

Комплексные маркетинговые коммуникации в НТБ Национального университета «Львовская политехника»

Рассмотрено внедрение комплекса маркетинговых коммуникаций на примере Научно-технической библиотеки Национального университета «Львовская политехника». Раскрыто значение связей с общественностью как одного из главных инструментов маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: Научно-техническая библиотека Национального университета «Львовская политехника», маркетинговые коммуникации, связи с общественностью (PR), библиотечный маркетинг, корпоративная пресса, социологические исследования, информационный вестник, пресс-служба, веб-сайты, веб-порталы, международные конференции.

Современное общество ставит перед библиотекой новые задачи. Прежде всего, она должна быть открытым учреждением с гибкой системой управления, своевременно реагирующей на общественные изменения. Библиотека «превращается» в менеджера, маркетолога, промоутера интеллектуального капитала. Стремительное развитие Интернета заставляет библиотеку постоянно совершенствовать свою деятельность, чтобы доказать конкурентоспособность на рынке информации, внедрять инновации, создавать собственные информационные ресурсы и новые библиотечно-информационные услуги.

В этом контексте большое значение приобретает демонстрация информационных возможностей ресурсной базы библиотеки. Реклама услуг, в частности электронного каталога, банков данных полнотекстовой информации, услуг по макетированию, сканированию, копированию документов, способствует тому, что библиотека приобретает преимущества перед другими информационными учреждениями. Поэтому с целью формирования имиджа необходимо внедрять в практику работы новый комплекс мероприятий – маркетинговые коммуникации. Имидж библиотеки – это общее представление о качестве её деятельности, эффективности выполнения функций, к которым принадлежит и социально-коммуникативная [1].

Маркетинговые коммуникации в библиотечном деле направлены на выявление потенциальных потребителей услуг библиотеки, информирование их о библиотечных сервисах, создание положительного образа библиотеки в обществе, позиционирование её среди других социальных институтов, продвижение традиционных и инновационных библиотечно-информационных услуг.

Цель нашей статьи – проанализировать эффективность внедрения в деятельность Научно-технической библиотеки Национального университета «Львовская политехника» маркетинговых коммуникаций, направленных на создание благоприятного имиджа библиотеки, на примере связей с общественностью (PR).

За последнее десятилетие появилось немало профессиональных публикаций по библиотечному маркетингу, в которых рассматривается PR. Этой проблематикой занимались такие российские библиотековеды, как И. М. Сулова, В. К. Клюев [2], О. О. Борисова [3]. Стоит отметить работы украинских учёных Г. Мищенко [4], О. Башун [5, 6], С. Барабаш [7]. В большинстве из них рассматривается понятие маркетинговых коммуникаций в проекции на библиотечную отрасль.

Сегодня наиболее разработанными (теоретически и практически) и эффективными инструментами считаются реклама и PR. В маркетинге они взаимосвязаны.

НТБ Национального университета «Львовская политехника» активно подключилась к изучению возможностей применения маркетинговых коммуникаций.

Анализ возможностей и результатов применения в библиотеках Украины маркетинговых технологий показал, что наибольший эффект достигается от использования корпоративных коммуникаций, поскольку при формировании идеального образа научной библиотеки высшего учебного заведения эта технология

обеспечивает комплексность. Как производная PR, корпоративные коммуникации способствуют формированию положительного имиджа учреждения и коллектива библиотеки, а также позиционированию библиотеки в информационном пространстве. Весомым элементом корпоративной коммуникации является корпоративная пресса – средства массовой информации, выпускаемые организацией для информирования сотрудников, коллег из других учреждений о событиях, связанных с её деятельностью. Такие СМИ используют и с рекламной целью.

Наличие корпоративных СМИ в Национальном университете «Львовская политехника» несколько упрощает задачу формирования положительного имиджа НТБ. В библиотеке университета на протяжении многих лет налаживались PR-технологии. Чаще всего используются такие формы маркетинговых коммуникаций, как связь с общественностью, сотрудничество с прессой, телевидением, предоставление сведений через Интернет, участие в мероприятиях культурологического характера, конференциях и съездах профессиональных библиотечных организаций, проведение собственных корпоративных семинаров и международных конференций.

Информировать общественность о деятельности НТБ помогают образовательный еженедельник университета «Аудитория», образовательный портал «Образование в Украине, образование за рубежом», Западная информационная корпорация (ZIK), пресс-служба университета.

На страницах еженедельника «Аудитория» регулярно публикуются статьи, где освещаются различные направления деятельности библиотеки университета. Хотим особо выделить публикацию ректора университета Ю. Бобало «Путь к знаниям – через библиотеку» [8], в которой раскрыта деятельность НТБ как главного информационно-коммуникативного центра университета.

Заслуживает внимания ряд интервью, опубликованных на страницах этого еженедельника: с директором НТБ университета О. В. Шишкой и заведующей отделом комплектования О. Кусьпись [9] (о проблемах комплектования фондов); с заместителем директора НТБ И. О. Белоус (о создании библиографического указателя) [10, 11].

В публикациях студенческого еженедельника «Аудитория» освещаются такие темы, как информатизация библиотеки, количественный и качественный состав фондов, работа научно-практических конференций, организация и участие в разнообразных мероприятиях, проведение социологических исследований.

Традиционным направлением научно-исследовательской работы стало проведение в НТБ социологических исследований.

Итог таких исследований – научно обоснованные результаты, которые позволяют тщательно изучить потребности пользователей и их отношение к библиотеке с целью построения или корректировки её стратегии развития, переосмысления ресурсного потенциала библиотеки, разработки мероприятий по PR и рекламной кампании.

В 2012 г. исследование проводилось на базе отдела социально-экономической литературы библиотеки, его цель – изучить использование информационных ресурсов этого структурного подразделения различными категориями пользователей. Учитывались основные параметры: состав респондентов; документный фонд подразделения; система каталогов и картотек; электронные информационные ресурсы; необходимость информационного сопровождения.

Опрос проводился путём анкетирования. Анкеты содержали двенадцать вопросов открытого и закрытого типа. Исследование показало, что основную читательскую аудиторию составляют студенты, в частности, третьего курса (50%). Предпочтение, как ни странно, респонденты отдают традиционным документам (около 60%), электронные выбрали только 20%. Традиционным каталогом пользуются менее 20% опрошенных, большинство предпочитает электронный [13].

Результаты опроса позволяют сделать вывод: необходимо повышать уровень информационной культуры пользователей. Библиотекам нужны высококвалифицированные кадры новой генерации, коммуникаторы-консультанты, которые бы могли свободно оперировать современными информационными ресурсами, базами данных, разрабатывать инструкции по их эксплуатации, помогать пользователям осуществлять поиск релевантных документов.

Ещё одна составляющая маркетинговой политики НТБ – выпуск электронного информационного вестника «Библиофокус». Представление информации о событиях, которые происходят в библиотеке, – это существенная часть комплексной стратегии формирования имиджа НТБ.

Первоначальный замысел – распространять новости о библиотечных событиях через *Jabber* – открытый протокол для быстрого обмена сообщениями в локальной сети библиотеки. Однако было решено предоставлять информацию более широкой аудитории – в автономном электронном издании, размещённом на сайте НТБ Национального университета «Львовская политехника».

Цель создания такого вестника – информировать сотрудников библиотеки о новостях, событиях, происходящих в НТБ, её достижениях, инновациях, мероприятиях по повышению квалификации. Однако материалы вестника оказались востребованными и специалистами различных библиотек не только Львова, но и других городов Украины.

В дальнейшем предполагается расширить сотрудничество с периодическими печатными органами Львова.

Библиотека использует и другие маркетинговые коммуникации. В структуре университета работает пресс-служба, которая осуществляет сбор, анализ и распространение информации о деятельности университета и его подразделений, в том числе и библиотеки. Информация о событиях, отраженных на веб-сайте библиотеки, поступает в пресс-службу и затем распространяется по каналам СМИ.

Именно при посредничестве пресс-службы появился ряд электронных публикаций о НТБ. На веб-сайте Западной информационной корпорации (*ZIK*) размещены новые онлайн-ресурсы (<http://zik.ua/ua/news/2012/01/11/327963>); предоставлен пользователям доступ к Passport GMID (http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?lvivska_politehnika_nadast_dostup_do_mizhnarodnoyi_bazi_dilovoyi_informatsiyi&objectId=1238352) и к крупнейшей международной БД диссертаций *ProQuest Dissertations and Theses* (PQDT) (<http://zik.ua/ua/news/2011/10/05/312506>).

На образовательном портале «Образование в Украине, образование за рубежом» размещена информация: «дебют» НТБ Национального университета «Львовская политехника» в *Word Digital Library* (<http://www.osvita.org.ua/news/62614.html>); доступ постоянным пользователям НТБ к международной БД диссертаций *ProQuest Dissertations and Theses* (http://www.osvita.org.ua/news/60107.html?from=news_rss).

На сайте Министерства образования и науки, молодёжи и спорта Украины размещено сообщение о предоставлении доступа читателям библиотеки университета к наиболее полной БД диссертационных работ и мировой статистики (<http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/novini/novini-oblastej/94-lvivska-oblast/5918-do-poslug-chitachiv-biblioteki-lvivskoji-politehniky-napovnishha-baza-danikh-disertatsinikh-robit-i-svitovoji-statistiki>).

Оперативное распространение информации о библиотеке и её новых услугах через веб-сайты и веб-порталы обеспечивает формирование имиджа НТБ как весомой информационной составляющей учебного заведения.

К эффективным приёмам PR можно отнести также информирование и популяризацию какой-либо организации путём представления видеоматериалов в Интернете. Так, в You Tube размещена видеозапись, где представлена идея открытого доступа в Украине. Автор проекта *Open Access*, созданного при содействии EIFL, Ассоциации «Информатио-Консорциум», Могиланской школы журналистики (НаУКМА) и ELibUkr, – Т. Ярошенко.

В видеоматериале – интервью с руководителями различных вузов, в частности с проректором по научно-педагогической работе Национального университета «Львовская политехника» А. Г. Загородним. Он подчеркнул важность создания и пополнения университетского репозитория как источника доступа к трудам учёных и пропаганды их научных достижений. Этот репозиторий – информационный продукт, созданный НТБ университета.

Сюжеты о библиотеке регулярно появляются на телеканале *ZIK* в рамках образовательной программы «Львовская политехника – европейский выбор». Один из выпусков к 140-летию кафедры геодезии был посвящён Каспару Вайгеле – известному учёному в области геодезии, который долгое время работал в университете. Заместитель директора НТБ И. О. Белоус сделала обзор трудов учёного, хранящихся в фонде библиотеки; рассказала о традиции львовских учёных – дарить библиотеке свои труды (на подаренных

изданиях есть штамп «Дар автора»). Этот видеосюжет – одна из составляющих системы популяризации НТБ и её информационных ресурсов.

На улучшение имиджа библиотеки нацелен и её веб-сайт, где размещаются ежегодные отчёты, информирующие пользователей об основных принципах деятельности библиотеки, её фондах, ресурсах, услугах. В таких отчётах содержатся информация о библиотечной и научной работе, научно-практических конференциях, семинарах, выступлениях на конференциях и публикации сотрудников НТБ.

Одно из звеньев маркетинговых коммуникаций НТБ Национального университета «Львовская политехника» – участие в культурологических мероприятиях общегосударственного уровня, например, в ежегодном Форуме издателей во Львове. Это крупнейшее и самое массовое международное мероприятие, на котором проходят литературные акции, презентации новых книг. НТБ – один из организаторов форума. Активно участвуя в его работе, библиотека формирует позитивный образ учреждения, открытого для общественности, и расширяет круг своих партнёров.

В 2011 г. на восемнадцатом Форуме издателей в НТБ организована «Викиконференция–2011» – первая конференция Википедии в Украине. В рамках этой конференции прошли семинар «Продвижение издательского дела в Википедии», презентация книги «Мария Склодовская-Кюри в Википедии» и др.

НТБ планирует продолжать сотрудничество с Форумом издателей и расширять партнёрские связи с издательствами всей Украины.

Престиж библиотеки повышает также участие её сотрудников в работе международных конференций, семинаров и съездов профессиональных библиотечных организаций.

На протяжении многих лет представители НТБ принимали участие в Международной конференции «Крым» – «Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса», на которой обсуждались актуальные проблемы библиотечного дела: трансформация библиотечно-информационных технологий, открытый доступ к информации в правовом поле, роль библиотек в повышении уровня информационной культуры и сохранении культурного наследия в современных условиях развития общества и многие другие.

Представители библиотеки выступали с докладами на Международной научно-практической конференции INFORMATIO–2010 – «Электронные информационные ресурсы: создание, использование, доступ» в рамках II Международного форума «Проблемы развития информационного общества».

На 32-й конференции Международной ассоциации научно-технических библиотек (IATUL), проходившей в Варшаве в 2011 г., наша библиотека заняла первое место за постер на тему «*The role of Lviv Polytechnic National University Scientific Library in the development of Open Scholarly Communication in Ukraine*». Это весомый вклад в создание положительного образа библиотеки в том числе и на международном уровне.

Заведующая научно-методическим отделом НТБ в 2012 г. выступила с докладом (в соавторстве с сотрудницей Института архитектуры Национального университета «Львовская политехника») на международном семинаре Европейского объединения научных библиотек *LIBER-LAG*, которое способствует обмену опытом между библиотекарями и архитекторами всей Европы, организует ежегодные семинары, дающие возможность его участникам посетить библиотеки разных стран. Семинар 2012 г. состоялся в Праге на базе Национальной технической библиотеки Чехии; он объединил представителей 23 стран; докладчики из Украины впервые участвовали в его работе.

НТБ Национального университета «Львовская политехника» присоединилась к масштабному международному проекту – *World Digital Library* (мировая цифровая библиотека), созданному при поддержке ЮНЕСКО и Библиотеки Конгресса США. Мировая цифровая библиотека основана с целью содействовать международному и межкультурному взаимопониманию, создавать возможности для свободного представления в многоязычном формате лучших образцов культурного наследия разных стран мира. Планируя активно сотрудничать с участниками этого проекта, НТБ готова оказать помощь другим библиотекам Украины, которые хотят к нему присоединиться.

На протяжении последних четырёх лет (2009–2012) НТБ проводит семинар «Особенности использования АБИС “УФД/Библиотека” в работе библиотек высших учебных заведений». НТБ – лидер в освоении

функциональных возможностей этой АБИС (разработана и поддерживается ООО «Украинский фондовый дом») и делится опытом с другими библиотеками, внедряющими эту систему. Стало традицией приглашать на семинар разработчиков этого программного продукта. С их участием обсуждаются вопросы налаживания эффективной работы, предложения по совершенствованию АБИС «УФД/Библиотека», что способствует её адаптации к процессам работы библиотек вузов.

Таким образом, НТБ Национального университета «Львовская политехника», используя разные формы маркетинговых коммуникаций, существенно улучшает свой имидж. Применение элементов маркетингового комплекса способствует совершенствованию работы библиотеки, привлечению к её ресурсам новых пользователей.

Список источников

1. **Чигрина Н. В.** Напрями розширення соціально-комунікативних функцій вузівських бібліотек (за матеріалами соціологічного моніторингу) / Н. В. Чигрина // Соціальні технології. – 2011. – № 52. – С. 113–119.
2. **Сулова И. М.** Менеджмент библиотечно-информационной деятельности : учеб. для вузов культуры и искусства / И. М. Сулова, В. К. Ключев ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – Санкт-Петербург : Профессия, 2010. – 600 с.
3. **Борисова О. О.** Рекламная кампания библиотек / О. О. Борисова // Библиография : Профессиональный журнал. – Москва : Книжная палата – Бук Чембэр Интернэшнл, 2001. – № 6. – С. 56–64.
4. **Міщенко Г. Г.** Маркетинг і бібліотека / Г. Г. Міщенко. – К., 2004. – 94 с.
5. **Башун О. В.** Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек / О. В. Башун. – Донецьк, 1999. – 204 с.
6. **Башун О.** Роль реклами та «паблік рілейшнз» в трансформації наукової бібліотеки як культурно-інформаційного центру / О. Башун // Вісник Книжкової палати. – 1999. – № 5. – С. 15–17.
7. **Барабаш С.** Паблік рілейшнз як інструмент маркетингової комунікації бібліотеки / С. Барабаш // Вісник Книжкової палати. – 2010. – № 6. – С. 30–33.
8. **Бобало Ю.** Шлях до знань – через бібліотеку / Ю. Бобало // Аудиторія. – 2011. – 29 верес. – 5 жовт. (чис. 27). – С. 12.
9. **Місце**, де "mortui vivunt et muti loquuntur": [бесіда з дир. НТБ О. Шишкою та зав. від. комплектування О. Кусьпіль / спілкувалася Марія Мисак] // Аудиторія. – 2007. – 27 верес. – 3 жовт. – чис. 27. – С. 6, 7.
10. **Творці** математики у Політехніці: [розмова з заст. дир. НТБ Іриною Белоус про бібліограф. показчик "Видатні вчені-математики Львівської політехніки (1844–1939) / записала Ірина Шутка] // Аудиторія. – 2012. – 17–23 трав. – чис. 18. – С. 9.
11. **Дорога** до бібліотеки: [розмова із заст. дир. з наук.-вироб. роботи І. Белоус] // Аудиторія. – 2008. – 1–17 верес. – чис. 23–24. – С. 6, 7.
12. **Соціологічні** дослідження в бібліотеках [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.libr.dp.ua/Biblio/soc.htm>
13. **Сєдая М. С.** Використання інформаційних ресурсів у відділі соціально-економічної літератури: маркетингове дослідження / М. С. Сєдая // Матеріали четвертої міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства», Львів, 25 жовтня 2012 р. / Ред.колегія: Ю. Я. Бобало, А. Г. Загородній та ін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 467–481.