

4. Устименко Л. М., Булгакова Н. В. Культурно-рекреаційні потреби в контексті розвитку туризму. Вісник НАККіМ. 2019. № 2. С. 226-229.

5. Шпилько С. П. Потенціал і роль музею в становленні туристичної індустрії. World of the travel. <http://worldoftravel.narod.ru>

6. Ferrary S., Gilli M. From the museums of objects to the virtual museums: An Opportunity for local tourism development // New Business Opportunities in the Growing E-Tourism Industry. NY: IGI Global, 2015. P. 255-272.

Попова В.С.,

педагог-організатор Чугуївського навчально-виховного комплексу №6 імені тричі Героя Радянського Союзу І.М. Кожедуба

ЕЛЕКТРОННА КНИЖКОВА ТОРГІВЛЯ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ КАНАЛ КНИГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛАСНИХ УНІВЕРСАЛЬНИХ НАУКОВИХ БІБЛІОТЕК

Висвітлюється аналіз веб-сайтів книговидавничих та книготоргових організацій. Визначаються основні комунікативні засоби, проблеми та напрями вдосконалення книгопостачання на основі анкетування двох обласних наукових бібліотек. Пропонується поглиблення комунікації бібліотек з книговидавничими та книготорговими організаціями в цифровому просторі за допомогою розробки нових проектів з популяризації читання, запровадження системності у процесі закупівель та комплектуванні бібліотечних фондів шляхом розширення асортименту книг і збільшення спеціалізованих сервісів.

Ключові слова: *електронна книготоргівля, бук трейлери, електронні видання, книговидавничі та книготоргові організації, спеціалізовані сервіси.*

An analysis of the websites of booksellers and booksellers is covered. The basic communicative means, problems and directions of improvement of book supply are determined by questioning two regional scientific libraries. It is proposed to deepen the communication of libraries with booksellers and booksellers in the digital space through the development of new projects to promote reading, introduce systematic procurement and library collections by expanding the range of books and increasing specialized services.

Keywords: *e-book trade, beech trailers, electronic publications, book-publishing and book-selling organizations, specialized services.*

Освещается анализ веб-сайтов книгоиздательских и книготорговых организаций. Определяются основные коммуникативные средства, проблемы и направления совершенствования книгоснабжения на основе анкетирования двух областных научных библиотек. Предлагается углубление коммуникации библиотек с книгоиздательскими и книготорговыми организациями в цифровом пространстве посредством разработки новых проектов по популяризации чтения, внедрение системности в процессе закупок и комплектовании библиотечных фондов путем расширения ассортимента книг и увеличение специализированных сервисов.

Ключевые слова: *электронная книготорговля, бук трейлеры, электронные издания, книгоиздательские и книготорговые организации, специализированные сервисы.*

Нині електронна книготоргівля являє собою комунікаційний засіб, спрямований на трансляцію соціально значущої інформації. На цьому наголошують провідні вчені у галузі соціальних комунікацій, книгознавства, бібліотекознавства, фондознавства. Загальні теоретико-методологічні засади та закономірності

розвитку системи документопостачання бібліотечних фондів обґрунтовано А. Соляник. Окремі аспекти в системі комплектування бібліотечних фондів, пов'язані з електронними виданнями в обслуговуванні користувачів бібліотек, розглядають у своїх працях: В. Вуль, І. Скорик, Т. Ярошенко, В. Демкін та ін. Формуванню фондів бібліотек України електронними виданнями присвячено дослідження В. Каїді. Авторка виявила, що користувачі бібліотек звертаються до бібліотечних сайтів та сайтів видавництв з метою пошуку наукової (18%), довідкової (23%), технічної (5%), спеціальної (7%), навчальної (47%), художньої (52%) літератури [3]. Зміни в комплектуванні фондів публічних бібліотек, пов'язані з поєднанням традиційних та сучасних підходів до цього процесу, подає Н. Ашаренкова. Загалом, аналіз наукових джерел надає змогу констатувати, що питання комунікацій бібліотек, зокрема ОУНБ з книговидавничими та книготорговими організаціями в цифровому просторі потребує додаткового вивчення.

Зауважимо, що загалом джерела реалізації книжок в Україні через Інтернет фахівці поділяють на [1, с. 209]:

- сайти видавництв і видавничих організацій;
- сайти електронних книжкових магазинів (онлайнів);
- сайти електронних книжкових магазинів на базі стаціонарних (оффлайнів);

- спеціалізовані ресурси, пов'язані з книгорозповсюдженням (електронні вітрини, аукціони тощо).

Книжкові інтернет-магазини стали поширеним явищем як самостійна одиниця книгорозповсюдження, а також як доповнення до книжкових видавництв. Книготорговельні сайти пропонують не тільки замовлення готової книжкової продукції в друкованій або електронній формах, але й розробку дизайну та макету книги, її друк та подальший продаж. Українські видавці усвідомлюють важливість використання в своєму бізнесі новітніх засобів і форм комунікації. Для більшості книговидавничих та книготорговельних компаній комунікативні можливості Інтернету стали цілком звичною справою. Активно входячи в електронний простір, українські видавці пропонують низку сервісів, що доступні через їх сайти.

Проведений аналіз 14 сайтів книговидавництв дозволив визначити, що всі вони надають можливість замовлення видавничих та поліграфічних послуг, що є цілком закономірним. Також слід відмітити, що 8 з них пропонують дизайнерські, 6 – дистриб'юторські, 5 – консультаційні та інформаційні послуги. Крім того, аналіз сайтів свідчить, що видавничі організації займаються розробкою різноманітних проектів з популяризації читання, використовують для цього різні рекламні та PR - технології. Серед них значне місце посідає створення буктрейлерів (короткі відео, котрі створюють візуальну презентацію книги). Від

самого початку основним завданням буктрейлерів було створення реклами для тих споживачів, котрі надають перевагу відео-рекламі. Але згодом міні-презентації книг почали набувати самостійної форми, розкриваючи часом зовсім неочікувані аспекти того чи іншого твору.

Українські бібліотеки, адаптуючись до нових соціально-комунікаційних умов, активно використовують сервіси електронної книжкової торгівлі на сайтах книговидавництв та книжкових магазинів.

У межах дослідження з метою вивчення електронної книготоргівлі як комунікаційного засобу комплектування бібліотечних фондів було проведено анкетування Харківської універсальної наукової бібліотеки та Дніпровської обласної універсальної наукової бібліотеки імені Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія. Серед питань анкети виділено три групи. До першої групи віднесено загальні питання, які стосуються книжкових фондів та їх поповнення. У другій групі об'єднано питання, спрямовані на виявлення видів та форм комунікації бібліотек з електронними книготорговельними організаціями. Третю групу склали питання, пов'язані з виявленням проблем, які виникають у взаємодії бібліотек з видавцями та Інтернет-магазинами, а також для визначення пропозицій бібліотекарів для підвищення якості книгозабезпечення бібліотек.

Проведене анкетування дозволило з'ясувати, що, по-перше, поповнення фондів українських бібліотек відбувається у різних варіантах: купівля; ліцензування доступу; передплата; система обов'язкового примірника; організація доступу до мережевих ресурсів на договірній основі, тестовий та постійний доступ до електронних ресурсів з вигідними фінансовими умовами в межах бібліотечних корпорацій. Крім того, за результатами анкетування визначено, що сьогодні комплектування бібліотечних фондів відбувається за допомогою системи «Державні закупівлі онлайн (Prozorro)» [2], що впливає на джерело комплектування. Як кожна інша система, система державних закупівель має свої недоліки. Поряд з проблемами фінансування комплектування бібліотечних фондів, фахівці відзначають проблеми недостатнього асортименту книг вітчизняного видання; збільшення кількості лакун у фонді, на які існує читацький запит.

По-друге, серед основних видів та форм комунікації з електронними книжковими магазинами бібліотекарі відмітили телефонний зв'язок та електронну пошту. При цьому найбільша кількість таких комунікацій Харківською та Дніпровською ОУНБ здійснюється з метою відбору літератури через сайти видавництва та їх Інтернет-магазинів. Це такі видавництва як: Ранок, Vivat, Профкнига, Фабула, Видавництво Старого лева, Наш Формат. Проте фахівці досліджених бібліотек відзначають, що остаточне рішення приймається системою державних закупівель. У таких

умовах процес комплектування бібліотеки характеризується певною спонтанністю та відсутністю системності у надходженнях.

Таким чином, за сучасних умов використання видавничих Інтернет-ресурсів як джерела поповнення бібліотечних фондів є недосконалим, що зумовлено низкою несприятливих економічних, організаційних, технологічних, правових та інших факторів. Тому проблема електронної книжкової торгівлі як комунікаційного каналу книгозабезпечення бібліотек потребує подальшого вивчення.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Афанасенко О.М.** Система книгорозповсюдження в Україні: комунікаційні можливості мережі Інтернет / О. М. Афанасенко // Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань : матеріали міжнар. наук. конф., 26–27 лют. 2009 р. / Харк. держ. акад. культури, Акад. мистец. України, Ін-т культурології. — Х. : ХДАК, 2009. — Ч. 1. — С. 209–210.

2. **Вареник В.М., Євчин Л.О.** Особливості застосування системи Державних закупівель ProZorro (прозора) // Європейський вектор економічного розвитку. – 2016. – №2. – С. 13.

3. **Каїді В.В.** Взаємодія електронного книговидання з інформаційно-комунікаційними структурами // Вісник Харківської державної академії культури: зб. наук. пр. – Харків, 2012. – Вип. 37. – С. 195.