

page and other separate departments web pages) an effective communicational tool, an important net channel for the branding information spreading by means of which the effective interaction with the target audience appears.

Keywords: social media, virtual library representation, corporate media project, branding communication.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2017 р.

УДК 021.7:004.65:005.5

Жанна Самохіна,

молодш. наук. співробітник

Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

**АСПЕКТИ
МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕКИ:
РЕКЛАМА ЕЛЕКТРОННИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ**

Стаття висвітлює місце новітніх інформаційних технологій у рекламуванні бібліотекою електронних інформаційних ресурсів. Показана роль бібліотечної реклами у просуванні електронних продуктів і послуг. Розглянуто діяльність Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ) у сфері освоєння електронних технологій, створення та надання користувачам електронних ресурсів. Висвітлено особливості використання НБУВ можливостей інтернет-реклами як ефективного інструменту інформаційно-комунікаційної діяльності. Розглядаються особливості формування нових актуальних електронних науково-інформаційних продуктів у НБУВ.

Ключові слова: інтернет-реклама, електронні науково-інформаційні ресурси, інформаційні технології, інтернет-простір.

Розвиток і впровадження в повсякденне життя обчислювальної техніки і новітніх інформаційних технологій виробляють глибокі зміни в усіх сферах нашого життя. Торкнулися ці зміни і бібліотек. Масова комп'ютеризація бібліотек спричинила за собою перетворення всієї бібліотечної сфери, зумовила бурхливий розвиток реклами, що базується на сучасних комп'ютерних та інтернет-технологіях.

Ефективна реклама допомагає:

- підвищити авторитет бібліотеки, робить позитивні зміни в роботі бібліотеки зримими для читачів і керівництва;
- полегшує ділові контакти з тими, від кого залежить благополуччя бібліотеки;
- залучає потенційних читачів, підвищує відвідуваність і книговидачу;
- сприяє залученню позабюджетних коштів;
- стимулює творчий потенціал бібліотекарів, протистоїть рутині бібліотечної роботи, змінює професійну свідомість бібліотекаря.

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (НБУВ)

постійно нарощує обсяги робіт з освоєння електронних технологій, створення та надання користувачам електронних продуктів і послуг, адже сьогодення вимагає новітніх форм роботи бібліотеки.

Електронні ресурси стають важливим компонентом документно-інформаційних ресурсів сучасної бібліотеки в умовах розвитку комунікаційних та інформаційних технологій. Вони, поряд з друкowanymi формами, сьогодні розглядаються як одне з документних утворень загального фонду сучасної бібліотеки. Створення повнотекстових електронних ресурсів, нових колекцій шляхом оцифрування власних фондів дозволяє розширити область використання традиційного фонду шляхом організації інформаційного обслуговування в локальному і віддаленому режимах.

Сховище електронних документів являє собою електронну бібліотеку, яка володіє механізмами для ефективного доступу і роботи з цими ресурсами. На думку зарубіжних спеціалістів, бібліотеки XXI ст. – це електронні бібліотеки, які являють собою електронну мережу, що з'єднує бібліотеку з зовнішнім світом через електронні технології. В перспективі фонди, каталоги, повнотекстові ресурси усіх бібліотек будуть розглядатися як складові частини єдиної електронної бібліотеки [1].

Тобто, електронні бібліотеки відрізняються від традиційних не стільки тим, що використовують електронний формат видань, а в першу чергу тим, що забезпечують доступ до віддаленого, розподіленого та різноманітного ресурсу за допомогою телекомунікаційних технологій.

В сучасних умовах постійного нарощення електронних інформаційних ресурсів у користувачів бібліотек виникає гостра необхідність в обізнаності щодо новітніх бібліотечних інформаційних технологій.

У Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадського активно впроваджуються та популяризуються бібліотечно-інформаційні ресурси, створюються нові власні електронні продукти, забезпечується оперативний доступ до інформації, використовуються різноманітні технології пошуку інформації. Бібліотека займається пошуком, аналізом і збереженням електронної продукції, забезпечує доступ до електронних ресурсів, проводить їх каталогізацію, забезпечує їх структурування та упорядкування.

Використання інтернет-технологій відкриває доступ до світових електронних ресурсів. Працівники НБУВ, структуруючи інтернет-ресурси, виступають провайдерами якісної інформації, надають доступ до

електронних інформаційних ресурсів, навчають ефективно шукати інформацію в Інтернеті та користуватися сучасними інформаційними технологіями.

Необхідність більш повного задоволення різноманітних запитів користувачів, підвищення ефективності та оперативності обслуговування сприяють використанню в роботі НБУВ нових інформаційних технологій і освоєнню нею широкого спектра інформаційних послуг. За умов активного використання мережі Інтернет інформаційні матеріали в електронному форматі набувають підвищеного попиту з боку користувачів. Це потребує якісного вдосконалення системи бібліотечно-інформаційного обслуговування, яка базується на електронних інформаційних ресурсах бібліотеки. Бібліотека поєднує традиційні та електронні інформаційні ресурси, впроваджує інноваційні бібліотечні технології [2].

Просування і розвиток бібліотечних послуг в сучасних умовах спирається на використання засобів маркетингових е-комунікацій, покликаних стимулювати інтерес читачів до бібліотек як до центрів зосередження суспільного знання та інформації.

Однією з основних задач бібліотеки є розширення форм рекламної та маркетингової діяльності, особливо у сфері розвитку сайту бібліотеки і роботи в соціальних мережах. Розкриття потенціалу бібліотечних ресурсів багато в чому залежить від того, наскільки бібліотека інтегрована в інтернет-простір.

Реклама бібліотеки та її інформаційних ресурсів за допомогою мережевих та інформаційних технологій – принципово новий засіб поширення інформації про себе. Поява і широке поширення цього виду реклами – наслідок входження бібліотек в єдиний інформаційний простір, участі в довгострокових інформаційних програмах і роботи в єдиних комп'ютерних мережах. Це реклама бібліотек, їх ресурсів, продукції та послуг за допомогою сучасних засобів зв'язку, новітніх інформаційних технологій, електронно-обчислювальних систем і мереж, і перш за все – глобальної мережі Інтернет.

Реклама як складник маркетингової комунікаційної системи є обов'язковим елементом інформаційно-комунікаційної діяльності сучасної бібліотеки. Вона може бути максимально ефективною в ролі складника маркетингової комунікаційної системи бібліотеки. Реклама електронних інформаційних ресурсів може цілеспрямовано впливати на

користувача, будучи інструментом створення мотивації до користування бібліотечною продукцією завдяки постійному інформуванню користувачів про наявність електронних інформаційних ресурсів у бібліотеці.

Особливий напрям просування інформаційних ресурсів бібліотеки – інтернет-реклама. Завдяки рекламі у загальному потоці маркетингової інформації головним чином і відбувається залучення та утримання користувачів. Головний засіб інтернет-реклами – сайт бібліотеки. Тому, перш за все, бібліотека повинна приділяти велику увагу роботі веб-сайту, адже стабільна робота є запорукою успіху бібліотеки. Сайт бібліотеки також грає роль зв'язуючої ланки між співробітниками та користувачами. Деякі бібліотеки створюють форуми і чати, на яких користувачі можуть обмінюватися думками та побажаннями, що дає можливість не лише дати цінні відомості працівникам, але й реально підвищити рейтинг бібліотеки, а отже, і її популярність. Основні переваги сайту – універсальність, можливість розмістити різнопланову інформацію, що дозволяє задовольнити запити різних категорій цільової аудиторії. Електронний каталог, електронна бібліотека, інформація про підрозділи та послуги бібліотеки, віртуальна довідкова служба, інформація про нові надходження літератури, спеціальні розділи – лише частина того контенту, який можна розмістити на порталі бібліотеки.

Окрім того, бібліотека може використовувати Інтернет як пошуковий засіб для проведення опитування відвідувачів свого сайту та використовувати дані опитування у роботі бібліотеки. Необхідно знати, хто є користувачами серверу бібліотеки, адже завдяки отриманим даним можна змінити параметри сайту, розмістити ту чи іншу інформацію. Варто пам'ятати, що користувачами можуть бути не лише окремі особи, а компанії, організації.

На відміну від інших джерел, Інтернет дає можливість простежити за поведінкою відвідувачів сайту бібліотеки – на які сторінки вони заходили, на яких затримувалися, з яких йшли та інше. Після отримання даних працівники бібліотеки аналізують і роблять висновки про переваги і симпатії відвідувачів сайту, коригують акценти своєї маркетингової тактики і стратегії, хід рекламної кампанії.

Найбільш оптимальною формою розкриття бібліотечних ресурсів, забезпечення доступу до них, є електронні каталоги бібліотек. На даний час це найбільш цінний інформаційний продукт, який можуть запропонувати бібліотеки мережевому співтовариству. Оскільки сайт

розробляється бібліотекою самостійно, то на ньому можна відслідковувати інформацію, корисну і цікаву для того сегмента користувачів, яких вона обслуговує. Обов'язковими критеріями сайту також необхідно назвати: оперативність оновлення, об'єктивність і достовірність, наявність зворотного зв'язку з відвідувачами сайту і певну унікальність.

Інтернет-реклама бібліотечних ресурсів – це перспективний напрям та ефективний інструмент бібліотечної культури. Такий вид рекламної діяльності бібліотек стає невід'ємною частиною роботи з їх популяризації як установи, що повністю відповідає вимогам цифрової епохи.

Бібліотечна реклама не тільки дозволяє інформувати користувачів про бібліотечні ресурси і сервіси, а й створювати цей попит. Таким чином, ефективне використання рекламних заходів дозволяє вирішувати стратегічні і тактичні завдання бібліотеки, пов'язані з її роллю на інформаційному ринку.

Сьогодні бібліотеки мають можливість просувати свій електронний продукт до користувачів, реалізуючи кілька цілей:

- інформування про інформаційні ресурси, бази даних, умови їх отримання;
- заохочення до використання ресурсів та сервісів конкретного бібліотечного закладу.

Реклама електронних інформаційних ресурсів бібліотеки набуває важливого значення у системі інформування бібліотечних послуг і ресурсів. Це запорука ефективного їх використання. За останні роки бібліотеки почали активно розвивати електронні інформаційні ресурси, створювати власні бібліографічні реферативні та повнотекстові бази даних, надавати інформацію про нові надходження книжок та журналів, впроваджувати нові сервіси для оперативного обслуговування віддалених користувачів.

У Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадського рекламування електронних науково-інформаційних ресурсів за допомогою сучасних комп'ютерних та інтернет-технологій здійснюється паралельно у декількох напрямках, що дає можливість найбільш повно охопити користувацьку аудиторію. Інформація про кожний новий електронний ресурс, створений науковими підрозділами НБУВ, відображається у рубриці новин на головній сторінці веб-порталу Бібліотеки, що дає змогу усім зацікавленим швидко та оперативно ознайомитися з новим електронним продуктом. Також інформування користувачів здійснюється на веб-сторінках структурних

підрозділів НБУВ, відповідальних за створення нового інформаційного продукту. Крім того, рекламування електронних ресурсів Бібліотеки відбувається через офіційну сторінку НБУВ та сторінки її підрозділів у соціальній мережі Facebook, яке здійснюється прес-службою НБУВ. Така розгалужена система рекламування ресурсів дає можливість у відносно короткий проміжок часу здійснити інформування достатньо великої кількості користувачів Бібліотеки, а також залучити потенційних користувачів, зацікавлених у її інформаційних продуктах.

Одним з напрямів роботи Центру бібліотечних електронних ресурсів і технологій та його відділів є створення і рекламування нових актуальних електронних науково-інформаційних продуктів. Зокрема, фахівцями відділу технологій дистанційного обслуговування через сторінку підрозділу на веб-порталі НБУВ та головну сторінку веб-порталу НБУВ здійснюється рекламування нових продуктів. Так, раз у квартал користувачі мають можливість отримати інформацію про нові реферативні огляди, формування яких здійснюється з 2014 р., відповідно до пріоритетних наукових напрямів у галузі природничих, технічних і гуманітарних наук Національної академії наук України. На сьогоднішній день на веб-порталі НБУВ представлено вісім реферативних оглядів, які охоплюють питання геополітики, демографії, екології, енергетичної безпеки, інтелектуальних інформаційних систем і технологій, нанотехнологій, українського державотворення та культуротворення, а також розвитку «зеленої економіки» як нового напрямку у світовій економічній діяльності.

Також здійснюється рекламування нових розділів та ресурсів, представлених у анованому тематичному інтернет-навігаторі НБУВ, що являє собою тематичні колекції веб-ресурсів, складені відповідно до пріоритетних напрямів розвитку науки, освіти, культури [3]. Веб-колекції інтернет-навігатора постійно оновлюються, містять тематично згруповану інформацію у вигляді анотації та посилань на найбільш актуальні та інформативні ресурси, серед яких електронні бібліотеки, довідкові видання, освітні ресурси, електронні періодичні видання, книжкові видавництва України, ресурси з мистецтва, популярні пошукові системи, джерела наукової інформації, наукові репозиторії.

На головній сторінці веб-порталу НБУВ та офіційній сторінці Бібліотеки у соціальній мережі Facebook з 2016 р. здійснюється рекламування нового корпоративного проекту Центру бібліотечних електронних ресурсів і технологій – інформаційного порталу «Наука України: доступ до знань».

Для користувачів представлено інформацію про мету та завдання проекту, що передбачає корпоративне формування та співробітництво наукових бібліотек та наукових інформаційних центрів України, які долучаються до спільного створення нового ресурсу. Даний проект охоплює наукові бібліотеки та інформаційні центри України шляхом об'єднання наукових електронних ресурсів установ-учасників в єдину платформу. Активне рекламування проекту і представлених на ньому ресурсів дає можливість популяризувати електронні бібліотечно-інформаційні ресурси наукових бібліотек України, підвищити їх рейтинг та доступність серед науковців та вчених України за рахунок використання сучасних бібліотечних та веб-технологій.

Таким чином, реклама електронних ресурсів у НБУВ України виступає важливою передумовою та запорукою їх ефективного та оперативного використання цільовою аудиторією Бібліотеки. Мережеві комунікації представляють собою достатньо ефективний інструмент реклами електронних ресурсів в інтернет-середовищі, що дає можливість адекватно оцінювати і прогнозувати ситуацію, оперативно обґрунтовувати прийняття рішень про продукування Бібліотекою нових електронних інформаційних ресурсів.

Реклама, що базується на нових інформаційних технологіях, створює позитивний імідж сучасної бібліотеки. Для реклами, що використовує сучасні комп'ютерні та інтернет-технології, доводиться використовувати комбінований підхід: і традиційні бібліотечні, і сучасні комп'ютерні технології. Реклама електронних інформаційних ресурсів – це перспективний напрям рекламної діяльності бібліотек, який стає невід'ємною частиною роботи з їх популяризації як установи, що повністю відповідає вимогам цифрової епохи.

Спосіб оцінки результатів рекламної кампанії в Інтернеті залежить від її цілей. Це, може бути, і збільшення кількості користувачів, розширення сфери послуг, і зростання відвідуваності сайту.

Необхідним компонентом ефективно діючої загально-бібліотечної системи менеджмента якості, що впливає на рівень науково-дослідного процесу в бібліотеці, є проведення систематичних досліджень задоволеності споживачів та оцінка ефективності інформаційно-бібліотечного обслуговування.

Такі дослідження дозволяють вивчати і виявляти потреби користувачів, впроваджувати нові форми інформаційно-бібліографічного обслу-

говування, знаходити шляхи підвищення попиту на інформаційні ресурси та послуги. Подібні дослідження необхідно продовжувати, оскільки від їх результатів залежить ефективність використання і якість обслуговування користувачів НБУВ.

Для задоволення потреб сучасного користувача, забезпечення оперативного доступу до всіх бібліотечно-інформаційних ресурсів як власного виробництва, так і придбаних, НБУВ освоює і активно впроваджує сучасні досягнення в галузі інформаційних, комунікаційних і мультимедійних технологій в бібліотечні процеси.

На часі активно впроваджуються та популяризуються бібліотечно-інформаційні ресурси, створюються нові масиви власних електронних продуктів, використовується широкий спектр технологій інформаційного пошуку та забезпечення оперативного доступу до інформації. Бібліотека формує електронні масиви наукових знань та організовує доступ до них, переробляє, вилучає та надає доступ до цілком реального об'єкта – знань у вигляді інформаційного ресурсу.

Розкриття потенціалу бібліотечних ресурсів багато в чому залежить від того, наскільки бібліотека інтегрована в інтернет-простір [4]. Перспективи свого розвитку НБУВ пов'язує з впровадженням нових інформаційних технологій, орієнтованих на формування якісного електронного продукту, удосконалення репертуару електронних інформаційних ресурсів, надання швидкого доступу до інформації, подальше підвищення комфортності в обслуговуванні користувачів.

Розширення форм рекламної та маркетингової діяльності є однією з основних задач Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, особливо у сфері розвитку сайту бібліотеки і роботи в соціальних мережах.

Список використаних джерел

1. *Грант Дж.* 12 тем. Маркетинг 21 века / Джон Грант – [Б. м.] : Коммерсантъ : Питер, 2007. – 448 с.
2. *Лобузін К. В.* Технології організації знаньних ресурсів у бібліотечно-інформаційній діяльності / К. В. Лобузін. – К., 2012. – 252 с.
3. *Самохіна Ж. В.* Веб-сайт як складова маркетингових досліджень в інформаційній діяльності бібліотек / Ж. В. Самохіна // Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору: матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 21–23 жовт. 2014 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України, Рада дир. б-к та інформ. центрів-членів МААН. – К., 2014. – С. 75–78.

4. *Самохіна Ж.* Маркетингові дослідження в наукових бібліотеках України / Ж. Самохіна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 66–75.

Zhanna Samokhina,

Junior Researcher, Vernadsky National Library of Ukraine

The Aspects of Marketing Communication Activities of a Library: the Advertising of Electronic Information Resources

The article considers the place of new information technologies in the library's advertising of electronic information resources. The role of library advertising in promoting electronic products and services is illustrated. There is considered the activities of the Vernadsky National Library of Ukraine (VNLU) in the development of electronic technologies, creating and providing for users of electronic resources. The features of VNLU's using of internet advertising opportunities as an effective tool of information and communication activities are illustrated. The features of the formation of new actual scientific electronic information products in VNLU are considered.

Keywords: internet advertising, electronic scientific information resources, information technologies, internet space.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2017 р.