

входження мобільних операторів зв'язку, які пропонують своїм абонентам електронні книги. Так, користувач може завантажити в свій мобільний телефон для подальшого читання йому вподобану літературу сплативши певну суму, що залежить від конкретної категорії, обсягу і жанру видання.

Отже, розглянуті особливості розвитку електронного книговидання в Україні свідчить про входження країни в світове книговидання, що характеризується трансформацією книговидавничої галузі; зміною читацьких практик; наданням переваги електронним виданням в процесі отримання інформації; формуванням особливого електронного комунікаційного середовища, в якому відбувається становлення персонального книговидання; усуненням низки книговидавничих організацій в ланцюзі «автор-читач». Нині користувач має можливість отримати електронний контент через цілу низку електронних та традиційних каналів комунікацій – безпосередньо від автора, через електронні видавництва, електронні магазини та традиційну систему книгорозповсюдження. Ця тенденція розвиваються завдяки використанню маркетингових комунікацій в традиційному та електронному середовищі, які заохочують користувачів до придбання електронних видань та пристроїв для їх читання. Електронні канали комунікації охоплюють читацьку аудиторію в значно більших масштабах, ніж традиційні й надають можливість для знаходження своєї ніши багатьом суб'єктам книговидавничої діяльності в електронному просторі. Цей вид комунікації активно використовують книговидавці багатьох країн світу, завдяки чому їх електронний книжковий ринок постійно розширюється.

#### *Список використаної літератури:*

1. Альт К. Книга на экране: стратегия продукта и продаж: интервью с Зигрид Леш / К. Альт // Современное книгоиздание: сб. материалов по проекту "Повышение квалификации специалистов издательского дела стран Восточной Европы и Центральной Азии, 2009—2011 гг." / [научн. ред. пер. О. С. Ро ; пер. с нем.: А. Н. Серегина, М. А. Рыклина]. — М., 2010. — С. 209—225.
2. Городенко Л. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси : монографія / Леся Городенко. — К. : Центр вільної преси, 2010. — 172 с.
3. Теремко В. Стратегічні випробування електронною книжністю / В. Теремко // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 4. – С. 10-14.

**УДК 023**

**Левшина Людмила Дмитриевна,**

директор научной библиотеки

Харьковского государственного университета питания и торговли

**адрес:** ХГУПТ, ул. Клочковская, 333, г. Харьков, 61051, Украина

**тел.:** 349-45-26, 349-45-37

**e-mail:** biblio-hduht@mail.ru

## ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ БИБЛИОТЕКОЙ

Современное управление библиотекой основано на концепции постоянного и непрерывного изменения, это должно обеспечивать устойчивость в условиях конкурентной внешней среды и постоянно изменчивой, вариабельной внутренней среды. Считается, что в рыночных отношениях обязательными внешними условиями существования эффективного библиотечно-информационного производства являются конкуренты и пользователи, а также гибкость, оперативность изменений при способности обеспечить нормативное качество информационных продуктов и услуг.

Инновационный менеджмент как деятельность связан со стратегическим менеджментом библиотеки. Важно то, что стратегия превращается в реальность только в результате разработки конкретного продукта или процесса, а потому инновационный менеджмент связан с теорией и практикой общего менеджмента, с маркетингом, производственным менеджментом, логистикой, стратегическим менеджментом, финансовым менеджментом, другими сегментами управленческой науки и практики. Специалисты считают задачей инновационного менеджмента формирование инновационного климата на предприятии (в том числе, конечно, и в библиотеке), при котором осуществляется целенаправленный поиск, оформление, подготовка и коммерциализация или реализация нововведений, формирующих конкурентоспособность библиотеки. Таким образом, предметом инновационного менеджмента является организация процесса создания, освоения и распространения нововведений, а также обусловленных ими изменений в технической, технологической, экономической, организационной и социальной системах.

Основными объектами инноваций являются информационные услуги и продукты, библиотечная технология, организационное развитие библиотеки, социальная база изменений.

К основным видам инноваций относят: продуктовые и сервисные инновации, когда изменению подлежат услуги и продукция; технологические инновации, если изменяются процессы библиотечной технологии; организационные инновации, когда производятся структурные изменения, реорганизируются существующие отделы или создаются новые; социальные инновации, если подлежат изменению методы управления библиотечным персоналом, традиции формирования коллектива и прочие социальные аспекты.

Все указанные виды инноваций (продуктовые, технологические, организационные и социальные), в свою очередь, подразделяются на радикальные (базисные) и модифицирующие (улучшающие) инновации. Первые предусматривают использование принципиально новых подходов, замену старых объектов новыми, а вторые – улучшение существующих объектов, модернизацию услуг/продукции, технологии, организационных и социальных приемов управления.

Инновации чаще всего инициируются пользователями и обусловлены потенциальным спросом на новые виды услуг и продукцию, дискомфортом и снижением качества обслуживания, повышением цен на определенные виды ресурсов, неудовлетворенностью сотрудников результатами своей работы и пр.

Любые достаточно серьезные изменения в одной сфере деятельности библиотеки (изменения одних объектов), как правило, требуют незамедлительных изменений в сопряженных участках, а иногда и общей перестройки управления библиотекой.

Особое воздействие на перестройку всей системы управления организацией оказывает реализация базисных инноваций. Использование принципиально новых подходов, технологий, замена старых объектов новыми, как правило, вызывает необходимость во внедрении комплекса взаимосвязанных новшеств – инновационных кластеров.

Кластером в инноватике называется совокупность инноваций, сконцентрированных на определенном отрезке времени и в определенном пространстве в виде целостной системы новых продуктов, технологий и организационных преобразований.

Так, к примеру, внедрение автоматизированных средств учета и обработки информации обязательно повлечет изменение всех технологических процессов организации обслуживания, отразится на комфортности библиотечной среды как для пользователя (в части скорости выполнения запроса и получения информации (документа), так и для библиотечного сотрудника (в части сокращения рутинных операций при поиске и предоставлении информации, выдачи документов).

Это, в свою очередь, повлечет изменение (расширение или сокращение) традиционных функций отделов библиотеки, проведение обучения сотрудников, качества их деятельности. При этом совершенствование одного отдельно взятого направления совсем не обязательно приведет к улучшению деятельности библиотеки в целом.

В сфере информационного производства важнейшим объектом изменений являются итоговые продукты (информационные продукты и услуги) деятельности библиотеки, при изменении которых создаются продуктовые инновации. Изменения в продуктах/услугах связаны с изменениями в технологии их создания и предоставления (с технологическими инновациями). Это в конечном итоге, в целях максимально полного и оперативного удовлетворения потребностей пользователей библиотек, преобразований в области организационной структуры библиотек и совершенствования методов управления персоналом должно привести не только к снижению затрат (издержек) и к повышению эффективности библиотечной деятельности, но и к повышению качества обслуживания, к выгодам для пользователя.

Продуктовые и технологические инновации видимы для пользователя и различных категорий партнеров библиотеки и быстро становятся известными профессиональному сообществу. Изменения в ассортименте и технологии обслуживания повышают интерес к библиотеке различных групп общественности (представителей СМИ, власти, бизнес-структур и пр.),

привлекают к сотрудничеству с ней новых партнеров, спонсоров и меценатов, издателей и специалистов методических центров.

Социальные и организационные инновации распространяются на внутреннюю деятельность библиотеки, касаются средств и способов управления, развития творческих способностей, методов формирования инновационной культуры. Они основываются на традициях библиотеки, зависят от позиции ее руководителя, его активности, личностных и деловых качеств как лидера и организатора перемен.

Важнейшим объектом инновации являются услуги и продукты, инновационным изменениям подвержено все, что связано с их созданием и использованием: технология, сервис, социальные отношения.

Поэтому особое значение имеет разработка кластеров, включающих комплекс взаимосвязанных продуктовых, технологических организационных и социальных инноваций.

При выборе объектов инноваций определяется то направление деятельности, которое в наибольшей степени нуждается в изменении в соответствии с поставленной целью развития и при модернизации которого библиотечный персонал смог бы проявить свои способности и достичь позитивных результатов.

Любая библиотека стремится не только к определению противоречий ограниченности ресурсов, снижению затрат, но и к получению хозяйственных и социальных выгод. В конечном счете, любые инновации должны влиять на рост удовлетворенности результатами своего труда как пользователей библиотеки, так и ее сотрудников, повышать лояльность всех участников библиотечной деятельности, формировать социальный престиж библиотеки.

#### *Литература*

1. Инновационный менеджмент: справ. пособие / под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – СПб. : Наука, 1997. – 560 с.
2. Качанова Е. Ю. Инновации в библиотеках / Е. Ю. Качанова; СПбГУКИ. – СПб.: Профессия, 2003. – 318с.
3. Чуприна Н.Т. Универсальная библиотека: инновационная деятельность в профессиональной практике: научно-практическое пособие. – М.: Либерия. 2004. – 120 с.

**УДК 347.78:027.7**

**Малишевский Илья Владимирович,**

библиотекарь II кат. научной библиотеки

Харьковского государственного университета питания и торговли

**почт. адрес:** ХГУПТ, ул. Ключковская, 333, г. Харьков, 61051, Украина

**конт. тел.:** 349-45-26; 349-45-35, 349-45-37

**e-mail:** biblio-hduht@mail.ru