

підвищенню іміджу бібліотеки як у самому університеті так і серед бібліотек закладів вищої освіти України.

На другому етапі реалізації проекту планується систематизувати отриману інформацію, здійснити доповнення історичних даних про створення та становлення бібліотеки.

Завершенням проекту буде підготовка до 100-річчя бібліотеки електронного видання «Історія НБ ХНТУСГ та навігацію до нього, для цього необхідно вивчити можливості сервісу «Стрічка часу» для подання історії бібліотеки в цілому.

Наша щира подяка і повага бібліотекарям, які працювали або працюють в бібліотеці ХНТУСГ, вони заслуговують на те, щоб їх пам'ятали. А від майбутніх бібліотекарів ми очікуємо нової історії бібліотеки, адже вже сьогодні вони своєю працею пишуть нові сторінки і відкривають бібліотеку як сучасний інформаційно-аналітичний центр та соціокультурний інститут університету.

Список використаних джерел:

1. Наукова бібліотека ХНТУСГ / Т. В. Новікова // Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. 85 років. – Харків: Міськдрук, 2015. – С. 207-210.

2. Путешествие в историю : библиотека Харков. гос. техн. ун-та сел. хоз-ва / Т. В. Новікова, Л. И. Лупика // Очерки истории вузовских библиотек г. Харьков. – Харьков, 2001 . – С. 359-373 .

3. Киреєва С. М. ФОТОНАРИС: сторінками історії Наукової бібліотеки ХНТУСГ до 85-річчя заснування університету [Презентація] – Режим доступу <http://dspace.khntusg.com.ua/handle/123456789/9144>

PROJECT "HISTORY OF SCIENTIFIC LIBRARY KHNTUSG IN PERSONS"

Naugolnova Nelya Gennadiyivna, Deputy Director of the Scientific Library of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

Abstract: *The report reveals the role of the individual in the activities of the library at different stages of its historical development, defines the purpose, objectives, directions, life cycle and stages of the project "History of the National Library of KhNTUSG in persons."*

Key words: *history of the library, project activity, library staff.*

УДК 027. 021

КОМ'ЮНІТИ-АСПЕКТИ РЕСПЕКТАБЕЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ

Перевозник Тетяна Вікторівна, головний бібліотекар Наукової бібліотеки Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

У доповіді розглянуті питання використання маркетингових технологій та інструментів метою залучення користувачів до бібліотеки, проведення ребрендингу і постійної маркетингової політики з використанням ком'юніті-менеджменту для досягнення цілей. На прикладі Наукової бібліотеки ХНТУСГ, ребрендинг та агресивний маркетинг розглядаються як ефективні способи просування нових бібліотечних продуктів і послуг. Зазначається, що для вирішення проблеми зменшення/відсутності користувачів, одним з головних кроків є зміна поляризації користувачької свідомості, створення ком'юніті – лояльної до бібліотеки спільноти. Показано, як НБ використовує у своїй діяльності ком'юніті-менеджмент, як формує в університеті ком'юніті на принципах дружби, уваги, визнання.

Ключові слова: ком'юніті-менеджмент, ребрендинг, маркетинг в бібліотеці, бібліотечне ком'юніті, лояльна спільнота

*Якщо хочеш швидше, йди один.
Якщо хочеш піти далеко, йдїть разом
Африканське прислів'я*

Головною проблемою університетських бібліотек є зменшення кількості користувачів, хоча «...в співтоваристві свого університету бібліотека, як правило, є надійним інформаційним центром, якому довіряють і де завжди можна отримати релевантну, оперативну, цінну інформацію та великий перелік різноманітних послуг» [4].

Для того, щоб повернути користувачів, залучити нових і, найголовніше, постійно втримувати їх прихильність бібліотека повинна про себе заявити по-новому, привернути увагу, зацікавити, переконати, змінити стереотипи щодо себе як до звичайної книгозбірні, сформувані позитивний імідж, підняти свій престиж.

Наукова бібліотека ХНТУСГ, як і більшість бібліотек, наразі докладає чимало зусиль для свого оновлення, активно використовуючи у своїй діяльності маркетингові технології та інструменти.

Одним з таких дієвих інструментів є ребрендинг – комплекс кроків, які призводять до зміни сприйняття бренду. Починаючи з 2017 р., відбувалося збільшення витрат на комплектування, в читальних залах створені додаткові зони з вільним доступом до Wi-Fi. Організовано роботу репозитарія, впроваджена мобільна версія сайту з сучасним чітко структурованим різноманітним контентом, зокрема, власними електронними ресурсами. Традиційне використання в інтерфейсі сайту корпоративних кольорів ХНТУСГ сприяє впізнаваності і формує почуття причетності до університетської спільноти. В електронний каталог додано вид пошуку «Книгозабезпеченість: кафедра-дисципліна». На основі бази даних «Праці науковців ХНТУСГ» та бази даних «Охоронні документи» створено ресурс «Веб-портфоліо науковців ХНТУСГ». Наукова бібліотека

активно розвиває проєктну діяльність, має сторінки в соціальній мережі Фейсбук, канал Ютуб, створено Телеграм-канал.

Ефективним способом просування нових бібліотечно-інформаційних продуктів і послуг є агресивний маркетинг, який передбачає швидкий обмін інформацією з цільовою аудиторією і отримання відповідної реакції від користувачів. Це, наприклад, практичний тренінг «Електронні ресурси Наукової бібліотеки: пошук та використання» в рамках «Місячника першокурсника»; семінари, тренінги з професорсько-викладацьким складом, науковцями університету для ознайомлення з видом пошуку «Книгозабезпеченість: кафедра-дисципліна», ресурсом «Веб-портфоліо науковців ХНТУСГ», інструментами Scopus, Web of Science, індивідуальні консультації.

Але що робити, коли послідовно проведений ребрендинг і постійна маркетингова політика не призводять до бажаних наслідків, тобто до суттєвого збільшення/повернення користувачів? Як змінити поляризацію користувацької свідомості?

Одне з можливих рішень (а може навіть єдине) пропонує ком'юніті-менеджмент: створення, підтримку і розвиток спільнот/структур з мережевою ієрархією, як онлайн, так і офлайн. Ком'юніті-менеджмент відрізняється від класичного менеджменту добровільним принципом участі в спільнотах і відсутністю матеріального стимулювання учасників.

Бібліотека ХНТУСГ активно використовує ком'юніті-менеджмент для досягнення цілей, для створення ком'юніті – лояльної до бібліотеки спільноти: знаходимо і об'єднуємо активних користувачів навколо бібліотеки для спільного вирішення наявних проблем, робимо користувачів повноцінними учасниками процесу. Наприклад, наразі в бібліотеці створюється ресурс «Літературна Харківщина: туристичне розмаїття», для якого не вистачає оригінальних фотографій. Ми пропонуємо всім бажаючим допомогти нам.

Нині створюється ефективний контент – такий, що подобається цільовій аудиторії, який відрізняє нас від усіх інших. Як приклад, переформатування публікацій в соцмережі ФБ, використання гіф-анімації в рекламі конференції, «Бібліотека вдячна авторам за подаровані видання».

Фахівці бібліотеки займаються створенням лонгвідів, опитувань, тестів для утримання існуючих та залучення нових учасників, підвищення активності учасників, мотивують аудиторію до участі, пропонуючи конкурси, ігри чи бесіди за інтересами, зокрема, були проведені віртуальні флешмоби «Вишиванка – твій генетичний код» і «Університет читаючий», віртуальний дозвілєвий вебквест «Від Маланки до Водохреща». Обов'язково по завершенню заходів вручаються подяки і нагороди переможцям, їх участь відзначається грамотами і призами, а підсумки оприлюднюються на сайті Наукової бібліотеки і у соцмережі Facebook.

Важливо систематично налагоджувати контакт з людьми в реальному житті, тому заходи та зустрічі для активних учасників спільноти відбуваються як офлайн так і онлайн, бібліотека активно долучається до дружніх заходів університету, наприклад, конкурсу «Барви осені», святкування Масляної.

Забезпечуючи зворотній зв'язок з учасниками спільноти, постійно аналізується ефективність взаємофункціонування для визначення необхідності внесення змін та поліпшень.

Для створення ком'юніті в бібліотеці:

- вивчається цільова аудиторія (ЦА) – співробітники університету, професорсько-викладацький склад, науковці і студенти;
 - формується лояльне ядро, виявляються лідери думок, через яких відбувається залучення активних користувачів;
 - підтримується зв'язок і активна співпраця з інститутами, кафедрами.
- Наразі можна говорити про бібліотечно-кафедральне ком'юніті з кафедрою культури, спорту і туризму ННІ БМ. Створений спільно у 2019 р. вебквест «Українське козацьке бароко» успішно пройшов апробацію і використовується в навчальному процесі. В найближчих планах долучити до ком'юніті кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін, маркетингу та медіа комунікацій. Наукова бібліотека може запропонувати кафедрам допомогу в освоєнні онлайн сервісів, тренінги по створенню вебквестів, віртуальних екскурсій, інтерактивних плакатів тощо.

Створюючи ком'юніті слід пам'ятати, що найголовніші принципи формування ком'юніті – дружба, увага, визнання; створення ком'юніті – це кропітка, щоденна праця, яка потребує багато часу, зусиль, тому в цьому процесі бере участь весь колектив Наукової бібліотеки; ком'юніті – це природне продовження будь-якого успішного проекту, а також спосіб піару в умовах обмеженого бюджету.

Тож, бібліотека продовжує працювати із задоволенням на потреби майбутніх користувачів.

Список використаних джерел:

1. Аналіз обов'язків ком'юніті-менеджера в процесі управління веб-спільнотою // May 2015 Conference: INFORMATION, COMMUNICATION, SOCIETY At: Ukraine, Lviv – Slavske. – Volume: 2. – URL: <http://surl.li/hvov> (Last accessed: 08.10.2020).
2. Ганець, О. Аналіз обов'язків ком'юніті-менеджера в процесі управління веб-спільнотою // О. Ганець, О. Марковець // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – С. 86-87. – Режим доступу: <http://surl.li/hvor> (дата звернення: 08.10.2020).
3. Емченко, Н. «Ком'юніті менеджмент» & Мітап ком'юніті: лекція / Н. Емченко // YouTube. – Режим доступу: <http://surl.li/hvow> (дата звернення: 10.09.2020).

4. Колесникова, Т. Препринт Організація віддаленої роботи колективів бібліотек університетів України за часів драматичних невідомостей [Organization of remote work for university library staff in Ukraine during dramatic uncertainties]. – Режим доступу: <http://surl.li/hvvpk> (дата звернення: 03.09.2020).
5. Посібник менеджера спільноти, щоб досягти успіху в цьому 2019. – Режим доступу: <http://surl.li/hvoz> (дата звернення: 08.10.2020).
6. Титов, В. Комьюнити-менеджмент: стратегія і практика вирощування лояльних сообществ / В. Титов. – М., 2018. – 110 с. – Режим доступу: <http://flibusta.site/b/551390/read> (дата звернення: 15.04.2020).

COMMUNITY ASPECTS OF A RESPECTABLE LIBRARY

Perevoznyk Tetyana Viktorivna, Chief Librarian of the Scientific Library of Kharkiv Petro Vasilenko National Technical University of Agriculture

Abstract: *The report addresses the use of marketing technologies and tools to engage users in the library, rebranding and ongoing marketing policies using community management to achieve goals. On the example of the Scientific Library of KhNTUSG, rebranding and aggressive marketing are considered as effective ways to promote new library products and services. It is noted that to solve the problem of reduction / absence of users, one of the main steps is to change the polarization of user consciousness, to create a community - loyal to the library community. It shows how the National Bank uses community management in its activities, how it forms a community at the university on the principles of friendship, attention, recognition.*

Keywords: *community management, rebranding, library marketing, library community, loyal community*

УДК 001;63(477.83)18”19”

АГРОІНЖЕНЕРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ДУБЛЯНСЬКОМУ НАУКОВОМУ ОСЕРЕДКУ кін. ХІХ-поч. ХХ ст. (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ФОНДУ СТАРОДРУКІВ І РІДКІСНИХ ВИДАНЬ НБ ЛНАУ)

Пинда Любов Арсентівна, канд. іст. наук, доцент Львівського національного аграрного університету

В статті аналізуються напрями та форми наукових пошуків представників аграрної інженерії Академії рільництва та рільничо-лісового факультету Львівської Політехніки (м. Дубляни поблизу Львова). В роботі використані матеріали фонду стародруків та рідкісних видань, в яких відображені результати науково-дослідної діяльності провідних вчених в галузі аграрної інженерії зазначених науково-дослідних та освітніх