; інформування про нові надходження. Відповідно до предмета вимог, характеризують також послуги з розповсюдження знань, розкриття й актуалізації документів, організації спілкування, створення бібліотечного комфорту [1]. Також відповідно до Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» визначено перелік надання бібліотеками державної та комунальної власності платних послуг.

Відносно новими і перспективними напрямками освітньої діяльності бібліотек стають: організація комп’ютерних класів, навчання основам комп’ютерної грамотності, участь у проектах і програмах дистанційного навчання, безперервної освіти, перекваліфікація кадрів. Впровадження нових інформаційних технологій у бібліотечну практику, активізувало значення освітніх послуг, пов’язаних із навчанням і підвищенням кваліфікації бібліотечних спеціалістів (професійні консультації, курси, семінари, індивідуальне і групове стажування та ін.).

Бібліотека сучасності поступово переорієнтовується на обслуговування не на читача взагалі, а на задоволення попиту конкретного відвідувача, користувача, споживача. Саме тому, бібліотекарі повинні акцентувати увагу на використанні нових форм обслуговування громадян, а не традиційних, таких, як видача книжок. І, як наслідок, свою діяльність бібліотеки мають будувати на розумному співвідношенні безоплатного обслуговування і платних послуг.

Окрім надання нових послуг користувачам, бібліотеки в партнерстві з різними організаціями повинні впроваджувати проекти, що сприятимуть місцевому розвитку й зміцнюватимуть громади. Основною формою просування бібліотечного сервісу може бути реклама, адже вона дає можливість залучення широкої аудиторії потенційних спонсорів, ділових партнерів, користувачів, стимулювання в населення зацікавленості до бібліотечної діяльності, сприяння росту реалізації послуг, що надаються, формуванню нових потреб і утвердження в користувачів необхідності у бібліотечних послугах; закріплення в пам’яті користувачів інформації про бібліотечний сервіс і створення мотивації для його використання [2].

Організація бібліотечного простору необхідна для привернення уваги користувачів та просуванню послуг. Вона включає: організацію в приміщенні

установи зон для відпочинку; безбар'єрний доступ до літератури; довідкові послуги в режимі «chat»; доступність сервісних послуг; зручний графік роботи; до реєстраційне консультування; супровід людей з особливими потребами та відвідувачів із дітьми; інформування за допомогою електронного навігатора, електронний формуляр.

Яскравим прикладом отримання економічних вигод може стати впровадження плати за надання послуг в оформленні реєстраційних документів користувачів бібліотек. Для віддалених користувачів саме розроблено так звану картку для віртуального користувача, тобто фізично він не знаходиться в зоні обслуговування бібліотеки, а лише входить до її ресурсів через локальні мережі або Інтернет. Віртуальний читач має інші вимоги до бібліотечного обслуговування та переліку додаткових послуг. Він бажає отримати всю необхідну йому інформацію в електронному вигляді і не витратити час на реальне відвідування бібліотеки. Взагалі, більшість сучасних користувачів зацікавлені у послугах, що включають у себе:

- електронні каталоги бібліотечних ресурсів, причому бажано у вигляді зведеного електронного каталогу;

- електронні бібліотеки, в тому числі створені шляхом оцифрування найбільш запитуваних бібліотечних документів та унікальних книжкових пам'яток, які зберігаються в бібліотечних фондах;

- повнотекстові бази даних;

- електронна доставка документів, тобто можливість замовити сканування та отримати на свою електронну пошту копію бібліотечних документів;

- віртуальні довідки та консультації, віртуальні виставки;

- можливість замовити необхідні документи електронною поштою, або телефоном і отримати повідомлення про виконання замовлення.

Тобто, користувач потребує не стільки створення умов для поліпшення доступу до фондів, скільки вдосконалення самої методики надання інформаційних послуг. Бібліотека в поєднанні з електронними технологіями, акумульованою інформацією та іншими носіями, забезпечує ефективне використання інформаційних фондів. Таким чином, сучасна бібліотека може надавати користувачам широкий спектр інформаційних послуг. Формування перспективної асортиментної політики бібліотеки потребує вивчення попиту на інформаційні послуги, знання тенденції розвитку інформаційного сервісу до цілеспрямованої роботи з актуалізації й інформаційної кваліфікації бібліотечного персоналу. Все це сприяє зростанню суспільної уваги і, головне, зростаючої затребуваності бібліотечних послуг у сучасних умовах.

### **Список використаних джерел:**

1. Амеліна Є. Інноваційні послуги сучасних українських бібліотек / Є. Амеліна, В. Пілярчук // Бібл. планета. – 2012. – № 1. – С. 14-19.

2. Гончар А.Ю. Бібліотечна реклами як інструмент позитивного іміджу бібліотеки / А. Гончар // Бібліотеки і суспільство: рух у часі та просторі : матеріали II наук.-практ. інтернет-конф. НБ ХНМУ, Харків, 24-31 жовт. 2016 р. / Харк. нац. мед. ун-т. – Харків, 2016. – С. 1-8.

3. Пилко И.С. Информационные и библиотечные технологии : учеб. пособ. / И.С. Пилко. – СПб. : Профессия, 2006. – 342 с.
4. Про бібліотеки та бібліотечну справу [Текст]: Закон України: за станом на 20 лип. 2000 р. / Верх. Рада України. – Офіц. вид. – К., 2000. – 23 с. – (Закони України).
5. Скаченко О. Перспективи та інновації у бібліотеках ХХІ століття / О. Скаченко // Вісн. Кн. палати. – 2015. – № 8. – С. 51-52.