

УДК 027.08:65881:004.6



**Антоній Ржеуський,**  
бібліотекар II категорії відділу  
наукової бібліографії Науково-  
технічної бібліотеки  
Національного університету  
"Львівська політехніка"



**Наталія Кунанець,**  
кандидат історичних наук,  
заступник директора з наукової  
роботи Науково-технічної  
бібліотеки Національного універ-  
ситету "Львівська політехніка"

## **Впровадження комплексу маркетингових комунікацій у НТБ Національного університету "Львівська політехніка"**

*Висвітлено досвід використання маркетингових засобів у бібліотеці вищого навчального закладу як невід'ємної складової освітньо-виховного процесу. Розглянуто ефективність застосування зв'язків з громадськістю у формуванні іміджу бібліотечного інституту.*

**Ключові слова:** маркетингові комунікації, реклама, зв'язки з громадськістю, корпоративна преса, імідж, промоція.

Сучасний ж розвиток суспільства ставить перед бібліотекою нові вимоги. Насамперед вона повинна бути відкритою установою, мати гнучку систему управління, вчасно реагувати на зміни в суспільстві, виступати менеджером, маркетологом, промоутером інтелектуального капіталу. Стрімкий розвиток світової мережі Інтернет змушує її співробітників постійно удосконалювати діяльність, щоб довести конкурентоспроможність на ринку інформації, впроваджувати інновації, створювати власні інформаційні ресурси та нові бібліотечно-інформаційні послуги. У цьому контексті вагомим значення набуває демонстрація інформаційних можливостей ресурсної бази бібліотеки. Реклама послуг, які вона надає, зокрема електронного каталогу, банків даних повнотекстової інформації, сервісних послуг з макетування, сканування, копіювання документів тощо, надасть перевагу книгозбірні в рейтингу серед інших інформаційних установ. Задля формування власного іміджу їй необхідно впроваджувати у практику роботи новий комплекс заходів — маркетингові комунікації (МК). Щодо бібліотеки, імідж — це загальне уявлення про якість визначеність її діяльності, функцій, до яких належить і соціально-комунікативна [1].

Маркетингові комунікації у бібліотечній справі спрямовані на виявлення кола потенційних споживачів послуг книгозбірні, доведення до них інформації про послуги, створення сприятливого образу установи в суспільстві, її позиціонування серед інших соціальних інститутів, просування традиційних та інноваційних бібліотечно-інформаційних послуг.

У практиці роботи книгозбірень віддавна застосовують елементи МК, проте використовують їх не комплексно, без чітко визначеної стратегії розвитку. Саме тому дослідження маркетингових комунікацій, які використовуються у вітчизняних бібліотеках, актуальні. Метою статті є аналіз ефективності впровадження у діяльність Науково-технічної бібліотеки Національного університету "Львівська політехніка" (НТБ Львівської політехніки) маркетингових комунікацій, спрямованих на створення сприятливого іміджу бібліотеки, на прикладі зв'язків з громадськістю (PR).

За останнє десятиліття вийшло чимало фахових публікацій з бібліотечного маркетингу, в яких розглядається питання PR. Цією проблематикою займалися російські бібліотекознавці: І. Сулова, В. Ключев [2], О. Борисова [3]. Варто відзначити доробок вітчизняних учених: Г. Міщенко [4], О. Башун [5; 6], С. Барабаш [7]. Більшість науковців розкривають

поняття "маркетингові комунікації" у проекції на бібліотечну галузь. На сьогодні теоретично і практично розробленими та найдієвішими інструментами вважаються реклама та зв'язки з громадськістю. У середовищі маркетингу вони взаємозв'язані.

НТБ Львівської політехніки активно долучилася до вивчення можливостей застосування маркетингових комунікацій.

Наявність умов, аналіз результатів застосування у бібліотеках України маркетингових технологій засвідчили, що найбільший ефект досягається при використанні корпоративних комунікацій (КК), оскільки при формуванні ідеального образу установи, у нашому випадку наукової бібліотеки вищого навчального закладу, ця технологія забезпечує комплексність. Як похідна ланка PR, КК полягають у створенні позитивного іміджу установи та колективу книгозбірні, сприяючи позиціонуванню самої бібліотеки в інформаційному просторі. Вагомим елементом корпоративної комунікації є корпоративна преса, якою вважаються засоби масової інформації, що їх випускає організація для інформування своїх працівників, колег з інших установ про події, пов'язані з її діяльністю. Такі газети використовують і з рекламною метою.

Наявність корпоративних засобів масової інформації у Національному університеті "Львівська політехніка" дещо спрощує завдання створення позитивного іміджу НТБ. У ній упродовж багатьох років поступово налагоджувалися технології, що сприяли формуванню статусу книгозбірні в суспільстві. Найчастіше у бібліотеці зверталися до таких форм маркетингових комунікацій, як зв'язки з громадськістю, налагодження взаємодії з пресою, телебаченням, через мережу Інтернет, участь у заходах культурологічного значення, робота конференцій та з'їздів професійних бібліотечних організацій, проведення власних корпоративних семінарів та міжнародних конференцій.

Основними інформаційними джерелами позиціонування бібліотеки у засобах масової інформації є:

- освітній тижневик Львівської політехніки "Аудиторія";
- освітній портал — "Освіта в Україні, освіта за кордоном";
- Західна інформаційна корпорація (ЗИК);
- взаємодія НТБ з прес-службою Львівської політехніки.

На сторінках тижневика "Аудиторія" регулярно публікуються актуальні статті, у яких розкривається той чи інший напрям діяльності книгозбірні університету. Аналіз статей цього ЗМІ за останні п'ять років засвідчує, що інформативністю та масштабністю подання відомостей вирізняється публікація про НТБ ректора Львівської політехніки Ю. Бобала "Шлях до знань — через бібліотеку" [8], де висвітлюється важливість діяльності науково-технічної книгозбірні як головного інформаційно-комунікативного центру університету. Наведено відомості з історії, проаналізовано її розвиток від установи, що займалася зберіганням видань, до соціального інституту, який здійснює інформаційне забезпечення усіх напрямів діяльності навчального закладу із використанням новітніх інформаційних технологій, запроваджених у книгозбірні.

Хотілося б також відзначити низку інтерв'ю на шпальтах тижневика. Директор НТБ Львівської політехніки О. Шишка та завідувач відділу комплектування О. Кусьпіс [9] у розмові з кореспондентом поділилися проблемами комплектування фондів. Заступник директора І. Белоус розповіла історію створення бібліографічного покажчика в інтерв'ю "Творці математики у Політехніці" [10], "Дорога до бібліотеки" [11]. Такі виступи у корпоративній пресі є вагомим маркетинговим кроком позиціонування науково-технічної бібліотеки.

Відомості про різні аспекти її діяльності подають як співробітники редакції тижневика "Аудиторія", так і працівники НТБ. Безперечно, публікації в цьому освітньому студентському тижневику сприяють створенню позитивного іміджу книгозбірні. Тематично їх можна розподілити на такі, що висвітлюють:

1. Інформатизацію бібліотеки: Т. Пасович "Найближча перспектива: інформатизація та концентрація на науці"; І. Шутка "Усіх політехніків — за комп'ютери"; А. Андрухів "В Інтернет до бібліотеки", "Онлайн-ресурси для науковців та студентів" (підготовлено прес-службою Львівської політехніки).

2. Кількісний і якісний склад фондів: І. Мартин "Бібліотечний фонд Політехніки"; Т. Пасович "За підручниками — в бібліотеку", "Шлях до знань — через бібліотеку"; І. Шутка "Інтелектуальний центр університету".

3. Роботу науково-практичних конференцій: І. Шутка "Бібліотека в інформаційному суспільстві", "Науково про проблеми бібліотек"; Т. Пасович "Книгозбірня Львівської політехніки в контексті інформатизації"; А. Герич "Наукові бібліотеки — важлива складова інформаційного простору".

4. Організацію та участь у різноманітних заходах: І. Шутка "Секрети успіху найкращих видань львівських політехніків", "Гран-прі — книжці про Крушельницьку" (в рамках XVII форуму Видавців у Львові спеціальну відзнаку отримала книга Наталії Кунанець "Наукові бібліотеки Львова (1784—1939): Особливості становлення і розвитку, формування фондів та колекцій"); Н. Павлишин "СБУ поповнює бібліотеки", "Унікальне видання — в подарунок політехнікам"; К. Гречин "Монографії про Волинь, яким немає рівних", "Бібліотека отримала чудовий подарунок", "Світовий рівень — це вже традиція"; Р. Самотий "Зустріч на проханьня читачів".

5. Проведення соціологічних досліджень: М. Задорожнє "Соціологічне дослідження в бібліотеці".

Соціологічні дослідження (СД) у НТБ вже стало традиційним напрямом науково-дослідної роботи книгозбірні. У маркетингових дослідженнях (МД) широко застосовується бібліотечна методика вивчення читацьких інтересів за допомогою соціологічного моніторингу. Розрізняють три основні види СД: розвідувальне, описове, аналітичне. Розвідувальне — найпростіший вид конкретно-соціального аналізу, який дає змогу вирішувати прості за змістом завдання.

Використовується як попередній етап масштабного аналізу для одержання допоміжної інформації про об'єкт (предмет).

Описове дослідження — найскладніший вид конкретно-соціологічного аналізу, мета і завдання якого — одержання найповнішої емпіричної інформації про явище, що вивчається, та його структурні елементи. Такі дослідження проводяться за повною, детально розробленою програмою. Крім письмових та усних опитувань, можна використовувати ще й аналіз документів (звітів, читацьких та книжкових формулярів). Таке поєднання методів підвищує об'єктивність потоку соціологічної інформації й уможливорює ґрунтовні висновки.

Аналітичні дослідження — найглибший вид аналізу, метою якого є не тільки опис структурних елементів явища, що вивчається і розглядається, а й з'ясування причин, що лежать у його основі та зумовлюють характер, розповсюдження, якість та інші притаманні йому риси, внаслідок чого аналітичне дослідження має особливу практичну цінність [12].

Використання у бібліотеці цих видів дослідження забезпечує науково обґрунтовані результати, які дають підстави для ретельного вивчення потреб користувачів та їхнього ставлення до бібліотеки з метою побудови чи корегування її стратегії розвитку, переосмислення ресурсного потенціалу, розроблення заходів з PR і рекламної кампанії.

У 2012 році таке дослідження проводилося на базі роботи відділу соціально-економічної літератури бібліотеки. У ході МД (а воно проводилось шляхом анкетування) вивчалось використання інформаційних ресурсів цього структурного підрозділу різними категоріями користувачів. За основні параметри було взято:

- склад респондентів;
- документний фонд структурного підрозділу;
- систему каталогів та картотек;
- електронні інформаційні ресурси;
- потребу інформаційного супроводу.

Анкети містили дванадцять запитань відкритого і закритого типу. Проведене дослідження засвідчило, що основну читацьку аудиторію становлять студенти, зокрема третьокурсники (50%). Перевагу, як не дивно, на сьогодні вони надають традиційним документам (близько 60%), порівняно з електронними (20%). Традиційним каталогом користуються менше 20% опитуваних, набагато більше, з огляду на ці дані, надають перевагу електронному каталогу [13]. Загалом, наведені статистичні показники відображають позитивні реалії щодо застосування електронних ресурсів бібліотеки.

Також було взято до уваги необхідність допомоги користувачам у пошуку потрібної інформації, адже вони, як засвідчили результати опитування, мають недостатню інформаційну культуру. Бібліотека як науково-інформаційний центр потребує нову генерацію висококваліфікованих бібліотечних кадрів, комунікаторів-консультантів, які б могли вільно оперувати сучасними інформаційними ресурсами, базами даних, розробляти інструкції з користування, допомагати здійснювати інформаційний пошук релевантних документів.

Підбиваючи підсумки, зауважимо: необхідно й надалі проводити комплексні та цільові маркетингові дослідження задля вивчення якості та ефективності обслуговування у книгозбірні, визначення тенденцій використання та попиту на її інформаційні ресурси. Результати дослідження спонукають фахівців НТБ Львівської політехніки до таких кроків:

- стратегічного рекламування та промоції інформаційних ресурсів НТБ;
- кооперації у цих діях з викладачами університету;
- ініціативної діяльності працівників бібліотеки.

Розгортаючи маркетингову політику, розпочали випускати електронний інформаційний вісник "Бібліофокус", що стало першою спробою створення власного електронного періодичного органу, який дає можливість поділитися на працюваннями фахівців книгозбірні, знайомить із новинами бібліотечної спільноти. Подання інформації про події, які відбуваються у бібліотеці, у власному інформаційному засобі внутрішньої комунікації — це вагома складова частина комплексної стратегії формування її іміджу.

Спочатку був задум розповсюджувати новини про бібліотечні події через Jabber — відкритий протокол для миттєвого обміну повідомленнями у локальній мережі НТБ. Потім вирішили подавати інформацію для ширшої читацької аудиторії, і проєкт знайшов своє відображення у сформованому автономному електронному виданні, розміщеному на сайті НТБ Львівської політехніки як окрема складова.

Таким чином, при створенні вісника ставили за мету інформувати працівників бібліотеки про новини, події, що відбуваються у ній, її досягнення, інновації, заходи з підвищення кваліфікації співробітників. Для електронного видання був створений окремий блок, в якому зосереджено всі його випуски, яких на час написання статті з'явилось три. Однак практика засвідчила, що інформаційна політика творців "Бібліофокуса" не обмежилась рамками самої бібліотеки: матеріали інформаційного вісника зацікавили співробітників бібліотек не лише Львова, а й інших міст України.

Це та інші видання Львівської політехніки інформують викладачів та студентів про те, чим живе їхня бібліотека, про сферу її діяльності, які проблеми порушує на сьогоднішній день, які заходи проводить. А хто, як не самі співробітники НТБ Львівської політехніки, найкраще про це повідомить? Але, як показує практика, їм потрібно поглиблювати співробітництво зі студентським часописом "Аудиторія" та електронним інформаційним вісником "Бібліофокус", а в подальшому розширити співпрацю з періодичними друкованими органами Львова.

Бібліотека послуговується й іншими формами маркетингових комунікацій. У структурі Львівської політехніки діє прес-служба, що збирає, аналізує та розповсюджує інформацію про діяльність університету та його структурних підрозділів, зокрема й бібліотеки. Події, що знаходять відображення на веб-сайті книгозбірні, надходять до прес-служби, а звідти — до засобів масової інформації, які знайомлять з нею широкий загал читачів та користувачів.

Саме за посередництва прес-служби упродовж останніх років з'явилась низка електронних публікацій про НТБ. На веб-сайті Західної інформаційної корпорації (ЗИК) розміщено інформацію про: нові онлайн-ресурси (<http://zik.ua/ua/news/2012/01/11/327963>); користувачам надається доступ до Passport GMID ([http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?lvivska\\_politehnika\\_nadast\\_dostup\\_do\\_mizhnarodnoyi\\_bazi\\_dilovoyi\\_informatsiyi&objectId=1238352](http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?lvivska_politehnika_nadast_dostup_do_mizhnarodnoyi_bazi_dilovoyi_informatsiyi&objectId=1238352)) та до найбільшої міжнародної бази даних наукових дисертацій ProQuest Dissertations and Theses (PQDT, <http://zik.ua/ua/news/2011/10/05/312506>).

На освітньому порталі "Освіта в Україні, освіта за кордоном" подано інформацію про дебют Львівської політехніки у Word Digital Library (<http://www.osvita.org.ua/news/62614.html>); її постійні користувачі мають можливість почерпнути необхідну інформацію з міжнародної бази даних наукових дисертацій ProQuest Dissertations and Theses (PQDT, [http://www.osvita.org.ua/news/60107.html?from=news\\_rss](http://www.osvita.org.ua/news/60107.html?from=news_rss)).

На сайті Міністерства освіти і науки України розміщено повідомлення про надання доступу читачам НТБ Львівської політехніки до найповнішої бази даних дисертаційних робіт

і світової статистики (<http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/novini/novini-oblastej/94-lvivska-oblast/5918-do-poslug-chitachiv-biblioteki-lvivskoji-politehniki-napovnishna-baza-danikh-disertatsinikh-robot-i-svitovoji-statistiki>).

Оперативне розповсюдження інформації про бібліотеку та нові послуги, які нею надаються, через веб-сайти та веб-портали забезпечує формування іміджу книгозбірні як вагомої інформаційної складової частини навчального закладу. До ефективних прийомів PR належить також її популяризація у мережі Інтернет за допомогою відеоматеріалів. Так, у сервісі YouTube вміщено відеозапис, де представлено ідею відкритого доступу в Україні. Автором проєкту Open Access, створеного за сприяння EIFL, Асоціації "Інформаційно-Консорціум", Могилянської Школи Журналістики (НаУКМА) та ELibUkr, є директор Наукової бібліотеки Києво-Могилянської академії Т. Ярошенко. Задум виник у 2011 році. У відеоматеріалі подано інтерв'ю з керівниками різних вищих навчальних закладів, зокрема з проректором з науково-педагогічної роботи Національного університету "Львівська політехніка" А. Загороднім, який наголосив на важливості створення та поповнення університетського репозитарію як джерела доступу до доробку вчених та пропаганди їхніх наукових досягнень. Аналізований проректором репозитарій є інформаційним продуктом, створеним Науково-технічною бібліотекою Національного університету "Львівська політехніка", що доступний на її сайті.

Відеоматеріали про бібліотеку подавалися і на телеканалі. Так, у рамках постійної освітньої програми "Львівська політехніка — європейський вибір" на телеканалі ZIK відбувається промоція навчального закладу. В одній з програм, присвяченій 140-річчю діяльності кафедри геодезії, було оприлюднено відеонарис про К. Вайгеля — відомого вченого у галузі геодезії, який тривалий час працював у Львівській політехніці. Ключовим моментом для НТБ Львівської політехніки у цьому відеоматеріалі було інтерв'ю із заступником директора І. Белоус, яка зробила огляд праць вченого, що зберігаються у фондї Львівської політехніки. Серед двадцяти праць професора, наявних у бібліотеці, вирізняється головна — "Геодезія" (1938). Заступник директора НТБ розповіла про традицію львівських професорів дарувати бібліотеці свої праці. На презентованих виданнях ставився штамп "Дар автора". Цей відеосюжет — одна зі складових системи популяризації НТБ Львівської політехніки та її інформаційних ресурсів відеозасобами.

Ще одним іміджевим засобом бібліотеки є веб-сайт, який забезпечує репрезентацію бібліотеки в інтернет-просторі. Основним із завдань сайту є інформування користувачів НТБ про основні засади діяльності бібліотеки, її фонди, ресурси, послуги; на ньому розміщуються щорічні звіти з бібліотечної та наукової роботи, наводяться відомості про проведення науково-практичних конференцій, семінарів, виступи працівників бібліотеки на конференціях, публікації працівників НТБ Львівської політехніки. Такий PR-крок забезпечує просування послуг книгозбірні на інформаційному ринку, її промоцію як соціального інституту, що здійснює інформаційне забезпечення навчального закладу та робить внесок у розвиток бібліотекознавства.

Ще однією ланкою маркетингових комунікацій НТБ Львівської політехніки є участь у культурологічних заходах загальнодержавного рівня, як, наприклад, у щорічному Форумі видавців у Львові — одному з найбільших та наймасовіших міжнародних заходів, пов'язаних з літературними акціями, презентаціями книг, видавництва і авторів, книго-розповсюдженням. НТБ Львівської політехніки є одним із

організаторів цього книжкового дійства. Завдяки активній участі у його роботі бібліотека формує позитивний образ відкритої для громадськості установи та розширює коло партнерів.

НТБ Львівської політехніки брала активну участь у діяльності XVII та XVIII Форуму видавців у Львові. У 2010 році у бібліотеці в рамках Форуму було проведено презентації видань Видавничого дому "Києво-Могилянська академія", проекту "Наслідуюмо разом" видавництва "Месіонер", видавництва "Фоліо" (Харків).

У 2011 році на XVIII Форумі видавців у Львові як результат співпраці книгозбірні з організаторами заходу реалізовано низку заходів: презентація книг видавництва "Месіонер" "Живий відгук серця" та "Життєносні стовпи церкви"; розглядалися переваги Всеукраїнського мультимедійного проекту "Плеяда знаних українських родоводів". Мовний Клуб Open World представив аудіокурс "Бізнес Англійська". У бібліотеці було проведено Вікіконференцію 2011 — першу конференцію Вікіпедії в Україні. В її рамках організовано семінар "Просування видавничої справи у Вікіпедії", презентацію книги "Марія Складовська-Кюрі у Вікіпедії" та конкурс "Французька осінь".

Надалі НТБ Львівської політехніки планує продовжувати співпрацю з Форумом видавців задля розширення кола партнерських зв'язків з видавництвами всієї України.

У зміцненні престижу бібліотеки вагомим роль відіграє участь її співробітників у роботі конференцій, семінарів і з'їздів професійних бібліотечних організацій, де збирається бібліотечна спільнота не тільки країни, а й світу. Зокрема, упродовж багатьох років представники бібліотеки неодноразово брали участь у найавторитетнішій на теренах України Міжнародній конференції "Крим. Бібліотеки та інформаційні ресурси в сучасному світі науки, культури, освіти і бізнесу", на якій обговорювалися актуальні проблеми бібліотечного знавства, серед яких: трансформація бібліотечно-інформаційних технологій та відкритого доступу до інформації в правовому полі; роль бібліотек у підвищенні рівня інформаційної культури і збереженні культурної спадщини в сучасних умовах розвитку суспільства; бібліотеки в новому десятилітті інформаційного століття та ін.

Фахівці НТБ виступили з доповідями на Міжнародній науково-практичній конференції "INFORMATIO-2010: Електронні інформаційні ресурси: створення, використання, доступ" у рамках II Міжнародного форуму "Проблеми розвитку інформаційного суспільства".

Співробітники НТБ беруть участь у міжнародних конференціях, що відбуваються за кордоном, і гідно представляють наш заклад. На 32-й конференції Міжнародної асоціації науково-технічних бібліотек (IATUL), що проходила у Варшаві 2011 року, наша книгозбірня посіла перше місце серед інших бібліотек за презентацію постера на тему: "The role of Lviv Polytechnic National University Scientific Library in the development of Open Scholarly Communication in Ukraine". Це вагомий внесок у створення сприятливого образу та позиціонування бібліотеки на міжнародному рівні.

Завідувач науково-методичного відділу НТБ (у співавторстві зі співробітницею інституту архітектури Національного університету "Львівська політехніка") у 2012 році виступила з доповіддю на міжнародному семінарі Європейського об'єднання наукових бібліотек LIBER-LAG, яке сприяє обміну досвідом між бібліотекарями та архітекторами всієї Європи, організовує щорічні семінари, що надають можливість відвідати нові будівлі бібліотек. Семінар 2012 року відбувся у Празі на базі Національної технічної бібліотеки Чехії, у його роботі взяли участь представники 23 країн, доповідачі з України — вперше.

Упродовж багатьох років працівники НТБ — учасники багатьох інших міжнародних конференцій, що відбуваються за кордоном: "Znaczenie i badania jakości w bibliotekach", м. Лодзь (Польща); "Kraków — Lwów książki, czasopisma, biblioteki XIX i XX wieku", м. Краків (Польща); INFORUM (Conference on Professional Information Resources) у м. Ппра (Чехія); "Biblioteki, informacja, książka: interdyscyplinarne badania i praktyka w XXI wieku" в Ягеллонському університеті, м. Краків (Польща); "Książka, biblioteka, informacja między podziałami a wspólnota", м. Кельце (Польща).

Науково-технічна бібліотека Національного університету "Львівська політехніка" долучилася ще до одного масштабного міжнародного проекту — World Digital Library (Світова цифрова бібліотека). Проект створений за підтримки ЮНЕСКО та Бібліотеки Конгресу. Світову цифрову бібліотеку започатковано з метою сприяння міжнародному та міжкультурному взаєморозумінню, можливості вільно представляти у багатомовному форматі кращі зразки культурної спадщини різних країн світу. Наша книгозбірня планує і надалі активно співпрацювати з учасниками проекту Світова цифрова бібліотека, а також готова надати допомогу іншим бібліотекам України, які бажають долучитися до міжнародного культурного обміну.

Створення позитивного образу науково-технічної бібліотеки Львівської політехніки на професійному рівні серед колег з інших книгозбірень є інтегруючим чинником іміджу установи, засобом утвердження якого, на нашу думку, є організація і проведення семінарів щодо використання системи "УФД/Бібліотека". НТБ веде першість в освоєнні функціональних можливостей цієї АБІС і ділиться досвідом з іншими книгозбірнями, що розпочали її впровадження. Упродовж останніх чотирьох років (2009—2012) НТБ Львівської політехніки започаткувала і виступає ініціатором проведення семінару "Особливості використання системи УФД/Бібліотека в роботі бібліотек вищих навчальних закладів". НТБ Львівської політехніки є провідною установою серед бібліотек вищих навчальних закладів III—IV рівня акредитації методичного об'єднання Західного регіону в цьому напрямі. Уже стало традицією запрошувати на нього розробників програмного продукту — представників товариства "Український фондовий дім". За їх участю обговорюються нагальні питання щодо налагодження ефективної роботи, подаються пропозиції, спрямовані на удосконалення автоматизованої бібліотечної системи "УФД/Бібліотека", що сприяє її адаптації до процесів роботи бібліотеки вищих навчальних закладів. На семінарах розглядаються проблемні моменти із впровадження системи у діяльність інших вітчизняних книгозбірень.

Отже, Науково-технічна бібліотека Національного університету "Львівська політехніка" у своїй практиці реалізує різноманітні форми МК. Застосування елементів маркетингового комплексу є інноваційним для книгозбірні та сприяє вдосконаленню роботи, залученню до її ресурсів ширшого кола користувачів.

Безперечно, успішна реалізація PR неможлива без взаємодії колективу бібліотеки та університету. А вона полягає не лише у використанні шпальт корпоративної преси, а й у залученні викладачів до промодійних акцій бібліотеки. Вагомим маркетинговим кроком у діяльності НТБ Львівської політехніки стало створення бібліотечного інформаційного вісника "Бібліофокус" як однієї із форм зв'язків з громадськістю на рівні установи.

На зовнішньому рівні зв'язки з громадськістю НТБ Львівської політехніки відбуваються шляхом співпраці з телебаченням, використання можливостей мережі Інтернет, участі у різноманітних міжнародних та всеукраїнських заходах.

Особливо слід відзначити PR НТБ Львівської політехніки на міжнародному рівні. Участь у професійних заходах бібліотечних фахівців міжнародного та державного рівнів дають змогу позиціонувати бібліотеку як вагому інформаційну інституцію. Важливу роль у досліджуваних процесах відіграє такий напрям роботи, як проведення фахових семінарів на базі НТБ Львівської політехніки для колег з книгозбірень вищих навчальних закладів регіону.

Таким чином, використання маркетингових комунікацій забезпечує формування позитивного іміджу Науково-технічної бібліотеки Національного університету "Львівська політехніка" у бібліотечному світі.

#### Список використаної літератури

1. Чигрина Н. В. Напрями розширення соціально-комунікативних функцій вузівських бібліотек : (за матеріалами соціол. моніторингу) / Н. В. Чигрина // Соціальні технології. — 2011. — № 52. — С. 113—119.
2. Суслова И. М. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности : учебник для вузов культуры и искусства / И. М. Суслова, В. К. Клоев. — СПб. : Профессия, 2010. — 600 с.
3. Борисова О. О. Рекламная кампания библиотек / О. О. Борисова // Библиография. — 2001. — № 6. — С. 56—64.
4. Міщенко Г. Г. Маркетинг і бібліотека / Г. Г. Міщенко. — К. : НІПБ України, 2004. — 94 с.
5. Башун О. В. Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек / О. В. Башун. — Донецьк : Донец. ОУНБ, 1999. — 204 с.
6. Башун О. Роль реклами та "паблік релейшнз" в трансформації наукової бібліотеки як культурно-інформаційного центру / Олена Башун // Вісник Книжкової палати. — 1999. — № 5. — С. 15—17.
7. Барабаш С. Паблік релейшнз як інструмент маркетингової комунікації бібліотеки / Світлана 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. — С. 12.
9. Місце, де "mortui vivunt et muti loquuntur" : [бесіда з дир. НТБ О. Шишкою та зав. від. комплектування О. Кусьпісь / спілкувалася Марія Мисак] // Аудиторія. — 2007. — 27 верес. — 3 жовт. — С. 6—7.
10. Творці математики у Політехніці : [розмова з заступником дир. НТБ Іриною Белоус про бібліогр. покажчик "Видатні вчені-математики Львівської політехніки (1844—1939) / записала Ірина Шутка] // Аудиторія. — 2012. — 17—23 трав. — С. 9.
11. Дорога до бібліотеки : [розмова із заступником дир. з наук.-вироб. роботи І. Белоус] // Аудиторія. — 2008. — 1—17 верес. — С. 6—7.
12. Соціологічні дослідження в бібліотеках. — Режим доступу: <http://www.libr.dp.ua/Biblio/soc.htm>. — Назва з екрана.
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. / редкол.: Ю. Я. Бобало [та ін.]. — Львів, 2012. — С. 467—481.

*Представлен опыт использования маркетинговых средств в библиотеке высшего учебного заведения как неотъемлемой составляющей образовательно-воспитательного процесса. Рассмотрена эффективность применения связей с общественностью в формировании имиджа библиотечного института.*

*It is presented the experience of using marketing tools in the university library as an integral part of educational process. Efficiency of public affairs (PR) in forming the image of the university library is considered.*

Надійшла в редакцію 29 січня 2013 року