УДК 027.7:005

ДИСТАНЦІЙНІ СЕРВІСИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ЗВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ НАВЧАЛЬНОЇ ТА НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТУ

Каїді Вікторія Валеріївна, *учений секретар Наукової бібліотеки Національного фармацевтичного університету, канд. наук із соц. комунікацій*

У статті проаналізовано трансформацію сервісної складової, яка розвивається під впливом широкого розгортання сервісності, ІКТ та впровадження бізнес-процесів з урахуванням особливостей активної інформаційної взаємодії в суспільстві.

Ключові слова: інформаційні сервіси, інформаційні продукти.

Ресурсна та сервісна складові інформаційних установ, зокрема й бібліотек ЗВО, формуються з урахуванням потреб користувачів, архітектоніки інформаційного ринку та ІКТ, які застосовуються на конкретному етапі. Дослідження та аналіз стану функціонування сервісів є важливим питанням, адже цей напрям діяльності є одним з ключових для задоволення інформаційних запитів з використанням нових інструментів з залученням більш ефективних форм та методів роботи, зокрема, дистанційних, які відповідають міжгалузевим стандартам діяльності (наприклад, сфера обслуговування) й трансформують важливі вектори стратегії розвитку установи, виводячи її на вищій рівень.

Сьогодні, щоб бути успішною та затребуваною, інформаційна установа повинна бути процесно-орієнтованою, інноваційною, гнучкою, клієнто-орієнтованою, сервісною, а персонал – постійно навчатися й удосконалюватися [1]. Наразі спостерігається впровадження нових підходів у роботі інформаційних установ – створення ресурсів з орієнтацією на окремі групи клієнтів та персоналізовані інформаційні продукти, з аналізом інформаційних запитів, тенденцій технологічного розвитку, більш широким впровадженням дистанційних сервісів (що наразі досить актуально у зв’язку з поширення пандемії COVID-19) й оперативним виконанням запитів клієнтів, демонструючи ефективну трансформацію та новий рівень діяльності й сервісності.

З вище сказаного можна стверджувати, що **мета дослідження** – вивчення сервісів інформаційних центрів ЗВО, зокрема, дистанційних.

Аналізуючи сучасні дослідження варто зазначити, що впровадження ІКТ вивчаються вітчизняними та закордонними науковцями – С. Назаровцем, К. Лобузіною, С. К. Прато, Т. Квані,О. Бруй, М. Друченко, Я. Нох та ін., які вивчили різні аспекти функціонування та розвитку сервісів на сучасному етапі.

Необхідною умовою ефективної реалізації сервісів є урахування та використання певних інструментів: загальної системи управління

організацією як процесно-орієнтованою системою,стратегічного управління, SWOT-аналізу, оцінки ринків продуктів, оцінки ринків ресурсів, аналіз клієнтського ряду, стратегічної ідеї, збалансованої системи показників (ЗСП),стратегії розвитку організації [1].

Варто сказати, що успішний розвиток інформаційного центру університету в умовах змін, що відбуваються в усіх сферах суспільного життя, зокрема в освіті та науці, залежить від його здатності швидко реагувати на виклики мінливого середовища, впроваджуючи інноваційні моделі діяльності. Вибір тієї чи іншої моделі залежить від стратегії розвитку університету, потреб академічної спільноти, місії інформаційного осередку тощо. Аналіз зарубіжного досвіду свідчить, що інформаційні центри університетів відіграють важливу роль у розвитку інновацій уЗВО, надаючи комплекс сервісів для дослідників та здобувачів, створюючи умови для навчання, викладання, досліджень та розвитку. Моніторинг наявного стану впровадження та надання інформаційних сервісів свідчить про різний рівень готовності, можливості інформаційних центрів, різні підходи до організації та здійснення цієї діяльності [6].

В основі функціонування інформаційних сервісів необхідним є використання аналізу наступних чинників:

- суспільство/університет (підвищення якості наукових досліджень університету; підвищення рівня підготовки бакалаврів, магістрів, PhD);
- клієнти (підвищення якості підтримки дослідницької діяльності; підвищення якості підтримки навчання та викладання; комфортне фізичне середовище; комфортне віртуальне середовище; креативне комунікативне середовище, що стимулює генерацію та впровадження інновацій);
- фінанси (бюджет зростання, достатній для операційної діяльності інформаційної установи та впровадження інновацій);
- процеси (реінжиніринг процесів та їх максимальна автоматизація; оновлений «портфель послуг» з максимальним покриттям потреб клієнтів; актуальна колекція інформаційних ресурсів на різних носіях; систематичні залучені ресурси, достатні для основної діяльності організації та нововведень);
- навчання та розвиток (система розвитку персоналу, спрямована на підвищення кваліфікації та вироблення компетенцій, умотивованості та сервісності; ефективна комунікація; системна наукова діяльність інформаційного центру ЗВО) [1].

Під час дослідження були проаналізовані деякі розділи сайтів бібліотек провідних ЗВО України, які входять до консолідованого рейтингу ЗВО України [5] (обрано перші 25 ЗВО, які представлено у рейтингу) та були виявлені та досліджені наступні сервіси:

- **Надання доступу до інформаційних ресурсів:**

- ✓ електронний каталог (з можливостями пошуку, замовлення, користування, підготовкою списків джерел до наукових робіт чи рекомендованої літератури до освітніх програм);
- ✓ електронна бібліотека (з можливістю пошуку ресурсів та їх завантаження після попереднього замовлення або авторизації через особистий кабінет);
- ✓ електронний архів (з можливістю пошуку та завантаження повнотекстових ресурсів наукового та освітнього спрямування з відкритого доступу);
- ✓ електронні ресурси, які знаходяться в локальній мережі (з можливістю пошуку ресурсів та їх завантаження після попереднього замовлення та заповнення он-лайн форм (гугл-форм));
- ✓ наукові та освітні ресурси відкритого доступу (зібрання повнотекстових, реферативних баз даних для наукових досліджень та навчання);
- ✓ тематичні рубрики на допомогу навчанню, проведенню досліджень на веб-сайті інформаційного центру;

- **Електронна доставка документів (**доставка документів з пошуком на платформах видавництвта агрегаторів, сканування окремих частин видань, здійснення електронної доставки документів із повнотекстовихнаукових баз даних та ін.);
- **Надання інформаційних довідок** (отримання оперативної відповіді на запити про ресурси та сервіси інформаційного центру через заповнення відповідних форм);
- **Віртуальна довідка або jivochat;**
- **Пошук та підбір інформаційних ресурсів за темами** (підготовка переліку джерел з електронного каталогу, електронного архіву, бібліотек України та ресурсів відкритого доступу);
- **Консультування представників редакцій та оргкомітетів наукових конференцій** (з заповненням форм або через електронну пошту);
- **Консультування щодо розміщення матеріалів в електронному архіві** (надання інформації, інструкцій та консультацій з питаньсамоархівування, реєстрації користувача та розміщення матеріалів велектронному архіві);
- **Визначення індексів УДК та авторського знаку онлайн** (на статтю, бакалаврську, магістерську роботи, автореферат дисертації, дисертацію з заповненням форм або через електронну пошту);
- **Складання списків літератури для акредитації за запитами факультетів та кафедр** (кафедрам і факультетам ЗВО надається інформація про ресурсне забезпечення дисциплін для проведення акредитації/ліцензування ЗВО за вимогою Міністерства освіти і науки України);

- **Організація онлайн-заходів** (надання можливості організувати онлайн-захід або розмістити інформацію на сторінках інформаційного центру, з можливістю надіслання листа на електронну пошту або заповнення відповідної форми на сайті);
- **Інформування дослідників, викладачів, студентів (**про ресурси для пошуку інформації, вебінари для дослідників, методичні видання, інструкції для самостійної роботи на відповідних сторінках чи розділах сайту бібліотеки чи ЗВО).
- **Консультування дослідників, викладачів, студентів (**індивідуальні консультації з питань дослідження, навчання та викладання через електронну пошту)

Варто зазначити, що за останні 5 років кількість консультацій в багатьох інформаційних центрах зросла, а перелік питань – розширився. Так, на сьогодні затребуваними напрямками консультування є:

- пошук освітньої та наукової інформації, академічної доброчесності;
- доступ до баз даних та перевірки академічних текстів на ознаки плагіату;
- загальні питання наукометрії;
- публікаційна активность, визначення наукометричних показників;
- реєстрація у реєстрах ідентифікаторів науковців;
- створення та редагування профілів науковців у наукових мережах та сервісах;
- стандартизація профілю науковців у наукометричних базах даних;
- розміщення результатів наукових досліджень у е-архівах відкритого доступу та ін. [3];
- електронні внутрішні аналітичні інструменти та сервіси (база даних публікаційної активності науковців, рейтинги наукових періодичних видань університету тощо) [2];
- оформлення цитувань, списків використаних інформаційних джерел за вітчизняними та міжнародними стандартами;
- переклад англійською резюме наукових статей, навчально-методичних видань;
- користування електронними науковими ресурсами;
- проведення наукових та навчальних он-лайн семінарів та тренінгів для викладачів та здобувачів ЗВО на платформах Zoom, Google Meet та ін.

Також пропонуються послуги, пов’язані з виданнями:

- заміна втрачених книг,
- замовлення/бронювання видань онлайн,
- подовження терміну користування виданням,
- дистанційне комплектування.

Процентне співвідношення проаналізованих сервісів представлено на рис. 1.

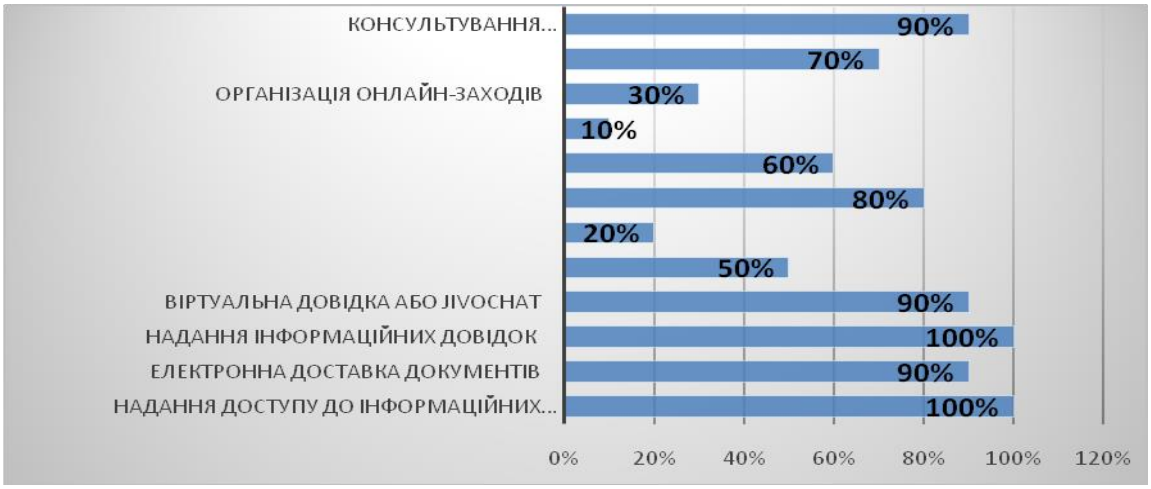

Рис. 1. Процентне співвідношення дистанційних сервісів інформаційних центрів ЗВО України

Для того, щоб залишатися конкурентоспроможною на ринку й мати стабільні відносини з клієнтами інформаційним установам необхідно залучати нові сервіси, які функціонують в інших галузях бізнесу, а продукти мають бути створені з урахуванням персоналізованого підходу до кожного клієнта й відповідати всім поставленим вимогам з точки зору користувачів, існуючих ІКТ та високого рівня діяльності фахівців інформаційної галузі. Задля цього необхідно:

1. постійне навчання персоналу у сфері ІКТ, ІТ;
2. створення інформаційних продуктів та сервісів високої якості;
3. розробка ефективного маркетингу;
4. активне використання інноваційного менеджменту персоналу;
5. залучення методів та інструментів тім-білдингу;
6. обмін досвідом між «членами команди» (співробітниками різних підрозділів інформаційної установи, які задіяні в проектах) та організаціями зі схожими напрямками діяльності.

Трансформація сервісної складової у контексті стратегічного менеджменту інформаційної установи передбачає:

а) встановлення короткострокових цілей,

б) систематичний аналіз внутрішніх та зовнішніх умов, ресурсів (людських, фінансових, технічних, технологічних, інформаційних),

в) постійну корекцію діяльності задля досягнення цілей, які йдуть згідно зі стратегією розвитку організації [3].

І як результат – успішна реалізація стратегічних цілей (у відповідності з дослідженнями О. Бруй), які узгоджені з основними підпроцесами стратегічного управління:

- стратегічний аналіз;
- формування стратегічної ідеї;
- визначення та розроблення стратегії;
- впровадження та реалізація стратегії;
- оцінка та контроль реалізації стратегії [1].

- внесення коректив задля досягнення цілей, які узгоджені зі стратегією, на якісно новому рівні.

З вище сказаного, можна зазначити, що необхідною умовою ефективної реалізації сервісів інформаційної установи є урахування наступних чинників:

- використання у системі менеджменту установи системи управління якістю [4],
- перебудова управління як процесно-орієнтованої системи;
- розробка та реалізація комплексу маркетингових заходів для репрезентації продуктів та сервісів організації;
- аналіз наявних продуктів та сервісів;
- вивчення та аналіз інформаційного ринку;
- розробка програми з впровадження нових сервісів (використання міжгалузевого підходу);
- формування плану та показників з генерації інформаційних продуктів та сервісів на їх основі;
- надання оперативної інформації через усі можливі канали комунікації про продукти вільного доступу, а також за передплатою;
- участь у проєктах, метою яких є надання доступу до платних БД для інших інформаційних установ-членів відповідних проектів.

Варто зазначити, що відбувається диференціація каналів комунікації, інформаційні установи пропонують не тільки офіційну пошту, а й скриньки конкретних підрозділів, акаунтисоцмереж, Viber, Telegram, WhatsApp, які значно скорочують час очікування відповіді на запит та оптимізують зв'язок між клієнтом та продуктом чи послугою інформаційної установи, зменшуючи кількість задіяних співробітників у кожному бізнес-процесі.

Список використаних джерел:

1. Бруй О. Змінитися не можна зупинитися: впровадження процесу стратегічного управління в Бібліотеці КПІ. URL:https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/23970/1/01_Bruy.pdf. (дата звернення: 02.09.2020).
2. Бруй О. Інституційний репозитарій: перші кроки. URL: http://eprints.rclis.org/24425/1/Bruy_Institutsiyny.pdf. (дата звернення: 02.09.2020).
3. Друченко М. Центр інформаційної підтримки освіти та досліджень: ідея в дії / Друченко Марина // Науково-практичний семінар «Стратегії розвитку бібліотек: від ідеї до втілення»: збірник тез. – Київ : УБА, 2017. – С. 23-26.URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/23974/1/05_Druchenko.pdf. (дата звернення: 02.09.2020).
4. ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT) «Системи управління якістю. Вимоги» / Укрметртестстандарт. URL:

http://certsystems.kiev.ua/iso-9001/sistemi-upravlinnya-yakistyu-za-iso-9001.html (дата звернення: 02.09.2020).

5. Консолідований рейтинг вузів України. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/rating/51741/(дата звернення: 02.09.2020).

6. Процес якісної інформаційної підтримки освіти та досліджень у бібліотеці університету: рекомендації для впровадження моделі / розробники: Бруй Оксана, Кулик Євгенія, Сербін Олег; за заг. ред. Сошинської Ярослави; ВГО Українська бібліотечна асоціація; Науково-технічна бібліотека КПІ ім. Ігоря Сікорського; Наукова бібліотека імені М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Київ : УБА, 2020. – 25 с.

DISTANCE SERVICES OF INFORMATION CENTERS AS A SUPPORTING TOOL FOR EDUCATIONAL AND SCIENTIFIC ACTIVITIES OF THE UNIVERSITY

Kaeidi Victoria Valerievna, *Scientific Secretary of the Science Library Nationa University of Pharmacy, Candidate of Science in Social Communications*

Abstract: *The transformation of the service component, developing under the influence of widespread service, ICT and the implementation of busines sprocesses to takein to account the features of active information interaction has analyzed.*

Keywords:*information services, information products.*

УДК 908:3774-048:027.7:[378.6:62:63(477-25)ХНТУСГ]](045)

ТЕМАТИКО-ІНФОРМАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ КРАЄЗНАВЧОГО ПРОЄКТУ «МІЙ РІДНИЙ КРАЙ – МОЄЇ ДОЛІ СЛАВНИЙ ОБЕРІГ» ЯК ЗАСІБ ІНФОРМУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНІСТІ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ ХНТУСГ

Кірєєва Світлана Миколаївна, *завідувач відділу Наукової бібліотеки Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*

Розглянуто діяльність бібліотеки, спрямовану на задоволення освітніх, інформаційних, соціокультурних, естетичних, дозвіллєвих потреб користувачів, сприяння розвитку і вихованню моральних якостей особистості, збереження української культури, мови, національно-патріотичних традицій, формування у молоді позитивного ставлення до загальнолюдських цінностей

Ключові слова*:*соціокультурна діяльність, проект бібліотеки, краєзнавча діяльність, віртуальні виставки