

- матеріально-технічної бази (МТБ);
- інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ);
- віртуального середовища (WEB).

У тій чи іншій мірі бібліотека інноваційної стратегії характеризується такими рисами, як:

- автоматизація бібліотечного обслуговування, яка відбувається за мінімальної участі бібліотекаря, включаючи пошук в ЕК, як усередині бібліотеки, так і у віддаленому доступі;
- доступ до мережі Інтернет, що перетворює бібліотеку на центр відкритого доступу до електронних інформаційних ресурсів;
- широке представництво в соціальних мережах, усередині інтернет-спільнот (ІКД за допомогою соціальних мереж здійснюється шляхом створення бібліотечних публічних сторінок зі зворотною реакцією відвідувачів у вигляді коментарів та медіаінформації);
- набуття ознак інформаційного інтелект-центру, який поєднує традиційні бібліотечні форми роботи із широким наданням електронних інформаційних послуг.

Нова бібліотечна стратегія передбачає також елементи психофізичного розвантаження та релаксації користувача, що впливають на його емоційну й почуттєву сферу. Усе це посилює соціалізуючу функцію бібліотеки. Активно реагуючи на зростаючу потребу суспільства у творчих і інтелектуально розвитих особистостях, бібліотека відіграє важливу роль в інтелектуалізації сучасного суспільства.

Перспектива бібліотечної інноваційної стратегії передбачає кумуляцію споріднених соціальних інститутів щодо простеження каналів перспективного розповсюдження електронних бібліотечних ресурсів, послуг, продуктів і онлайн-сервісів, аналіз рівнів їхньої взаємодії, поширення зворотних зв'язків та подолання ймовірних бар'єрів ІКД.

*Сі Сінвєнь*

## **СТИМУЛЮЮЧИЙ МАРКЕТИНГ У ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕКАХ КИТАЮ**

*Хі Хінвєн*

### **STIMULATING MARKETING IN PUBLIC LIBRARIES IN CHINA**

Трансформація системи бібліотечно-інформаційного сервісу в публічних бібліотеках Китаю значною мірою базується на застосуванні маркетингових технологій. Провідною з них є стратегія маркетингу, спрямована на створення привабливих пропозицій та заохочень для користувачів інформації з метою їх долучення до продуктів і послуг бібліотеки. Саме стимулюючий маркетинг є дієвим інструментом, який сприяє диверсифікації асортиментної політики інформаційних послуг.

Публічні бібліотеки використовують технології стимулюючого маркетингу для привертання уваги читачів та покращення їхнього досвіду комунікації з бібліотекою. Вони запроваджують програми лояльності, де читачі отримують бонусні бали за відвідування бібліотеки, вибір та своєчасне повернення книг, участь у різноманітних заходах. Ці бонусні бали читач може обмінювати на різноманітні подарунки або привілеї, безкоштовне користування бібліотечними послугами.

Характерною особливістю інформаційного обслуговування публічних бібліотек Китаю є їх планомірна робота в напрямі популяризації читання і залучення користувачів до участі в різноманітних програмах сприяння та розвитку цієї базової компетенції. Публічні бібліотеки Китаю розвивають великі програми з метою пропаганди традиційного читання. Основною формою залучення широкого кола громадян до читання є проведення фестивалів читання, які передбачають яскраву церемонію відкриття, промову директора бібліотеки, візит авторів книг, декламації фрагментів творів, лекції та покази. Ця подія може тривати від одного дня до тижня, місяця і, навіть, довше. Серед 30 вибіркового публічних бібліотек, обраних нами для дослідження, 25 бібліотек, що складає 83% за останній рік (2024 р.), проводили подібні заходи.

Активне застосування технологій стимулюючого маркетингу розпочалось на початку нового тисячоліття. До прикладу, публічна бібліотека Дунгуаня почала щорічно проводити церемонію читання з 2005 р. За 10 років фестивалю було проведено 4785 програм, у яких взяли участь понад 39 млн людей. У 2021 р. публічні бібліотеки провінції Хубей одночасно провели 2571 захід, 335 лекцій, 110 виставок і 587 програм читання для дітей. Ці дані свідчать про широке охоплення потенційної читацької аудиторії бібліотек роботою з масштабування читання, коли щорічно такі заходи відвідують понад 4 млн людей.

Привабливою пропозицією для споживачів є організація безкоштовних семінарів, майстер-класів, курсів та лекцій, які охоплюють широке коло питань від вивчення нових технологій до медитаційних занять. Як зазначають фахівці бібліотечної справи, лекції дуже поширені в публічних бібліотеках Китаю. Більшість бібліотек мають чіткі та різноманітні тренди лекцій, як-от «Лекція Shangtu» у бібліотеці Шанхаю та «Лекція Wenlan» у бібліотеці Ханчжоу. Відповідно до «Щорічника китайських бібліотек» (2022), у 2021 р. кожна публічна бібліотека на рівні провінції та префектури провела в середньому 32,2 лекції. Як показав аналіз вебсайтів бібліотек, теми лекцій найчастіше охоплюють питання культури, здоров'я, здорового способу життя, літератури та історичну тематику.

У бібліотеці провінції Ляонін функціонує три багатофункціональні лекційні зали, у яких регулярно проводяться різні форуми та доповіді за різноманітними темами, зустрічі з цікавими людьми, науковими лекціями. Діяльність в цьому напрямі перебуває в центрі уваги бібліотечних фахівців. Завдяки використанню багатофункціональних лекційних залів «Форум бібліотеки Ляоніну» став культурним брендом в сприйнятті читачів. За останні два роки в лекційних залах бібліотеки Ляоніну проведено понад 140 лекцій, доповідей, майстер-класів, у яких взяли участь понад 40 000 осіб.

Важливе місце в системі маркетингової діяльності займає складання рекомендаційних списків книг для різних категорій споживачів: дітей шкільного та дошкільного віку, дорослих користувачів, людей похилого віку. Аналіз сайтів бібліотек, проведений у дослідженні, засвідчив, що рекомендації бібліотечних фахівців спрямовані на трьох основних напрямках: рекомендації нових надходжень у бібліотеку, книг для дитячого читання та рекомендації класичної літератури. На 30 сайтах публічних бібліотек, які виступають об'єктами цього дослідження, була знайдена інформація щодо нових списків назв для дитячого читання та списки класичних книг, що склало 85%. Понад 80% публічних бібліотек (24 публічні бібліотеки) пропонують на сторінках сайту списки дитячих книжок, науково-популярні книги з ілюстраціями для дітей.

Таким чином, публічні бібліотеки Китаю у своїй діяльності базуються на задоволенні інформаційних потреб користувача, застосовуючи широке коло технологій стимулюючого маркетингу. Така стратегія вможливила створення привабливих пропозицій та заохочень для користувачів і сприяє підвищенню попиту на інформаційні продукти і послуги бібліотеки.

*Л. Пуґач*

## **ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК — ІННОВАЦІЙНИЙ ВИТОК ПОСТУПУ, РЕФОРМУВАННЯ ТА МОДЕРНІЗАЦІЇ**

*L. Puhach*

### **PROJECT ACTIVITY OF LIBRARIES IS AN INNOVATIVE STAGE OF PROGRESS, REFORMATION AND MODERNIZATION**

Перехід соціальних інститутів до нового формату діяльності викликає потребу у застосуванні нових, ефективних механізмів розвитку. Таким витком у інформаційно-бібліотечній галузі є міжнародна бібліотечна співпраця через *проектну діяльність*. Проекти спрямовані на реалізацію конкретних завдань, що стоять перед бібліотеками. Основна мета більшості проєктів у сфері бібліотекознавства полягає в стратегії реформування та модернізації бібліотечних установ. Цей процес починається з розробки абсолютно нових архітектурних та планувальних рішень для приміщень, перегляду інтер'єрів бібліотеки, а завершується переосмисленням принципів діяльності бібліотеки. Головною метою є поліпшення умов праці для співробітників бібліотеки та забезпечення кращого обслуговування користувачів. Відповідно, значна увага науковців галузі сфокусована на *проектну діяльність*, що виступає дієвим та ефективним інноваційним сегментом реорганізації й модернізації бібліотечного інституту. Для позначення управління проектною діяльністю широко використовують терміни «управління проєктами» та «проектний менеджмент».

Проблематикою дослідження проектного менеджменту займаються такі вітчизняні дослідники, зокрема: В. Білоус, І. Давидова, В. Пашкова, Н. Тарасенко, Я. Хімич, І. Шевченко, Г. Шемаєва, О. Шендрик, Т. Ярошенко та ін. У своїх працях науковці висвітлюють перспективи, динаміку розвитку можливостей співпраці з партнерами та громадськістю. Різні аспекти розробки та апробації міжнародних бібліотечних проєктів у бібліотеках України розглядалося, зокрема, у працях О. Воскобойнікової-Гузєвої.

Бібліотеки України активно займаються реалізацією різноманітних проєктів, які охоплюють широкий спектр видів та масштабів. Серед них можна виділити інформаційні, інноваційні, маркетингові, стратегічні, партнерські, освітні, соціальні, культурно-дозвільні й проєкти з підвищення кваліфікації. За словами науковиці І. Давидової, сучасні проєктні технології стали ефективним інструментом управління, які включають зовнішні та внутрішні завдання. Зовнішні завдання включають маркетингові, іміджеві, рекламні й соціальні аспекти, тоді як внутрішні завдання охоплюють формування психологічної готовності фахівців до нових викликів, ідей та бачень, щоб зміцнити організаційну культуру. Розвиток бібліотек в Україні залежить від багатьох чинників, включаючи підтримку громадських організацій, таких як Українська бібліотечна асоціація (далі УБА), Всеукраїнська громадська організація (далі ВГО). УБА працює над розвитком бібліотечної справи